

## DOCUMENTAÇÃO

### Conservadores com cabeça e coração

As propostas de um “conservadorismo compassivo” ou de uma “economia com alma” despertam a suspeita de que o lobo simplesmente se disfarçou de ovelha. Mas, e se a ajuda aos mais necessitados, longe de ser um verniz para tapar a má imagem de um partido, estivesse no próprio coração do conservadorismo? É o que defende Arthur Brooks, presidente do American Enterprise Institute, no seu novo livro “The Conservative Heart” (“The Conservative Heart: How to Build a Fairer, Happier, and More Prosperous America”, Broadside Books, Nova Iorque, 2015).

“O problema de imagem dos conservadores é serem associados a Ebenezer Scrooge [o personagem avarento criado por Charles Dickens]. Quando se opõem à subida do salário mínimo, aos impostos sobre as empresas, à regulamentação excessiva do mercado laboral ou se preocupam com o custo dos programas de ajuda social, são encarados como se preocupando unicamente com os ricos e poderosos”. Assim sintetiza N. Gregory Mankiw no “The New York Times” (28.7.2015) a má imagem que hoje pesa sobre o Partido Republicano num comentário “‘The Conservative Heart,’ by Arthur C. Brooks” ao livro atrás referido.

A isto deve acrescentar-se o que parece ser outro sinal de identidade dos conservadores: sentem-se agredidos. A imagem de Donald Trump a vociferar contra elites que supostamente conspiram contra os valores da classe média é um bom exemplo disso. Mas o mesmo se poderia dizer da oposição republicana no Congresso à reforma da saúde de Obama, ou à das leis de imigração.

Arthur Brooks, tido pela imprensa progressista, uma das vozes mais autorizadas do conservadorismo norte-americano, não aprecia nada o espetáculo que estão a dar estes campeões da indignação. E confia em que, a longo prazo, essa estratégia jogue a favor dos republicanos moderados na corrida à nomeação presidencial: “A ira é a última coisa de que necessita o Partido Republicano. Dentro de um ano, os candidatos que agora se estão a esforçar por ganhar apoios, vão-lhe agradecer”, declarou a “The Hill” em 16.7.2015 (“Arthur Brooks: 2016 candidates can help conservatives’ messaging”).

#### Uma marca maldita?

Em “The Conservative Heart”, Brooks propõe-se fazer uma mudança de marca do conservadorismo, para que passe de “um

movimento de protesto para um movimento social”. “Temos de deixar de nos centrar naquilo a que nos opomos e começar a proclamar com audácia aquilo por que estamos a lutar. Temos de apresentar uma agenda de governo positiva e esperançosa, que se preocupe em melhorar a vida de toda a gente, especialmente a dos mais vulneráveis, através de políticas genuinamente conservadoras”, escreve na introdução do livro.

Mas este apelo à renovação tem pouco a ver com o “conservadorismo compassivo” que defenderam alguns políticos conservadores, como George W. Bush na campanha presidencial de 2000, ou David Cameron nas eleições gerais britânicas de 2010. As propostas deste tipo são vistas pelos seus críticos como estratégias de maquilhagem; e, no fundo, diz Brooks, a expressão sugere que a compaixão é “um apêndice antinatural do conservadorismo”.

A abordagem de Brooks é muito diferente. Sobretudo, porque está convencido de que a preocupação em melhorar a situação dos pobres faz parte do ADN conservador. Um dado eloquente pode ser recolhido no seu livro “Who Really Cares: The Surprising Truth About Compassionate Conservatism”, Basic Books, Nova Iorque, 2006: em média, os lares conservadores tendem, em matéria de donativos, a doar 30 % mais do que os progressistas, apesar de – também em média – ganharem 6 % menos.

Por isso, Brooks não necessita de camuflar as suas ideias. Pelo contrário, desde o primeiro momento adverte que os seus princípios conservadores são os de sempre. No plano político, advoga o mercado livre, o governo limitado e a responsabilidade orçamental. No plano cultural, defende as quatro “instituições de sentido” que considera essenciais para alcançar a felicidade: a religião, a família, a comunidade e o trabalho.

#### A ajuda sustentável aos pobres

O que há de novo então na sua proposta? O tom? As formas? Não exatamente. Ou, pelo menos, não apenas. A tese central de Brooks é que os conservadores não souberam explicar as suas ideias. E as coisas tendem a agravar-se tendo em conta um contexto político cada vez mais emotivo. Difícilmente se pode entender o que há de bem-intencionado na defesa da austeridade ou da responsabilidade orçamental, se a única coisa que contar no debate político forem as palavras de ordem emotivas.

Por exemplo, quando Obama apresentou o seu plano para subir o salário mínimo federal, bastaram-lhe algumas poucas palavras para se fazer entender: “Já está na hora de dar aos EUA uma subida do salário”. Mas justificar que essa medida pode desincentivar a criação de emprego e prejudicar os consumidores de certos bens e serviços, sobretudo os que não beneficiariam com a subida por não terem trabalho, exige mais tempo e certos conhecimentos económicos.

Outro exemplo: Brooks esclarece que os defensores do mercado livre não se opõem por sistema aos programas sociais. Defendem que a ajuda do Estado só funcionará verdadeiramente como uma rede de segurança para os pobres se for limitada aos mais necessitados, e não for convertida num direito indiscutível da classe média. “Por acreditarmos numa autêntica rede de segurança, pensa-mos que devemos protegê-la com disciplina orçamental”.

### Quem decide a agenda

Brooks reconhece que algumas ideias conservadoras não são intuitivas. Mas em vez de culpar a massa ignorante das pessoas, interroga-se sobre o que pode fazer a direita para recuperar a confiança desses “milhões de norte-americanos [que] acreditam ter o sonho americano deixado de estar ao seu alcance e que aos conservadores isso não lhes interessa”.

A primeira coisa a fazer é reconhecer os erros próprios. “A maioria das vozes da direita norte-americana não soube ver que há uma crise de pobreza e de escassez de oportunidades; que em certos sentidos se pode falar justamente de dois Estados Unidos. E quando alguns acertaram em reconhecê-lo, fizeram-no frequentemente em termos que irritam as pessoas, pois pressupõem que aqueles que passam dificuldades, sofrem-no porque não trabalharam o suficiente”.

É o mesmo exercício de autocritica que fez o linguista George Lakoff após a derrota eleitoral dos democratas em 2004, quando desenhou uma estratégia de comunicação política para os ajudar a recuperar a Casa Branca (“Ace-prensa”, “No pienses en un elefan-te. Lenguaje y debate político”, 13.2.2008). Tanto Lakoff como Brooks concordam em que enquadrar as ideias numa chave moral é fundamental para estabelecer ligação com os votantes, sejam de esquerda ou de direita.

Após uma crise económica em que muitos sofreram, Brooks defende que as pessoas merecem argumentos morais centrados na compaixão e na justiça. Para ele, a direita engana-se quando continua a apresentar-se sob o “realismo económico” de Reagan.

“A alguns dos meus colegas conservadores custa-lhes entendê-lo. Com bastante frequência, oiço-os dizer que deveríamos centrar-nos mais na economia e menos na moral. Mas isso é um erro além de uma falsa escolha. Os assuntos económicos são assuntos morais. (...) A maior parte dos norte-americanos querem políticas públicas que não sejam só economicamente eficientes, como também moralmente justas”.

Lutar a favor de valores é sempre mais atrativo do que ir a reboque do que outros propõem. Além disso, é uma forma de decidir a agenda e de que o votante veja que somos nós quem assume as rédeas. Nisto, os progressistas norte-americanos são exemplares: apesar de “só representarem um quarto da população, dizem com audácia que lutam pelos 99 %”. Os progressistas estão conscientes de que as minorias estão na defensiva, enquanto que “as maiorias lutam a favor das pessoas”.

### O conteúdo do coração conservador

A favor de quem luta um conservador? Neste ponto, Brooks faz um grande esforço por distinguir o trigo do joio. Os conservadores – diz – são retratados injustamente como materialistas, quando a verdade é que o rótulo assenta melhor aos seus adversários: “Os progressistas preocupam-se realmente em ajudar os pobres. Mas confiam em retirá-los da pobreza fundamentalmente com o dinheiro do Estado, relegando o debate sobre a cultura para o passado e centrando-se cada vez mais na desigualdade de rendimentos. (...) Trata-se de um materialismo disfarçado de moralismo”.

Pelo contrário, por trás da linguagem conservadora – aparentemente materialista – está subjacente uma filosofia preocupada com as condições que permitem a cada pessoa ganhar a vida e prosperar: a educação e o trabalho, sobretudo. “O verdadeiro problema não é que haja demasiadas pessoas a viver do Estado, mas sim faltarem a muitas as oportunidades para viverem a sua vida”.

A visão do trabalho como “uma bênção, não como um castigo” está no centro desta filosofia. Os conservadores acreditam que a rede de segurança para os pobres é um imperativo nas sociedades prósperas, mas simultaneamente defendem que o progresso reside em que haja cada vez menos pessoas a depender dos programas sociais. Justamente o contrário dos progressistas, que avaliam o sucesso desses programas em função do número de pessoas a que prestam ajuda: quantas mais, melhor.

Um exemplo do tipo de programas elogiado pelos conservadores é o Does Fund, na cidade de Nova Iorque, que proporciona alojamento a pessoas sem lar, enquanto as vai capacitando com formação profissional. “A caridade é importante, mas aquilo de que mais necessitam os homens e mulheres pobres é o investimento. Por isso, os conservadores insistem tanto no trabalho como solução contra a pobreza”.

E isto que diz Brooks dos conservadores não seria justo aplicá-lo também aos progressistas preocupados com a criação de emprego? Seguramente sim. Mas se Brooks coloca o acento nos primeiros, é porque a balança se desequilibrou no imaginário coletivo: os progressistas parecem ostentar o monopólio da compaixão e da empatia, do mesmo modo que antes eram vistos como os donos da ciência e do conhecimento.

Em “The Conservative Heart”, Brooks quis fazer o mesmo que Russell Kirk fez em 1953 no livro “The Conservative Mind”: mudar os termos do debate. “Graças a Kirk e a outros intelectuais conservadores, os norte-americanos já não duvidam mais sobre o rigor da mente conservadora. Do que sim duvidam é da compaixão do coração conservador. Chegou o momento de corrigir esta falsa percepção, e de integrar a cabeça e o coração conservadores num novo movimento social que restaure a promessa dos EUA a cada um dos seus cidadãos”.

J. M.

## Pistas para comunicar melhor

Em “The Conservative Heart”, Arthur Brooks dedica muitas páginas a analisar as ideias, os princípios e as políticas conservadoras. Uma vez explicado o “produto”, tem de ser “vendido”. O último capítulo intitulado “Os sete hábitos das pessoas altamente conservadoras”, inclui algumas pistas para ajudar os conservadores a explicarem-se num contexto cultural onde as emoções pesam mais do que os argumentos.

A recomendação de Brooks não é tanto que se entreguem às bandeiras que chamam a atenção, mas que coloquem o coração ao serviço de comunicar melhor aquilo que têm na cabeça. E recorda-lhes, em sintonia com Lakoff, que para ter a opção de mostrar que as suas ideias são razoáveis, necessitam primeiro de um público disposto a ouvi-los.

Não é fácil para eles. O próprio Obama entrou no jogo de agitar os sentimentos para desqualificar os seus rivais. Um exemplo é a caracterização das políticas republicanas que fez em 2012 num discurso dirigido a doadores democratas: “Se ficar doente, será apanhado sozinho. Se não puder pagar a universidade, será apanhado a sós. Se não gosta que algumas empresas poluam o ar que respira ou o que respiram os seus filhos, é apanhado sozinho mais uma vez”.

Para mudar o quadro das discussões, Brooks convida os conservadores a tomar a iniciativa com sete hábitos retóricos. O objetivo é que se acostumem a explicar as suas ideias de forma positiva, em vez de se desgastarem a responder aos lugares-comuns que tentam estigmatizá-los.

1. Seja um moralista. O medo dos conservadores de parecer moralistas levou-os a recorrer cada vez mais a estatísticas sobre o PIB, os impostos ou os níveis de gasto público, mas esqueceram-se de explicar por que acreditam que as suas políticas são mais justas.

2. Lute a favor das pessoas, não contra as coisas. Se os conservadores querem imitar Reagan, deverão imitá-lo bem. Ele não se limitava a criticar os democratas pelo défice ou entraves burocráticos: nos seus discursos também deixava claro que lutava a favor das famílias, das crianças, dos necessitados, dos idosos, dos imigrantes, dos trabalhadores...

3. Seja positivo. Os conservadores têm de deixar a imagem de resmungões mal humorados e aprender a debater num espírito de cordialidade. Mas esta não se improvisa: tem de ser autêntica.

4. Extraia os melhores argumentos. No debate político é habitual comparecer-se com “código de linguagem” evocando valores: os do próprio partido. Brooks convida os conservadores a “alargar a imaginação moral”, reconhecendo ideias valiosas dos adversários.

5. Veja onde não é bem-vindo. Escutar com mente aberta o adversário e debater com espírito de proximidade, é bom antídoto contra os chavões. Também ajuda a afinar as ideias próprias.

6. Dizer as coisas em 30 segundos. Brooks aprendeu com as experiências da neurocientista Daniela Schiller que meio minuto é o tempo de que uma pessoa dispõe para causar em quem a escuta boa ou má impressão. Nesses poucos segundos não é possível expor um raciocínio económico, mas enviar uma mensagem amigável; o necessário para nos prestarem atenção quando depois expusermos os nossos argumentos.

7. Rompa com os seus maus hábitos. Como aqueles que querem deixar de fumar necessitam de interromper a sua rotina e substituir o hábito de fumar por outro, os conservadores têm de estar alerta para detetar os argumentos que não funcionam e substituí-los por outros novos.

“Quando se vai argumentar que o principal benefício do mercado livre é que traz crescimento económico, acaba-se por deparar com um cigarro retórico. Um mau hábito. Dê-se conta e substitua-o por um novo argumento; um que comece com uma declaração moral, que lute a favor das pessoas e que talvez se atreva a incorporar alguma ideia do adversário”.

J. M.