

## Condicionamento Social e Erradicação da Pobreza<sup>1</sup>

*Si comparamos la forma vigorosa en que la sociedad ha afrontado la problemática medioambiental, exigiendo de los gobiernos un posicionamiento cada vez más comprometido en este campo, es preciso constatar el escaso eco de la Conferencia de Copenhague; y medidas subsiguientes, entre la opinión pública mundial<sup>2</sup>.*

A partir da sentença de LUZÓN o ensaio aborda um dos aspectos da problemática que envolve os programas para a erradicação da pobreza: a mobilização da opinião pública e de seus condicionamentos sociais.

O autor propõe que estes programas só poderão atingir, de maneira mais eficaz, seus objetivos a partir do exercício objetivo de pressão por parte da opinião pública junto aos principais agentes nesse tpo de processo: governos, instituições transnacionais, ONG's, populações de países desenvolvidos e as dos em vias de desenvolvimento e suas respectivas classes dirigentes .

Baseia sua proposição na constatação de que embora os esforços realizados até agora, tenham produzido resultados eles foram menores do que se havia planejado. E de fato, a se tomar por base a resolução de 1995, da Cúpula de Copenhague, em que a comunidade internacional se comprometeu a erradicar a pobreza no mundo e depois, em 1996, quando estabeleceu um objetivo preciso: reduzir pela metade, até 2015, o número de pessoas que sobrevivem ganhando menos que um dólar americano por dia, verificar-se-á que estes objetivos não estão sendo alcançados.

Para que isso ocorra há uma série de variáveis que interferem nestes processos, algumas em parte incontrolláveis, mas uma delas, a que se está enfatizando aqui, além de permitir um controle efetivo sobre seu uso, produz resultados inquestionáveis em empresas, organizações e governos em todo o mundo.

No texto o autor também discute o conceito de condicionamento social, a ênfase no “produto”, nos meios, no projeto. Focaliza a circunstância de que para uma boa parte das pessoas que se preocupam com o tema, o simples fato de que ele é, de per si, relevante deveria suscitar o apoio da mídia e da opinião pública. Reproduzindo a crença, errônea, de que o valor dos produtos, serviços ou idéias é proporcional a suas qualidades intrínsecas.

Isso entretanto não é verdade. O valor de idéias, produtos e serviços é uma variável que depende muito mais das expectativas que se tenham gerado sobre essas idéias, produtos ou serviços.

Na aproximação que se faz do conceito de condicionamento social há uma reflexão sobre o comportamento de sociedades modernas desenvolvidas quando submetidas à problemática da imigração, dos mecanismos de defesa que se engendram nesses momentos e da somatização, no corpo social, de patologias sociais impregnadas de preconceitos e condicionamentos sociais.

Advoga o uso de estratégias mercadológicas que são: *“...ferramentas testadas, estabelecidas e que são usadas regularmente em esforços nacionais, inclusive nas guerras, para obter os resultados comportamentais que se deseje”*. E finaliza: *“Por que então não usá-lo no combate e para a erradicação da pobreza”?*

---

<sup>1</sup> CARVALHO NETO, Pedro. aluno do Doutorado em Desenvolvimento Regional e Planejamento Territorial da Universidade de Barcelona.

<sup>2</sup> LUZÓN BENEDICTO, José Luis. Desarrollo Regional, Xarxa Temática Medamérica - Barcelona - 2001 p.167.