

CARIDADE EM TEMPOS DE PANDEMIA DO COVID-19

CHARITY IN COVID-19 PANDEMIC TIMES

Paulo de Tarso Ferreira Castro¹

RESUMO

A proposta do texto é a de uma reflexão sobre o momento em que o mundo atravessa uma histórica crise de saúde causada pela Covid-19, sem precedentes, com reflexos não só em sua área de origem, mas econômica e política. Neste momento, muitas empresas, pessoas e instituições movimentam-se para socorrer as centenas de milhares de pessoas que, perdendo suas fontes de renda, estão necessitando de alimentos. Neste particular, porém, nem só por altruísmo movem-se as pessoas. A questão, foco da discussão aqui apresentada, é sobre as razões que movem estas pessoas a ajudarem, se elas são efetivas e, como são pelos que delas necessitam, as ajudas.

Palavras-Chave: Covid-19. Empresas. Renda. Alimentos.

ABSTRACT

The text proposal is to reflect on the moment when the world is going through a historic health crisis caused by Covid-19, without precedents, with reflections not only in its area of origin, but economic and political. At this moment, many companies, people and institutions are moving to help the hundreds of thousands of people who, losing their income sources, need food. In this regard, however, it is not only through altruism that people move. The question, the focus of the discussion presented here, is about the reasons that motivate these people to help, if they are effective and, as they are for those who need them, the help.

Keywords: Covid-19. Companies. Income. Foods.

¹Professor, Palestrante e Consultor Empresarial. E-mail: paulo.ephiciencia@gmail.com. Site: www.ephiciencia.com.br.

Se por uma questão de formação religiosa e/ou compromisso social ou, ainda, senão por compromisso, mas pela necessidade que cada um trazemos em nós de fazermos algo que nos permitam vivermos e sermos reconhecidos, fato é que muitas pessoas têm por salutar hábito ajudar o próximo. E isso é bom, claro.

Nos tempos em que vivemos, estas atitudes tomaram certo vulto, de anônimos que buscam ajudar com palavras amigas, frases postadas nas redes sociais, nos muros e postes das cidades, até grandes personalidades da música, artistas do show business, empresários de sucesso e outras personalidades, não só do Brasil, mas de todo o mundo, estão ajudando os que, em função da Pandemia da Covid-19, passam por grande necessidade financeira, física e moral.

Pode até não ser objeto da maior importância e que precise tanto ser discutido, mas fato é que muitas pessoas estão perguntando, ao se depararem com estas atitudes aparentemente altruístas, sobre a necessidade de darem tanta publicidade ao gesto de ajudar o próximo. Até onde isso é salutar para quem recebe? Até onde não se sente este, humilhado pelos flashes de quem doa? É uma troca justa, minha ajuda ao outro por uma notícia nos jornais, para limpar minha imagem na sociedade ou algo do tipo? A figura 1 ilustra a descrição em questão.

Figura 1 - Desenho retrata a necessidade dos carentes e a divulgação pessoal publicitária em tempo de Covid-19.



Fonte: Imagem pública da internet.

No meios religiosos isso também tem ocorrido, mas em menor monta, até mesmo porque o país, de maioria cristã – ainda que por denominações diferentes, como os católicos, evangélicos e espíritas, seguindo o que disse o Cristo Jesus, não se deve fazer caridade sob os holofotes. Claro que Ele não disse isso, mas que não deviam deixar que a mão esquerda soubesse o que fizera a direita – (MATEUS, 6:3).

Isso sem falar que em nome de uma pseudoajuda ao “próximo”, especialmente de grandes artistas e, claro, reconhecendo a importância do ato, muitos estão ampliando seus cofres em algumas centenas de milhares de reais, posto que embora o pano de fundo seja o de ajudar alguém, os contratos de publicidade das lives são enormes, fora a projeção pessoal da marca que cada um é, por si

mesmos.

Mas a questão que resta talvez seja esta: deve-se condenar esta atitude dessas empresas e artistas?

Veja que na maior rede de televisão, em seu principal noticiário, tem-se há algum tempo um momento em que as boas iniciativas do gênero são propagadas, mostrando que as iniciativas das empresas, nem todas anunciantes no referido conglomerado televisivo, deva ser apresentada ao grande público. Neste particular, novamente é perceptível uma troca.

Entre o que apregoa o cristianismo, pelo que fora mostrado antes e o que fazem as pessoas para aparecer, estas e suas empresas e marcas, têm no meio famílias que precisam alimentarem-se e, imaginamos, não estão preocupadas de onde estão vindo as ajudas.

Para quem quer comer, para quem precisa comer, para quem tem uma noção clara do que é passar fome – e aqui vale uma ressalva, há muita diferença entre estar com vontade de comer, e dizer que isso é passar fome, e realmente NÃO TER O QUE COMER, e de fato passar fome. – Para estes, pouco importa se o famoso, ficou mais famoso, se o empresário ficou mais rico, se a empresa vendeu mais produtos. Importa ter o que comer.

Então, antes que nossas posições tornem-se tão inflexíveis a ponto de julgar a ação social de um, a de caridade de uma instituição religiosa, ou o altruísmo de outros, que doam porque são felizes em assim agirem, pense bem o que você, neste momento, está fazendo para aplacar o sofrimento alheio, a dor do próximo.

Quando tivermos calçado estas sandálias – a do outro, e percorrido o caminho dele, com ele e por ele, talvez eu e você tenhamos condições de compreender sua dor e então, de julgar. Mas, claro, quando tivermos feito isso, o que menos iremos querer fazer, é julgar, tanto quem recebe a doação, quanto quem doa, pelos motivos quaisquer que doe.

Pense nisso.

REFERENCIA

BIBLIA. Mateus. Português. In: BÍBLIA. Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos. Tradução: João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2005. p. 931-969.