

A emergência do escândalo político como narrativa midiática preferencial¹

Pedro Sangirardi²

Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação (ECO)

Introdução

Este artigo tem como objetivo investigar o fenômeno de consolidação do escândalo como narrativa preferencial no espaço midiático reservado à política, e conseqüentemente como um instrumento central nas estratégias eleitorais.

As articulações modernas entre mídia, economia e tecnologia configuram a zona de interface entre as esferas da política e da comunicação de massas como uma dimensão pública midiaticizada e desmaterializada, espaço que vem sendo chamado de telerrealidade por alguns autores, meio de interlocução da maioria do eleitorado com o mundo da política, de onde são formados os juízos e impressões determinantes da atitude de voto. Essa nova ambientação ganha destaque na atualidade e atua como mais uma força que interage com outras dentro do campo político, remodelando suas práticas e relações. A construção da imagem pública política e o incremento de seu capital simbólico através de consultoria profissionalizada ocupam um lugar de destaque no jogo escorregadio de arranjos, deslocamentos e composições altamente competitivo que caracteriza a política moderna.

A zona de interface entre o universo político e o eleitorado, portanto, é o ambiente da comunicação de massa, que se consolida como campo autônomo, dotado de mecanismos próprios de funcionamento, de uma lógica particular que molda em seu formato todo o tipo de conteúdo representado. Para a maioria do público, a cena política só existe nesse ambiente virtualizado, visitado e avaliado somente em período eleitoral, o cenário de maior

¹ Trabalho apresentado ao II Congresso Compólitica, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, na Sessão de Comunicação *Imagem Pública Política II*.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, na linha de pesquisa *Mídia e Mediações Socioculturais*. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela Escola de Comunicação da UFRJ.

competitividade da política e aquele que mais organicamente absorve a lógica desse âmbito representativo.

A natureza espetacular do aparato televisivo favorece o enfoque do entretenimento no tratamento de assuntos políticos, o que se potencializa com a submissão de todas as dimensões da política à esfera eleitoral. A vinculação entre a gramática televisiva e a lógica eleitoral pode ser um ponto de partida para explicar o desenvolvimento de um consenso político que, dependente de resultados eleitorais periódicos, precisa legitimar seu poder com base na imposição da imagem pública de suas lideranças no campo de visibilidade midiática, conjugando suas ações políticas reais com os efeitos estratégicos produzidos nessa ambiência virtual, na qual os escândalos se proliferam e se direcionam para o centro da arena política.

A inscrição e adaptação dos agentes da política nesse âmbito virtualizado de confronto, no entanto, é mais problemática do que se pode supor, a despeito dos componentes de teatralidade e ritualismo imanentes ao exercício da política.

A primeira parte do artigo se propõe a esboçar em linhas gerais a telerrealidade midiática, que configura não só os discursos, como também os processos e práticas sociais simultaneamente modelados a partir deles e legitimadores dos mesmos.

Na segunda parte, a proposta é examinar a hipótese da gramática televisiva possuir características estéticas tecnicamente facilitadoras da adaptação dos princípios e regras do jogo eleitoral. Ateremos-nos às adequações da política ao modelo comunicacional da mídia corporativa, reforçando sua porção de competitividade eleitoral como o ponto de melhor encaixe com modelo midiático.

A terceira parte procura articular a potencialização da faceta eleitoral da política operada pela lógica midiática, ao efeito que parece pairar sobre a política como uma *virtualidade eleitoral* (GOMES, 2004: 113). O objetivo é, com base na confluência entre o acesso da televisão a praticamente todo o eleitorado e a submissão das demais subseções da política à dimensão eleitoral, elaborar possíveis explicações para a preocupante frequência das irrupções do escândalo político numa ambientação que fornece todas as condições para a sua pujante fertilidade e proliferação.

Imagem pública política e visibilidade midiática

A reflexão política aqui pretendida tem como ponto de partida a derrocada das utopias socialistas e o estabelecimento definitivo do que poderíamos classificar de um realismo consensual de mercado — e a conseqüente supremacia do capital financeiro e de um complexo valorativo ligado à vida privada e ao consumo regendo as sociabilidades humanas —, caracterizando aparentemente uma realidade incontestável no âmbito das democracias ocidentais.

A prática política em nível partidário e institucional vai acelerando um movimento radical em direção ao que se chama de *realpolitik*, aqui entendida como uma política de eficácia, dotada de certo afrouxamento na observação a princípios doutrinários, considerados freqüentemente como resíduos ideológicos incapazes de operar sobre a complexidade de processos e dispositivos inseparáveis da prática política moderna.

Ocupando uma função reguladora no interior de uma mecânica social caracterizada pela competitividade do capital e obrigatoriamente dependente de resultados eleitorais periódicos, a prática política vai desvinculando-se dos grandes fins programáticos e orientando-se pela lógica do jogo, numa pragmática similar àquela que rege a lei do mercado e dos negócios.

Em relação às pessoas, o espaço discursivo que em gerações anteriores era destinado à política, nos dias atuais parece preenchido por modalidades estéticas de afirmação social. O universo cognitivo coletivo está cada vez mais distanciado de ideais em torno de um projeto de reestruturação social, e moldado sob a segmentação mercadológica em torno dos estilos e liberdades individuais; as formas tradicionais de participação política vão sendo progressivamente dessubstancializadas e restringidas às instâncias profissionalizadas do poder político.

Atualmente o imaginário social se configura com base no complexo de valores e condutas existenciais irradiados na profusão simbólica virtualmente disseminada pelo espaço midiático, legitimado como uma das principais fontes de orientação e sentido da vida social. É no âmbito da comunicação midiática que se constrói o elo de ligação entre o eleitorado e os conteúdos políticos, produzidos e difundidos no campo da propaganda e do *marketing* — nos setores partidário e governamental —, e também no âmbito da

informação jornalística. Dentro desses limites, o eleitor médio interage com a esfera da política e absorve as influências para seu voto obrigatório, sobretudo nos centros urbanos macro dimensionados onde as relações entre eleitor e candidato são pulverizadas pelo anonimato, com toda a troca psíquica entre os dois realizando-se virtualmente. O âmbito midiático deve ser entendido não apenas como meio, mas como ambiente onde se desenrola a cena política.

Focaremos nossa análise na comunicação política televisiva, que alcança a maior parcela do eleitorado, e na maneira como participa fundamentalmente da construção do discurso político dos cidadãos comuns e conseqüentemente da configuração discursiva da opinião pública. A relação de entendimento de cada cidadão com o universo da política é construída com base em discursos e quadros referenciais cada vez mais condicionados por formatos midiáticos de comunicação.

Vivemos em sociedades extensas, onde os limites da vida e da sociabilidade comunitárias perderam a maior parte do seu sentido e onde o conhecimento comum do que se passa demanda e se apóia decisivamente em meios artificiais de geração e circulação de imagens. Nesse sentido, a imagem pública raramente pode ser produzida na experiência sensorial direta, por imersão corporal, dificilmente pode circular pelos instrumentos da convivência imediata, tradicional e pessoal. (...) O universo da comunicação controla alguns dos recursos mais importantes para a política midiática, sendo, por conseguinte, muito forte a sua posição relativa no sistema. Ele controla a esfera de visibilidade pública, a única parte da cena pública que alcança praticamente toda a população de um país. A esfera de visibilidade pública é percebida pela audiência como um conjunto de quadros temporais que incluem tudo aquilo que existe e é relevante na atualidade. Constitui uma espécie de mundo, de horizonte de realidade, indisponível por imersão corpórea, porém mais importante para a situação do indivíduo na história e para a criação de sociabilidade do que o mundo tangível da nossa experiência cotidiana (GOMES, 2004: 143-144).

Sendo o campo de visibilidade midiática praticamente a única parte da política a que têm acesso o eleitorado, parece claro o grau de importância que esse ambiente terá na vida social e política. É um universo virtual com vida e leis próprias de funcionamento — composto da imprensa, da propaganda e das demais representações midiáticas da política —, a partir do qual são construídas as imagens públicas, numa sociedade regida pela midiática e pela tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas (SODRÉ, 2002: 189).

Não há como vislumbrar uma participação política em nível nacional sem uma imagem pública construída no espelho midiático. O político precisa estar ativa e permanentemente no *bios* midiático, fixando sua imagem num ambiente multifacetado e efêmero; um contraste à imutabilidade e eternidade do poder pretendido. Talvez caiba aqui mencionar a crítica de Canclini (1999: 272), na constatação de que “os políticos que compreenderam nas últimas décadas a importância de administrar suas imagens nos meios de comunicação de massa manejam a idéia de cultura como se fossem líderes do século XIX, para os quais a forma mais cabal de consagração era a escultura em bronze”.

Wilson Gomes aponta a imprecisão conceitual na aproximação entre imagem pública e imagem visual, embora faça a ressalva de que é possível a existência de analogia entre elas.

Analogicamente, metaforicamente, é possível usar o termo “imagem” para falar de algo que não é propriamente imagem, mas que compartilha de pelo menos uma propriedade importante de seu significado: a capacidade de representar algo. (...) a imagem pública não é um tipo de imagem em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a imagem plástica ou configuração visual exceto por analogia com o fato da representação. (...) O termo “imagem pública”, finalmente, não designa um fato plástico ou visual, mas um fato cognitivo, conceitual (2004: 246).

A capacidade de certos políticos em ganhar vantagens eleitorais em cima de suas imagens públicas parece ser cada vez mais criativa, principalmente quando suas imagens são negativas. O prefeito Cesar Maia se aproveitou até da sua fama de “maluquinho” para obter expressivas vitórias eleitorais na cidade do Rio de Janeiro; o ex-governador de São Paulo Geraldo Alckmin reverteu a seu favor a imagem de “sem graça”, transformando o apelido de “picolé de chuchu” numa espécie de marca bem-humorada. Num exemplo pitoresco da extrapolação dos limites de aproveitamento eleitoral da imagem pública política no Brasil, Boadyr Veloso, prefeito de Goiás Velho, condenado a treze anos de prisão pelo estupro de sete meninas de menos de quatorze anos, adotou na campanha os *slogans* “Eu acredito muito na justiça”³ e “Tarado por Goiás”, vencendo as eleições.

³ Veloso, também acusado de desvio de verbas públicas, nepotismo, desrespeito ao patrimônio histórico e agressão ao meio ambiente, safou-se da prisão após ter apresentado as sete certidões de casamento de suas vítimas, aproveitando-se de uma aberração do Código Penal de 1940, que de acordo com o artigo 107, inciso VIII, determina a extinção da pena se a vítima se casar com terceiros. “Eu estava discutindo política no motel. Agora, é melhor não falar mais nisso. As meninas estão casadas, com a vida arrumada”, declarou o prefeito.

Apesar da incontestável necessidade de construção das imagens públicas políticas na telerealidade, o redimensionamento da política nesse ambiente é complexo, demandando concessões e adequações às especificidades da midiática contemporânea. Procuraremos mostrar que esta acomodação da política ao modelo televisivo pode ter relação com a exploração do escândalo como narrativa midiática, e conseqüentemente como estratégia eleitoral, como veremos a seguir.

A inscrição da política na telerealidade

Antes de abordar a questão da adequação da política à lógica midiática e nos problemas decorrentes desta estruturação, nos parece necessário fazer um exame da linguagem hegemônica no interior da heterogeneidade enunciativa da malha intertextual da mídia. A variedade de discursividades e formas narrativas no tecido midiático é um indício da pluralidade de forças em permanente disputa por legitimidade. Entretanto, a despeito dos confrontos no interior de qualquer sistema comunicacional, uma hegemonia discursiva prevalece sobre os enunciados da mídia. Esta hegemonia está relacionada à *forma* de apresentação e tratamento dos conteúdos políticos. A lógica midiática é engajada em deixar aparente somente a tecnicidade de seu dispositivo discursivo.

...quando se admite que “o meio é a mensagem”, está-se dizendo que há sentido no próprio meio, logo, que a forma tecnológica equivale ao conteúdo e, portanto, não mais veicula ou transporta conteúdos-mensagens de uma matriz de significações (uma “ideologia”) externa ao sistema, já que a própria forma é essa matriz. Tal é o sentido ou o “conteúdo” da tecnologia: uma forma de codificação hegemônica, que intervém culturalmente na vida social (SODRÉ, 2006: 19).

As formas midiáticas de comunicação operam sensorialmente na requalificação das sociabilidades, através da virtualidade imaginária compartilhada, nos seus arranjos de correspondência com um sensível organizado nos termos de uma tecnologia dos afetos calcada em modalidades estéticas. É pela comunidade estética que a política, na sua tradução tecnológica por suporte midiático, participa do imaginário sociodiscursivo daqueles que lhe viram as costas e optam pela criação lúdica de seus espaços de afirmação.

A predominância do afeto nas narrativas do eleitorado acerca da política deve-se, em parte, por estarem estas construídas na relação com suportes tecnológicos que operam mais no registro do *fazer sentir* que no registro do *convencer*. A linguagem midiática possui características que enfraquecem modos argumentativos racionais, ao passo que fortalecem uma gramática ligada ao sensorial e ao imagético, estruturada sobre uma série de dispositivos de regulação, como dramaticidade, velocidade, entretenimento, emocionalismo e espetáculo, dentre outros.

Não há uma separação clara e idealizada entre um modelo de política discursiva e substantiva e outro de uma política totalmente cosmética e artificial. No entanto, a visão predominante parece ser negativa no que concerne à preeminência da imagem na sociedade do espetáculo. O formato espetacular predominante no tratamento de qualquer tipo de assunto, por mais sério que possa ser, na crítica contundente de Debord, seria o

contrário do diálogo, apresentando-se como uma enorme positividade indiscutível e inacessível. Ele nada mais diz senão que “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que ele exige por princípio é esta aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve pela sua maneira de aparecer sem réplica, pelo seu monopólio da aparência (DEBORD, 1997: 19).

A linguagem da mídia, na sua efemeridade simulacral, na concepção de Charaudeau “chega a fazer desaparecer a temporalidade por meio de uma encenação dramatizadora que apresenta um mundo a ser consumido no instante, sem perspectiva histórica” (2006: 284). Para o autor, “não é o *logos* que teria se vestido de *ethos* e de *pathos* para se adaptar, mas o *ethos* e o *pathos* é que agora fabricam o *logos*” (CHARAUDEAU, 2006: 306).

A telerrealidade é um espaço dotado de grande velocidade na circulação imagética, onde grupos empresariais e políticos disputam a atenção de um telespectador impaciente, disperso e com acesso a uma multiplicidade de produtos culturais. O entretenimento e a simplificação de conteúdos fazem parte do conjunto de estratégias operado pelas linguagens midiáticas para expandirem seu alcance.

O ritmo acelerado e espetacular da mídia combina com determinadas dinâmicas sociais e demonstra inaptidão na apreensão de outras (RUBIM, 2000: 62). No segundo grupo indicado estariam a ciência e o direito, cujos ritmos processuais não teriam boa adaptação ao regime da velocidade midiática, o que valeria também para a política, cujo

ritmo normal, ordinário, de seus longos processos preliminares de estudos e debates, de seu dia-a-dia de conversas e contatos, de incansáveis discursos e discussões, mesmo de pequenos atos de protesto e de realizações, parece não estar em sintonia com um ritmo que exige velocidade e novidade. Não por acaso, esse ordinário da política, sua fatia mais cotidiana e contínua, quase desaparece na telerrealidade, ainda mais agora em tempos de “crise” e indiferença política (RUBIM, 2000: 63).

Neste ponto talvez caiba o estabelecimento de uma distinção entre as políticas culturais e comunicacionais do que poderíamos chamar de “sistema de Estado” e “sistema privado”: enquanto o primeiro busca convencer e educar, o segundo visa agradar, recriar, divertir, ao molde da ética do lazer e da felicidade que rege o espírito capitalista e desloca o exercício da cidadania em direção ao universo do consumo e da vida privada (MORIN, 1975). O conteúdo político tem uma dimensão que naturalmente o distancia da fluidez envolvente dos produtos da indústria cultural, como os derivados da arte e do entretenimento. Enquanto estes buscam moldar sua expressão cultural ao gosto do público consumidor, a mensagem política enfrenta um desafio mais complexo: adaptar o público à sua cultura.

E bem sabemos que os personagens da política normalmente não têm a atratividade nem o brilho das personalidades do *show business*. A linguagem da televisão força-os a uma adequação ao que não lhes é próprio, ao confeccionar suas imagens públicas sob os moldes da celebrização, apesar de não possuírem as qualidades visuais nem os apelos poéticos das celebridades da arte e do entretenimento. No imaginário sociodiscursivo do eleitorado, a política também apresenta um déficit de leveza e espontaneidade em relação ao mundo do *show business* do entretenimento e das artes: constituindo essencialmente a esfera pública e se estruturando sob os alicerces da coletividade, a política situa-se na contramão da ideologia individualista do sistema privado identificada ao sentido afetivo das massas. Porém, ao incorporar à sua comunicação aspectos da lógica do capitalismo corporativo moderno, o que se reflete na absorção de princípios e receitas próprias da massificação cultural, tende a dotar candidatos a cargos públicos de uma universalidade análoga a dos produtos de consumo. Revestindo-se dessa natureza mercadológica e sobretudo estética da cultura de massa, a política se dirige ao imaginário coletivo utilizando os mesmos mecanismos e recursos do *marketing* comercial, conectando os desejos e

aspirações latentes no inconsciente das massas aos discursos demandados pelo mercado eleitoral.

Apontamos as incompatibilidades entre a política e a lógica desse ambiente dentro do qual é necessário existir. Contudo, há uma faceta da política que faz da imersão nessa ambientação uma tecnologia de poder. Trata-se da dimensão eleitoral, que através do aproveitamento da assombrosa flexibilidade do capital no *fazer sentir* de uma assepsia ideológica, potencializa-se nas linguagens hegemônicas na construção de um *ethos* correspondente ao espírito afetivo da época, cada vez mais determinante na decisão de voto dos eleitores. Toda a dificuldade que a comunicação de massas têm de acomodar as especificidades da política desaparece quando entra em cena a competição eleitoral que, na construção estética de sua retórica, conecta-se com as projeções dramatizadas e mitificadas que compõem a gramática midiática.

a parte competitiva da política é aquela mais perfeitamente assimilável ao mundo do espetáculo, e quanto mais escaramuças políticas mais ela se assemelha às narrativas do universo da ficção. Ao contrário, os conteúdos da política tradicional que enfrentam maiores dificuldades de passar pelos selecionadores do universo da comunicação são aqueles relacionados à disputa argumentativa em profundidade, às sutilezas e às complexidades discursivas, à administração regular da coisa pública e ao jogo político cotidiano, burocrático e previsível (GOMES, 2004: 301-302).

Quanto a este ponto, de modo propositalmente simplificado, poderíamos separar a atividade política em dois grupos. No primeiro estaria a política cotidiana, dos longos cerimoniais, das arrastadas e monótonas deliberações, da formalidade nas relações, dos despachos tratando de minúcias técnicas das matérias, da burocracia jurídica que permeia os processos ordinários e invariantes da política. Seriam estes aspectos incompreensíveis, frios, de pouco apelo aos não envolvidos ou interessados pela política. No outro grupo localizamos, em primeiro lugar, as eleições; elas, ao lado das convenções partidárias, cada vez mais assumem características próprias dos eventos de entretenimento, na semelhança de uma festa. Em seguida, os aspectos extraordinários da política, imprevisíveis e muitas vezes carregados de emocionalismo e substância humana, atraindo a atenção de uma audiência maior e composta de leigos e desinteressados, que apesar disso votam, fazendo suas escolhas eleitorais com base nessas imagens residuais e fragmentárias. Estão nesse

segundo grupo situações como impedimentos, golpes, CPI's (que hoje são usadas como arma contra o poder executivo e de tão freqüentes causam a impressão de serem ordinárias), situações de tensão entre os protagonistas da política etc. Ao contrário dos aspectos apontados no primeiro grupo, esses são absorvidos pela lógica midiática com considerável maleabilidade. Possuem pontos de encaixe com a linguagem dos produtos televisivos, se compõem como narrativas enquadradas dentro da gramática da televisão, garantem índices elevados de audiência e geram lucros para os anunciantes. Eleições e crises são aspectos da política que encontram uma adaptação mais orgânica com a formatação midiática, e por isso ocupam o centro das discussões e percepções acerca da política pela maioria da população.

O *bios* midiático é o espaço onde o telespectador-eleitor assiste à novela diária da política, na forma de espetáculo, onde as tramas e disputas são vividas pelos personagens políticos. Vida real e *bios* virtual da mídia são as faces desse espelho que se confundem. Os acontecimentos políticos acompanham a narrativa da mídia e não a antecedem, são fabricados tendo em vista seu impacto sobre a opinião pública, no fenômeno descrito por Boorstin (1962) como “pseudo-evento”. As decisões políticas, neste contexto, são tomadas em consonância com a avaliação do efeito que produzirão na imagem do dirigente, configurando uma espécie de prioridade ontológica da imagem sobre o ator político e seus atos (GOMES, 2004: 241).

A face eleitoral da política organicamente se molda às especificidades da lógica midiática: na fusão do público ao privado, com assuntos de Estado tratados da mesma maneira que problemas domésticos; no ritmo acelerado e fragmentado anulante de um perspectivismo histórico; na redução de toda a complexidade intrínseca à política a disputas entre personalidades e estatísticas de institutos de sondagem; nas formações ficcionais das quais a política se reveste para conquistar afetivamente a audiência.

O cenário configurado por esta convergência de estruturas pode fornecer chaves para explicar um estado ininterrupto de tensão em torno de consenso, que não mais fica restrito ao período eleitoral, e vai se estabelecendo como uma campanha permanente, ou uma “virtualidade eleitoral constante a assombrar a esfera política” (GOMES, 2004: 113).

Virtualidade eleitoral e a endemia do escândalo na cultura política

Apesar das eleições serem o passaporte às posições de poder, elas não asseguram permanentemente as condições de governabilidade (RUBIM, 2000: 91). Conforme indicamos, uma constante preocupação com a gestão da imagem pública dos participantes do processo político se faz essencial no quadro contemporâneo. Qualquer decisão política será tomada com base na avaliação dos efeitos que causará no campo político efetivo, e também baseada na avaliação dos efeitos no espaço virtualizado que traduzirá ao eleitorado o significado político decorrente de tal decisão.

Se pensarmos conjuntamente uma sociabilidade configurada em redes midiaticizadas, em constante estado de acompanhamento e fiscalização pela sociedade civil e pela imprensa (e de como este cenário exige o gerenciamento de uma imagem pública assessorada por consultorias profissionais, que mapeiam as atitudes de voto de uma crescente parcela de eleitores não comprometidos), com uma estrutura política cada vez mais reduzida à dimensão da disputa pelo voto, provocando um enorme dispêndio de energia que deixa de ser aplicada em programas e debates, chegaremos a um sistema no qual a obtenção de vitória eleitoral é o ponto de partida para o estabelecimento de qualquer política; a necessidade de ganhar eleições em intervalos de quatro anos, portanto, facilita vislumbrar a potência com que emerge a virtualidade eleitoral para seguir passo a passo com toda e qualquer ação de natureza política.

Quando a esfera civil, que determina quem participa e quem está excluído da esfera política, pode formar durante todo o tempo dos mandatos a sua opinião sobre os partidos, sobre o governo e sobre os sujeitos políticos, a sua decisão ganha a mesma extensão dos mandatos. Os mandatários, então, passam a cortejar a esfera civil e a buscar reconhecer os seus humores e as suas tendências e a satisfazer os seus desejos. Passam a se assessorar de indivíduos com competência no controle dos fluxos comunicativos, para descobrir o que pensa e sente o público e para produzir discursos e fatos conforme a opinião que se quer que o público tenha. Nesse sentido, a campanha agora se confunde com o mandato, solicitando da esfera política um dispêndio subsidiário e constante de energia. Os mandatários não apenas governam ou legislam, mas o fazem como se estivessem o tempo todo em campanha. A campanha agora é permanente, a eleição é interminável (GOMES, 2004: 114).

A virtualidade eleitoral ganha relevo com a configuração da telerrealidade televisiva, que privilegia determinados aspectos da narrativa política em detrimento de outros, e com a falência de um modelo burocratizado de jornalismo, habitualmente reduzido à transcrição de declarações dos principais sujeitos políticos (que costumam ser vagas e meramente institucionais), informações sobre suas agendas e análises sobre o xadrez do poder. Na tensão com a informação, a aparente vantagem do entretenimento molda um quadro propício para as quebras cheias de dramaticidade e emocionalismo das eleições, e pela impetuosa irrupção dos escândalos políticos como estratégias eleitorais.

No contexto de um campo político caracterizado por um sistema de partidos competitivos e um conjunto de organizações de mídia relativamente independentes que desempenham um papel central na conformação das relações entre políticos profissionais e cidadãos comuns, e em circunstâncias marcadas pela crescente importância da política de confiança, o escândalo político tem probabilidade de assumir um efeito cumulativo (THOMPSON, 2002: 150).

Como foi dito anteriormente, o eleitorado tem no espelho da mídia praticamente o único interlocutor com a política. Nesse âmbito de representação marcado pela diversidade de formatos narrativos, ganham relevância os que produzem efeitos sensoriais diretos na audiência, principalmente se contiverem pitadas romanescas ou policiaescas em sua trama.

Numa retrospectiva dos acontecimentos recentes da política brasileira, é clara a constatação de que praticamente todo o espaço midiático destinado à informação política foi pautado pelos escândalos. A crise que se abateu sobre o governo Lula coloca em evidência um sistema em que o escândalo emerge como característica endêmica da cultura política, perdendo seu caráter de ocorrência excepcional. O escândalo se consolida como modelo principal de narrativa política no universo midiático.

Para Thompson, há uma afinidade entre os escândalos políticos e as democracias liberais, própria das condições do poder político nesse tipo de ordenamento social, em que forças competitivas são mobilizadas através de partidos e outros grupos de interesse, criando uma atmosfera tensa onde a confrontação é a norma. Num estado totalitário não existem brechas para a exploração desse tipo de acontecimento, e aqueles que procuram divulgar um escândalo podem ser punidos com prisão ou até morte. Já na dinâmica de uma

democracia liberal, em que a disputa política se define pelo jogo eleitoral, calcada em imagens e discursos, uma imagem pública favorável é essencial, como procuramos ressaltar: qualquer mancha na reputação de uma liderança pode ser vista como um ganho eleitoral por seus adversários políticos. Se acrescentarmos a esse contexto a relativa autonomia da imprensa e uma cultura sensacionalista, o ambiente torna-se ainda mais fecundo para o acontecimento do escândalo político.

Thompson enumera algumas mudanças importantes que subjazem à prevalência do escândalo político. A primeira é a crescente visibilidade dos líderes políticos, num momento em que a relação entre homens públicos e eleitorado é cada vez mais moldada por formas midiáticas de comunicação. Aqui vale lembrar de dois princípios contraditórios presentes no exercício da política: a necessidade simultânea de mostrar-se e esconder-se. As relações de poder são naturalmente imorais e obscuras, e configuram uma zona cinzenta que precisa ser maquiada ou omitida do campo de visibilidade pública. A negociação, os acordos e o pragmatismo, partes da dinâmica da cultura política, nem sempre correspondem aos princípios morais socialmente convencionados, e por isso precisam ficar ocultos do conhecimento público. Entretanto, na era da comunicação de massa, a necessidade de visibilidade da imagem pública política se opera com base na mesma exposição e publicidade dispensada às celebridades midiáticas. Possuindo esses dois aspectos aparentemente incompatíveis, a política materializa-se num patético espetáculo de ilusionismo, quase invariavelmente associado à mentira e frustração. “Há, desse modo, uma contraposição e, ao mesmo tempo, complementaridade entre visibilidade e ocultamento do poder. Michel Foucault sobre isso afirmaria que ‘o poder no Ocidente é o que mais se mostra, portanto o que melhor se esconde’” (MENDONÇA, 2002: 161). Para Thompson, “a crescente prevalência do escândalo político é o outro lado — o lado escuro, por assim dizer — da crescente visibilidade dos líderes políticos” (2002: 143).

A segunda mudança importante detectada pelo sociólogo estaria localizada no avanço das tecnologias de comunicação e vigilância, técnicas de gravação, processamento e difusão de informações, que se tornaram meios de promover a transição de conteúdos políticos dos “bastidores” em direção ao “palco”. É oportuno rememorar aqui que a violenta crise política que atingiu o governo Lula foi deflagrada pelas imagens gravadas secretamente do diretor dos correios recebendo propina. Feitas com uma câmera secreta de

pequeno porte, as breves imagens derrubaram ministros fortes do governo em efeito de cascata, produzindo graves prejuízos políticos a líderes e partidos, e pautando toda a propaganda política das eleições de 2006 sob o viés negativista da corrupção. Outros escândalos e constrangimentos políticos foram provocados por vazamentos de declarações bombásticas por equipamentos de áudio, conversas gravadas clandestinamente e fotos comprometedoras, como a da montanha de dinheiro na sede da empresa Lunus, que tirou do páreo presidencial de 2002 a então governadora do Maranhão Roseana Sarney, esposa do dono da empresa, que vinha muito bem colocada nas pesquisas.

As mudanças na cultura jornalística, além da relativa autonomia da imprensa, dizem respeito ao desenvolvimento do jornalismo investigativo. Os organismos de imprensa se credenciam muitas vezes como aliados das diferentes composições entre a classe política e o empresariado, formando uma tríade de poder que usa a narratividade dos escândalos para alcançar seus objetivos políticos. Esse tipo de configuração de uma arena discursiva de enfrentamento de diversos grupos dentro de uma linha de ação comum se reflete no jornalismo político diário do país, na alternância entre um grande espaço ocupado por declarações de autoridades e informações sobre suas agendas de trabalho e a ruptura provocada pelo escândalo político.

Finalmente, o ponto analítico mais importante é referente à mudança na cultura política:

O declínio gradual da política ideológica significa também que, dentro do subcampo dos políticos profissionais, discordâncias fundamentais com respeito a questões de princípios se tornam menos pronunciadas e os partidos políticos buscam outros meios para se poder diferenciar entre si. Na medida em que os partidos caminham sempre mais para um território central comum e competem por um número crescente de eleitores não comprometidos, as falhas de caráter (reais ou supostas) de seus opositores e a infração de códigos de conduta se tornam armas sempre mais poderosas na luta por vantagem política (THOMPSON: 147).

Com os discursos e práticas políticas girando em torno do mesmo eixo, o capital, os pontos de enfrentamento entre os partidos e grupos que disputam o poder estarão localizados no ataque às reputações e na exposição negativa decorrente de escândalos, já que do ponto de vista operacional, as forças políticas têm funcionado de maneira similar, na busca de conexões entre os detentores do capital para o financiamento cada vez mais dispendioso de suas campanhas, e abrindo os caminhos institucionais para que os recursos

públicos retornem (num volume que recompense o investimento) como licitações ou em qualquer outra forma de negócio que represente favorecimento aos financiadores.

Com a supremacia corporativa do capital sobre as instituições políticas e o enfraquecimento gradativo da discursividade ideológica, a ação política se homogeneíza, e a credibilidade gradualmente vai ocupando o espaço da ideologia, se firmando como valor de diferenciação entre os grupos que disputam o poder. Há um declínio gradual da *política ideológica* e a crescente prevalência da *política da confiança* (THOMPSON, 2002: 146).

Nesse contexto, as narrativas escandalosas surgem como modo de diferenciar grupos que mantêm práticas similares, se revezando no controle político de acordo com o escândalo em destaque nos holofotes da mídia, cujo poder de iluminar (ou esconder nas sombras) determinará o bode expiatório da vez. Faz parte da cultura política brasileira a hipocrisia do contraste entre a manutenção de um pragmatismo político restrito às zonas cinzentas de trás das cortinas, e a humilhação pública daquele que vacilar e deixar seus delitos escaparem ao palco, mesmo que em nada difiram dos delitos dos demais. Também é parte da cultura política brasileira fazer agonizar na fogueira da opinião pública aquele que deixa transparecer os métodos que prevalecem nos gabinetes e zonas de acesso restrito, como pudemos verificar no processo desencadeado pelo escândalo que resultou na saída de Renan Calheiros da presidência do Senado.

Considerações finais

A exposição ao escândalo é um risco inerente aos que transitam pelo espaço público. As narrativas em torno da política ficam marcadas como focos de tensão entre as esferas da informação e do entretenimento, e não raro suprimem de seu campo de representação uma parte essencial da mecânica política. A simplificação pela via da personalização carismática dos líderes, associada ao crescimento da política de confiança, é danosa justamente porque também personifica o dano, atribuindo-o a uma pessoa e não a uma prática institucionalizada. A sociedade deixa de fazer o debate público sobre a disseminação da corrupção para concentrar esforços na execração daquele que é “flagrado em atos ilegais” e paga não propriamente pelos atos, mas por ter sido flagrado. O dano de uma cultura política

que valora a esperteza e a dissimulação recai sobre aquele que não passa de um sintoma de um problema bem mais arraigado, instaurando a estrutura invariante do circuito de ascensão e queda dos homens públicos: uma ascensão quase mitificada, construída através dos mecanismos simbólicos e estéticos pelos quais a linguagem da comunicação de massa tentará transformar as rugas de todo um passado de práticas políticas arcaicas num modelo de modernidade e eficiência administrativa; e uma queda escandalosa que sempre estará contribuindo para o aumento do negativismo e da indiferença que caracterizam a alardeada “crise da política”.

Thompson (2002: 152) faz um alerta sobre a exaustão do escândalo, quando ele deixa de ser uma ocorrência excepcional para tornar-se característica endêmica na cultura política contemporânea: o ciclo de escândalos gera cansaço, cessando de despertar indignação ou mesmo interesse. As doses de emoção envolvidas nos escândalos precisam ser cada vez mais intensas, produzindo no público uma perigosa indiferença, acostumando-o à sua produção, até que os escândalos apareçam com frequência prevista, perdendo gradualmente seu valor de notícia e sua capacidade de gerar reações. Foi o que aconteceu em 2006; apesar da aparentemente interminável seqüência de escândalos que atingiu o seu governo, o presidente Lula conseguiu reeleger-se de maneira relativamente tranqüila.

A supressão de mecanismos explicativos da complexidade intrínseca à política de seu campo de representação, em favor de modos de maior apelo mercadológico e significação afetiva, bem como a formatação informacional dos conteúdos políticos dentro dos parâmetros regentes da cultura de massas, revelam-se contribuintes do estágio de banalização do escândalo político e de todos os problemas conseqüentes, sendo o mais grave deles a limitação da participação democrática ao ato desinteressado de votar.

A resistência em encarar a tradução midiática da política como um domínio separado das demais categorias discursivas, submetendo-a ao mesmo registro das construções simplificadas dos universos ficcionais, é uma das chaves para entender o desencantamento, a frustração e o desinteresse, cujas incidências sobre a política parecem ser ilimitadas, desgastando-a e afastando-a cada vez mais do horizonte cotidiano dos cidadãos.

Referências bibliográficas

- ALDÉ, Alessandra. *A construção da política*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.
- BOORSTIN, Daniel J. *The image: a guide to pseudo-events in America*. Nova York: Atheneum, 1962.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 [1967].
- GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- MENDONÇA, Kátia. *A salvação pelo espetáculo: mito do herói e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Topbooks, 2002.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Vol. I. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- _____. *Existe consciência ética na imprensa?* In: PAIVA, Raquel. *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- THOMPSON, John B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

