

O drama na política¹

Maria Izabel MUNIZ²
Afonso de ALBUQUERQUE³
Universidade Federal Fluminense, RJ

RESUMO

Política e melodrama parecem atuar em campos opostos, sendo um pautado pela razão, e o outro motivado pela emoção. Em algumas tessituras narrativas essa afirmação pode ser verdadeira, mas nas campanhas eleitorais, a construção e reafirmação da imagem política se utiliza de ambos como forma de engajamento do público. A dramatização do cotidiano é aproveitada pelos políticos como forma de construção de heróis, esses, propagadores dos deveres sociais, através de uma pedagogia moralizante das sensações.

PALAVRAS-CHAVE: melodrama; política; razão; emoção.

Política é um daqueles termos que todos acham que sabem o que é por exercício, a reivindicam, mas pouco se aprofundam sobre seu alcance e uso, com exceções. Dois aspectos básicos dividem as opiniões sobre o que vem a ser política: o *Poder do exercício* ou, o exercício do poder pelo *Estado*. Vale enfatizar que, nos dois aspectos, a política precisa ser conquistada, e para isso, candidatos, partidos e eleitores se valem de recursos melodramáticos para atingirem a causa, mesmo não isentos de julgamento de valor.

A campanha política não se inicia com a Propaganda Eleitoral Gratuita (HGPE),

¹ Trabalho realizado para disciplina de conclusão de curso I – 2009.1;

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Estudos Culturais e Mídia - UFF, email: izabel.muniz@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Estudos Culturais e Mídia - UFF, email: afonsoal@uol.com.br

nem se finda ao seu término, ela faz parte de um processo de relações constantes, que englobam conflitos, alianças, construções e desconstruções de cenários e personagens, algumas vezes são apenas ordenações metafóricas. Alguns autores defendem que esse processo faz parte de uma ‘cultura política’, havendo uma hiper-ritualização do cotidiano e das práticas, antes de se assumir o poder, durante e depois. “As campanhas, nessa concepção, foram percebidas como grandes cenários, sinalizando enredos relativos à constituição de lugares sociais, crenças e visões de mundo; enredos permeados de conflitos ou oposições circunstanciais ao tema da representação política” (BARREIRA, 1998, p.18).

Na modernidade, as crenças espirituais e os rituais começam a ser gradativamente substituídos por valores morais, que são difundidos através da *pedagogia moralizante*, que se utiliza da matriz melodramática do excesso para dramatizar a vida das pessoas.

“(…) Melodrama é, portanto, normalmente, não apenas um drama moralista, mas o drama da moralidade; ele luta para encontrar, articular, demonstrar, provar a existência de uma instância moral que, embora colocada em questão, mascarada pela vilania e pelas perversões de julgamento, existe e pode se fazer uma força presente e categórica entre os homens” (BROOKS, 1995,2).

Com a política não é diferente, assim como as demais categorias artísticas e sociais, ela se utiliza da estética melodramática para atingir o povo, fossem nos discursos orais dos séculos passados ou nas mega-produções audiovisuais de hoje. Há uma intenção de fazer representar as classes ou o poder, em troca do engajamento. Para isso, a política mantém o rótulo de racionalidade absoluta sobre as decisões no meio, mesmo sendo um universo carregado de sentidos, alternando-se entre momentos de legitimação da racionalidade, e de construção de espaços de representação.

As teorias políticas que tomam como base a teoria econômica da racionalidade

descartam a relevância do uso do melodrama na decisão do voto, assim como ignoram a personalidade individual do sujeito na escolha do candidato, seus desejos, anseios e conhecimentos. Escolher um candidato pela sedução, pelo aspecto emocional, seria um ato irracional, já que seria o uso de um expediente político para um fim não político. “A função política das eleições numa democracia, presumimos, é selecionar um governo. Portanto, comportamento racional vinculado às eleições é comportamento orientado para esse fim e nenhum outro” (DOWNS, 1999, p.29).

Com base na premissa racionalista acima, imagens de pobreza, violência, entre outros temas, associados a uma música de impacto e discursos de atemorização, comum ao HGPE, não fazem diferença nas campanhas eleitorais, uma vez que eleitor não associa essas narrativas às suas necessidades individuais, mas sim ao todo, agindo com a razão, mesmo que essa não lhe garanta soluções aos seus problemas, reforçados capítulo a capítulo pelo candidato em seus programas.

Se analisarmos com um mínimo de cuidado uma campanha eleitoral nos moldes atuais, percebemos que a afirmação acima se trata de uma falácia, já que as sensações são trabalhadas de diferentes formas e fazem grande diferença na decisão do voto, mas isso não faz desse um voto irracional. A criação da política se dá em meio às mudanças nas relações sociais, uma vez que se rompem com alguns poderes ‘dados’. O povo representado pelo teatro no início do melodrama, é o povo resultado do sistema político vigente. Alguns autores apontam uma distância grande entre a razão e a emoção, mas não são termos opostos, uma vez que o melodrama passa a ser uma visão de mundo na modernidade, influenciando nos pensamentos racionais dos sujeitos.

O pensamento puramente racional necessita de uma ordem social previsível e controlada em sua totalidade, prática inviável após o rompimento com as crenças e valores pré-modernos, uma vez que as percepções de mundo se modificam.

“Assim como o produtor racional deve ser capaz de fazer previsões razoavelmente precisas de sua demanda e custos, se é que vai investir de modo inteligente, o homem racional na política deve ser capaz de prever aproximadamente o comportamento de outros cidadãos e do governo” (DOWNS, 1999, p.32)

A construção de uma imagem política se dá antes de qualquer consciência do melodrama como gênero. Até mesmo a monarquia tinha centralizado na figura do Rei uma série de valores já propagados anteriormente ao seu povo, como forma de manutenção de seus seguidores. Na modernidade, após o rompimento com crenças e valores sagrados, entra em cena uma imaginação melodramática, significativa aos pensamentos e decisões do sujeito, até mesmo na cena política.

O gênero melodramático

O melodrama enquanto gênero, em fins do século XVIII e início do XIX, é mais recente que o reconhecimento do ato de se fazer política, embora o drama popular já estivesse em pauta nos teatros. No período, não existia ainda a consciência de uma estética melodramática, mesmo que já fosse usada como forma de representação de grupos distintos. A produção de representações do cotidiano em diferentes classes, seja como crítica ou como mero retrato, são comuns tanto no ato da construção política, como no melodrama.

Três fases organizam o desenvolvimento do melodrama:

“ (...) no início do século XVIII - o *melodrama clássico*, que envolvia questões familiares e expressava uma valorização da vida privada; em meados do mesmo século, o *melodrama romântico*, em que prevaleciam temas de amor, a figura do herói, tendo presença marcante na literatura e, fins do século XVIII e início

do XIX, o *melodrama diversificado*, que sofre forte influência no audiovisual, com um certo tempero realista“ (THOMASSEAU, 2005, p. 16).

Nas décadas seguintes, o melodrama vai deixando de ser apenas um gênero e passa a atuar na imaginação social, *imaginação melodramática*, que seria uma visão de mundo. Esse modo de ver o mundo parte de uma lente permeada dos valores sociais moralizantes, em que aspectos intimistas são trazidos para cena no âmbito sensível, deixando que o privado invada o público sem constrangimentos.

“(…) enxergamos que a imaginação melodramática (mesmo que não a do melodrama em si) está mais presente do que nunca, e em espaços antes impensados (documentários, por exemplo), pois ainda vem a encenar questões importantes com respeito ao papel da moral num mundo que vive mais intensamente ainda a hipertrofia da vida privada” (BALTAR, 2007, p. 08)

Nesse contexto, a pedagogia moralizante e das sensações é fundamental para manter uma ‘ordem’, antes centralizada no poder político, mas que agora sobrevive com base na imaginação.

O gênero melodramático se manifesta através de categorias de excesso como: reiteração e obviedade (narrativa em superfície, se dá no âmbito da ação); simbolização exacerbada (exagero de metáforas visuais) e antecipação. Essas categorias são utilizadas com base em uma *pedagogia moralizante* e através de estímulos às sensações. No caso do HGPE também é pertinente a utilização de outras matrizes do excesso, como: engajamento (afetivo), identificação e comoção.

O drama na política

O melodrama em sua terceira fase, ou seja, o gênero com forte influência no

audiovisual, o mesmo utilizado pela propaganda política na televisão, muda o foco da campanha eleitoral, que passa dos partidos à imagem do político, uma personalização da política.

Dos anos 1980 em diante, já se vive uma terceira fase também na política, período ainda mais propício ao uso de categorias melodramáticas. Nessa fase, os desejos, necessidades e tendências do eleitor são pesquisados para produção de uma campanha focada do espectador, havendo uma espetacularização de si. Para Afonso Albuquerque:

“(...) Edelman emprega o termo “espetáculo político” para significar uma ordem política na qual os media constroem - através do recurso à dramatização, à personalização e à simplificação - uma realidade atraente para o consumo do público e, desse modo, colaboram para adequá-lo a um papel passivo diante dos eventos políticos, em proveito das elites” (ALBUQUERQUE, 1999, p. 31).

Assim, é como se a escolha do candidato entrasse em uma disputa de consumo, em que profissionais especializados trabalham com recursos diversos, entre eles o melodrama, para atrair seus consumidores, no caso, os eleitores. O candidato passa de governante racionalmente escolhido para o bem comum, para herói, que irá solucionar a angústia individual. Esse engajamento do indivíduo passa a ser afetivo, se dá por meios de categorias do excesso como identificação e comoção, por exemplo.

Um caso marcante na política brasileira foi a eleição e reeleição do presidente Luís Inácio Lula da Silva. O atual presidente não sustentou suas campanhas que tiveram êxito, com foco nas questões partidárias. O candidato eleito foi o Lula construído com forte uso da matriz do excesso - o operário, pobre e sem estudo, como muitos brasileiros (identificação); aquele que superou dificuldades diversas e conseguiu chegar até ali (comoção); o candidato que aperta a mão do povo, que é o povo (engajamento).

No modelo eleitoral brasileiro, que dá grande destaque à campanha pela TV, o

melodrama pode, em alguns usos, ser comparado ao que observamos na telenovela, filmes e demais produtos audiovisuais. Um dos elementos que aproxima a campanha na TV de uma telenovela, por exemplo, é a construção em capítulos, em que se estrutura com base em temas de interesse e reconhecimento público, gerando dia-a-dia um elo *emocional* entre quem fala e quem assiste.

No HGPE, a vida privada do Lula é trazida como exemplo moralizante, fala-se muito de sua trajetória pessoal para reforçar a sua consagração pública. Cria-se assim, um modelo moral de bondade, de luta, de esperança, etc. Através da privacidade, cria-se uma intimidade com o telespectador, fator que estimula a confiança, o que faz com que possamos criar uma identificação com o Lula candidato, alcançando o engajamento pelo seu discurso, como nos trechos abaixo.

“Nesse programa eleitoral a figura principal não é o candidato, a figura principal é você.” - (HGPE - 1989, Lula - Rede Povo)

“Toda vez que venho a Caetés me dá um sentimento muito forte, porque hoje eu tenho mais clareza do que foi a vida da minha mãe e nossa quando a gente era pequeno aqui em Caetés. Eu sou o caçula dos homens, minha mãe teve oito filhos. Minha mãe se chamava Eurides Ferreira de Melo, mas a gente sempre tratava ela como Euri. O meu pai chamava Aristides da Silva, meu pai foi embora para São Paulo. Nesse tempo eu tinha um TL, era chic ter um TL, torneiro mecânico naquela época podia comprar um TL (...)”. - (HGPE - 2002, Lula - Origem Social)

Os fragmentos citados se referem às duas campanhas eleitorais separadas por mais de uma década, a primeira, a campanha do Lula em 1989 e a segunda, a campanha do mesmo em 2002. O principal a observar é que, nas duas campanhas, a espetacularização do eu, o foco nas emoções dos personagens envolvidos, suas necessidades e desejos, seja do candidato ou do eleitor, estão em destaque, através do discurso direto ou em forma de representação. A matriz de excesso é uma ferramenta

eficaz na construção dessas narrativas.

Outro recurso trabalhado na campanha de Lula é a construção de um herói, que sobreviveu às dificuldades na vida pessoal e às acusações na vida política, vide a forma como saiu sem arranhões das acusações sobre o *mensalão*. É interessante observar como a esfera personalista de 2002, passa as acusações para a imagem do partido, mantendo Lula ileso.

Essa relação com o candidato pode ser comparada à relação que os súditos tinham com o rei no regime monárquico, em que o soberano teria dois corpos: um corpo humano, que nasce, vive, adocece, envelhece e morre, e um corpo político místico, perene e imortal. “O rei, pela graça de Deus é a imitação de Jesus Cristo, por isso possui duas naturezas: a humana, mortal e a mística ou divina, imortal” (KANTOROWICZ, 1998).

Considerações Finais

A eficácia do processo de ‘melodramatização’ da política pode ser vista pela manutenção do formato das campanhas produzidas para televisão, com uma mudança superficial do personagem, mas a manutenção da estratégia. Com isso, é cada vez mais crescente a gama de profissionais especializados na produção de propaganda para TV, com estratégias semelhantes às das propagandas comerciais, em que as sensações e desejos são motivados, não para compra monetária, mas para escolha através do engajamento ou identificação com o personagem/candidato.

Reconhecer a utilização do melodrama pelas campanhas políticas é o mesmo que admitir que a razão não é a única forma de decisão de voto ao candidato, já que as escolhas do eleitor vão além de decisões pautadas nos resultados coletivos, sendo preciso levar em conta suas subjetividades. Não cabe classificar o uso de matrizes do

melodrama como uma estratégia boa ou ruim, seria reducionista demais, mas vale reconhecer que a decisão do voto vai além de teorias racionalistas e objetivas.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso. “Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão”. Niterói: Universidade Federal Fluminense. Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação (MCII), 1999.
- BALTAR, Mariana. “Realidade lacrimosa - diálogos entre o universo do documentário e a imaginação melodramática”. Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, 2007.
- BARREIRA, Irllys. “Chuva de Prata: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil”. Rio de Janeiro: Relume Dumará’, 1998.
- BROOKS, Peter. “The Melodramatic Imagination Balzac, Henry James, melodrama and the Mode of Excess. Yale: Yale University Press, 1995.
- DOWNS, Anthony. “Uma Teoria Política da Democracia”. 1999.
- KANTOROWICZ, Ernst. “Os dois corpos do rei: um estudo sobre teologia política medieval”. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- THOMASSEAU, Jean-Marie. “O Melodrama”. São Paulo: Perspectiva, 2005.