



O espetáculo das eleições¹

Josiele Freire Soeiro²

Herôn Victor Gurjão Farias³

Professor: Marcus Dickson⁴

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Trabalho realizado a partir da música “O Circo” da banda Medulla, A partir de tal música, o vídeo começa com a campanha da Justiça Eleitoral 2008, seguindo com imagens paradas juntamente com a narração da música, intercalando imagens de campanhas eleitorais com imagens que remetem ao circo, como ilusionistas, palhaços, malabaristas, etc. As imagens são dispostas no vídeo seguindo o ritmo da música, seguindo também a narrativa que remete justamente ao fato de as campanhas serem um espetáculo circense, após essas imagens, próximo ao fim, volta ao final do vídeo uma cena da campanha da Justiça Eleitoral, com o fim de dar mais uma mensagem, finalizando com a última imagem do vídeo dando um último recado ao eleitor.

PALAVRAS-CHAVE: Circo Eleições; Espetáculo; mídia; política

INTRODUÇÃO

Durante o período das campanhas políticas, observa-se a massificação de propagandas dos candidatos a cargos políticos. São músicas, jingles, cartazes, outdoors, festas, showmícios, números de chapas pintadas em muros, sem falar das propagandas que atacam o partido opositor. As mídias empregadas nestes tipos de campanhas são inúmeras e variam de acordo com o poder, quanto mais alto o investimento maior poderá ser o retorno em forma de reconhecimento do candidato. Isto pode ser visto tanto a nível local quanto a nível mundial, os candidatos não medem esforços para persuadir o eleitor e se valem de todos os recursos possíveis para serem notados por quem pode os eleger. Começa aí a guerra de propagandas e contrapropagandas, repetitivas, massificadas e apelativas. Esta guerra de recursos e aparências se transforma num espetáculo, é a espetacularização da política.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Produção Multimídia, modalidade _____.

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: siele_soeiro@hotmail.com.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: heronvictor03@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, email: mdickson_34@hotmail.com.

“As imagens são muito valorizadas, num tempo em que se prefere a imagem à causa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser”⁵. Passar uma idéia de segurança ainda que falsa ou medíocre destaca o candidato positivamente, exemplo disso é o muito utilizado “V” da vitória o qual pode às vezes, por coincidência representar também a inicial do nome de um futuro representante do povo. Neste caso ainda, fazer fotos com o povo é uma estratégia populista antiga, mas que é resgatada e utilizada até hoje com sucesso.

“(…) O espetáculo é assim uma atividade especializada que fala pelo conjunto das outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica perante si própria, (...) onde o mais arcaico é também o mais moderno” Guy Debord, *A sociedade do espetáculo*.

As músicas de campanhas são sempre de letras fáceis para decorar, exaltam o pretendente a determinado cargo político, prometendo sempre mudança. Os mesmos dificilmente inventam suas músicas, pois quase sempre usam as melodias mais ouvidas por grande parte de seus eleitores e constroem suas letras parciais e otimistas em cima delas, tornando suas respectivas campanhas mais familiares e que inspiram certa confiança. O povo se surpreende repetindo automaticamente as músicas e sem perceber acaba gostando de tais ritmos e possivelmente do candidato, depois o mesmo povo afirma que votou consciente.

“O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda consciência. Por ser algo separado, ele é o foco do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que a realiza não é outra coisa se não a linguagem oficial da separação consolidada. Guy Debord, *A sociedade do espetáculo*

A idéia de identidade predomina implícita em quase todas as campanhas. Músicas e imagens são só alguns dos muitos recursos que podem ser usados em tais propagandas. Na hora do contato é muito importante, por exemplo, carregar uma criança, abraçar um idoso, apertar na mão de uma doméstica. Sem falar na apropriação e uso de elementos culturais, como carregar a imagem de um padroeiro da cidade, onde a grande parte da população é predominantemente católica. Isto tudo realça a afeição da maioria de

⁵ Guy de Board, *A Sociedade do Espetáculo*.



peessoas de uma determinada cidade. Cada gesto desses garante pelo menos um voto, então todos os adversários também se preocupam em fazer a mesma coisa e mais uma vez inicia uma disputa para conquistar a simpatia do povo. Fazer shows com artistas regionais e famosos podem também marcar uma campanha bem sucedida, ainda mais se os artistas aparecerem abraçados aos candidatos ou interpretarem suas respectivas músicas de campanha. Essas façanhas geralmente funcionam e fazem parte de um bom espetáculo de aparências. Por isso, o espetáculo não é só um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizadas por imagens, como afirma Guy Debord.

A atual espetacularização da política nos faz lembrar e comparar a outro espetáculo de séculos atrás, a famosa política de pão e circo, onde o povo se distraia a base de espetáculos e pão, hoje ainda se faz a mesma coisa só que numa vertente mais moderna, onde dominam os showmícios e a famosa cesta básica. Esses supostos benefícios parecem ser gratuitos, mas agora se é obrigado manter o circo, pagando pelos shows e espetáculos impostos a toda hora, a partir do momento em que se possui o título de eleitor, dito um direito do cidadão o qual soa mais como obrigação tê-lo.

Em quanto alguns se ocupam em montar espetáculos exibicionistas preparando shows para o público, o mesmo sofre com o descaso e a miséria. Recursos infundáveis são gastos com diversos tipos de mídias que apresentados a todo instante irritam o cidadão, cada vez mais cansado das mesmas propostas. Porém, não parece haver pretensão de candidatos em gastar menos em comerciais políticos para maiores investimentos em educação e saúde, por exemplo. Mesmo participando da velha política de pão circo, a sociedade do espetáculo perece em frente aos mesmos, hipnotizada e com a barriga roncando de fome.

Recursos midiáticos como, cartazes, panfletos, santinhos, adesivos, fotos e supostos ibopes não são suficiente para quem deseja chegar ao poder, vale até se aliar ao adversário, denunciar, fingir brigar, pois entre tantas estratégias a principal e não sair nunca das pautas dos grandes meios de comunicação. O que realmente chama atenção é o espetáculo produzido com tudo isso, este movimentada a política em muitos países como o Brasil, por exemplo. São incontáveis as manchetes de revistas, jornais e internet que noticiam escândalos e corrupção, quando isto tudo está bem em grave vem uma copa, uma



novela um desastre que acaba apagando a memória do povo ou já é tempo de uma nova eleição, um novo show, um novo espetáculo.

Podemos dizer que os grandes meios mediáticos são que simples mediadores desse processo de espetacularização consolidada na política. Esses meios são antes de tudo os animadores do espetáculo, os responsáveis por não deixar o show acabar. São eles que enfatizam as notícias sobre a defasada política, é por meio deles também, que se divulga os ibopes, confiáveis ou não. São eles ainda que promovem os tradicionais debates entre candidatos adversários às vésperas das eleições. Esses meios querem literalmente ver “o circo pegar fogo”.

Comparando a espetacularização da política a um espetáculo circense, na música, são utilizadas várias metáforas, para não dizer eufemismos. Onde as eleições são transformadas em circo pela mídia. A mídia tem funções, como anunciar e animar o espetáculo. Os números do espetáculo ficam por conta dos candidatos ao poder público, os quais exibem números como o mensalão, por exemplo.

OBJETIVO

O vídeo foi criado com a finalidade de desconstruir na cabeça do eleitor, a idéia que “quem ganha às eleições é o melhor candidato”, quando na verdade sabemos que a realidade é outra. O que vemos na mídia é que o candidato eleito pela população é sempre aquele que produz a campanha mais elaborada, ou seja, o candidato com mais recursos, sendo assim, as eleições não passam de um circo manipulado pela mídia, onde o eleitor faz a opção pela campanha mais sedutora e não pelo candidato mais preparado.

JUSTIFICATIVA

Notando a forma como os discursos políticos são construídos no mundo todo e percebendo o contínuo fluxo de mensagens e propagandas eleitorais tendenciosas que mais agridem do que convencem a sociedade produzimos este videoclipe inspirados na música “O circo” da banda de Rock Medulla, com a finalidade de apontar a espetacularização contida no sistema político, que acontece principalmente durante o tempo de eleições, e desconstruir estes discursos a partir de metáforas e comparações que a música



da banda de rock possibilita. Os elementos circenses dão um tom de ironia e ajudam a desconstruir de forma bem-humorada alguns dos tantos discursos presentes nas eleições, por exemplo.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Instigados pelo rock “O circo” da banda Medulla, construímos o vídeo a partir da letra. Utilizamos imagens paradas e pedaços de vídeo da campanha política da Justiça eleitoral brasileira de 2008. As imagens paradas são de fotos de candidatos, fotos de candidatos com o povo, desenhos animados, charges, caricaturas, figuras de elementos circenses, figuras da internet que satirizam escândalos como o mensalão, por exemplo, entre outras.

DESCRIÇÃO

O espetáculo das eleições é um vídeo com imagens paradas que seguem uma sequência narrativa contada pela música, começa por um pedaço do vídeo usado pela justiça eleitoral nas eleições de 2008 e seguem com a sequência de imagens paradas as quais obedecem a narrativa da música, comparando de uma forma inovadora as eleições a um espetáculo de circo.

CONSIDERAÇÕES

A produção deste trabalho, contriuu principalmente no que diz respeito a forma como as eleições são tomadas como um mero espetáculo produzido para entreter a população e assim, até mesmo manipular os resultados, pois, como nós da equipe percebemos e já falamos, os eleitores elegem não o candidato, mas sim, a campanha mais bem dotada de recursos para entrete-los, assim, nota-se que até mesmo o discurso dos candidatos, acabam por caminhar para este lado, ou seja, tal discurso é moldado para seduzir a população, fazendo com que nós, eleitores, tenhamos a escolha pela melhor campanha. Assim, pelo fato de a equipe ser formada por um publicitário e um jornalista, acabamos por ver a integração dos dois cursos na produção do trabalho, já que o objeto de estudo é incomum, a Comunicação, facilitando a complementação de visões e de profissões para uma finalidade comum a ambos.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**.
www.ebookbrasil.com/eLibres/socespetaculo.html
- CAPISTRANO, I. **Artigo: Propaganda, felicidade e consumo**. www.bocc.ibi.pt
- MARCONDES, **Ciro. Linguagem da sedução**. São Paulo. Perspectiva, 1988.