

Espaço Público e Acontecimento

CALEIDOSCÓPIO

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO POLÍTICO-MIDIÁTICO

*Seus filhos erravam cegos pelo continente
Levavam pedras feito penitentes
Erguendo estranhas catedrais
E um dia final tinham direito
A uma alegria fugaz
Uma ofegante epidemia
Que se chamava carnaval
(Vai Passar – C. Buarque e F. Hime)*

Introdução

Este artigo analisa o processo de transformação de determinados acontecimentos públicos em espetáculos político-midiáticos, categoria que expressa a hipótese de que estes acontecimentos são capazes de mobilizar indivíduos, sociedade, instituições políticas e se impõem aos meios de comunicação – mídia. São aqueles relacionados ao interesse público, aos direitos humanos, à vida e à morte e, como tal, atraem a imprensa, as instituições públicas e privadas e desequilibram a ordem das coisas, devido ao seu impacto como fenômeno meteorológico (*tsunamis*, terremotos) ou a morte inesperada de uma celebridade (Ayrton Senna). Sem o mesmo impacto proporcionado pelo inusitado, encontram-se eventos estrategicamente planejados (no mundo do esporte, por exemplo) cuja grandiosidade é igualmente mobilizadora. Para que ocorra essa passagem – do acontecimento público a espetáculo político-midiático – entendida como a adoção do acontecimento no campo político e no campo da comunicação

Maria Helena Weber

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
(UFRGS), Brasil

MARIA HELENA WEBER

mediática é preciso que a sua natureza possua qualidade suficiente para gerar comoção social, ser rentável do ponto de vista simbólico, político e econômico e gerar repercussão e imagem pública.

Um acontecimento público poderá ser transformado em espetáculo político-midiático e, como tal, permanecer como pauta por tempo indeterminado, citado em diferentes discursos e sendo recuperado na grade de programação midiática, quando nele forem identificadas determinadas singularidades, especificamente: a *natureza do acontecimento* e a sua estrutura vital; a *qualidade do acontecimento* (a essência que permanece o mantém vivo); *autonomia do acontecimento* (em relação a instituições, tempo e modo de ocorrer); *passionalidade no acontecimento* (capacidade de mobilizar paixões individuais e coletivas); *ideais coletivos* do acontecimento (identificação coletiva com ideais comuns) e os *rituais de origem do acontecimento* (reconhecimento de ritos atávicos).

Quando um acontecimento – programado ou inusitado – é suficientemente poderoso para provocar impactos na vida dos indivíduos e na sociedade, ele se impõe aos meios de comunicação de massa e atrai as instituições políticas e essa convergência permite identificar a existência de um espetáculo hibridizado entre a política e a mídia (espetáculo político-midiático) como espaço estratégico de visibilidade e projeção de sujeitos e instituições. Esse processo exige enquadramentos do acontecimento na estética e linguagem da mídia, bem como sua entrada como pauta e conseqüente tradução para o jornalismo, propaganda e entretenimento, de modo a mobilizar a atenção pública. Como tal, será comercializado e consumido dentro dos princípios do marketing, gerando lucros financeiros e institucionais.

O raro espetáculo político-midiático permite identificar a confluência entre os poderes da sociedade, do indivíduo, da política e da mídia, sendo que as paixões e os afetos são os dispositivos para a compreensão teórica do acontecimento e sua transformação em espetáculo. Imanente à comunicação midiática, a passionalidade é o ingrediente natural da vocação da mídia, o que aproxima cada vez mais a matéria informativa da estética publicitária, a tragédia do humor, a morte da vida. Mesmo com a participação ativa das instituições políticas, a hibridação do acontecimento é um processo de visibilidade intensa desencadeado e controlado pelo espaço midiático capaz de traduzir o acontecimento e comercializar o espetáculo. Como resultado, ocorre a *partição da imagem* entre as organizações que do acontecimento se apropriaram e a ele se associaram. Esta contínua reverência só é possível porque a estrutura vital do acontecimento permanece aberta e oferece mais informações, outros ângulos e dados capazes de alimentar notícias, programas e discursos. Mesmo que os poderes saiam de cena. A qualidade do acontecimento possui seu próprio tempo e se mantém na memória coletiva enquanto os meios de comunicação ou as instituições políticas desejarem.

A fabricação do espetáculo inicia quando os poderes da mídia, da política, das organizações e da sociedade se apropriam de acontecimentos públicos singulares e potencialmente espetaculares, cuja vitalidade poderá beneficiar poderes e mobilizar paixões. Neste percurso metodológico, importa entender a hibridação (como processo) e permanência (como resultado) na fabricação de espetáculos político-midiáticos.

O acontecimento público

Um acontecimento público é capaz de causar impactos, desordens e mobilizar indivíduos, sociedade, instituições políticas e organizações midiáticas, pois sua ocorrência está atrelada à vida, à morte ou ao interesse público, como escândalos, manifestações públicas, celebrações esportivas, catástrofes ou a morte de celebridades. Esse tipo de acontecimento é capaz de despertar paixões individuais ou coletivas e propicia a convergência da política e da mídia que ocorre a partir da identificação da sua estrutura vital, da sua natureza que contém qualidade, autonomia, passionalidade, identificação com ideais coletivos e vinculação com rituais de origem.

Natureza e estrutura vital do acontecimento – Alguns acontecimentos alteram o cotidiano e irrompem dos campos político, social, religioso, cultural, institucional e da própria natureza. Provocam reações públicas, ocupação do tempo e do espaço midiáticos e manifestações de interesse político. São diferentes em sua natureza e origens e, conseqüentemente, no interesse que despertam. Podem ser inusitados, inesperados ou planejados estrategicamente.

Os *acontecimentos políticos*, em geral planejados, abrangem cerimônias de posse de dirigentes políticos, eleições, inquéritos, plebiscitos, mudanças na política econômica, mudanças de moeda, acordos nacionais e internacionais, desfiles cívicos, eventos diplomáticos, comemorações de efemérides, inaugurações e outros. O investimento burocrático e institucional é destinado à obtenção de visibilidade e produção de imagem pública favorável. Para tanto, dependem intensamente da propaganda e da informação dos meios de comunicação de massa: dos desfiles nazi-fascistas à comemoração de uma eleição. O acontecimento inusitado da política diz respeito, por exemplo, ao escândalo político – esmiuçado por Thompson (2000) – quando transgressões e segredos de cunho privado são expostos por terem agredido a ética e o exercício da vida pública. Dois outros tipos se impõem aos governos: a irrupção de atos terroristas de grandes proporções (e os exemplos das últimas décadas são muitos) que desequilibram a ordem mundial e fazem vítimas fora do campo de batalha das guerras, reduzido por Melo (2002) a “marketing do terror”. Os *acontecimentos da natureza* também estão vinculados à política, já que fenômenos naturais desproporcionais como enchentes, maremotos, terremotos, furacões, *tsunamis* provocam destruições e exigem decisões, pois tanto atraem a solidariedade quanto expõem a (in)capacidade dos governos de responder e se promover.

Também relacionados ao campo político, os *acontecimentos sociais* são determinados pelo movimento da sociedade organizada e, como resposta ao campo político, assumem o formato de reivindicação, ataque ou apoio. Na rua, perto aos palácios governamentais ou nas galerias dos parlamentos, diariamente, algum meio registra, em algum lugar do mundo, invasões, manifestações com a presença de centenas de pessoas em busca de igualdade, qualidade de vida, paz, comida, terra, justiça, enfim, direito à vida. A resposta a estas vozes está nas mudanças políticas ou no silêncio dos governantes, como em 2003, quando milhões de pessoas protestaram em todo o mundo contra a Invasão do Iraque pelos Estados Unidos e aliados com ampla visibilidade. Essa unanimidade repercutiu intensamente para uma esfera política surda.

MARIA HELENA WEBER

Historicamente, os *acontecimentos religiosos* podem ser associados à política, porquanto ações de poder. Planejados a partir de efemérides e da dimensão divina da humanidade, podem ser identificados nos rituais, em ruas e templos, como o espaço da transcendência, das superstições, do medo (da morte, da punição) e da esperança (a busca da felicidade, do perdão). Os *acontecimentos da cultura* dependem cada vez mais do investimento político e são importantes porque estão mais próximos dos sentimentos alegres e da representação da vida, como demonstram os gritos e cantos das festas populares, carnaval, competições esportivas, *shows*; o impacto do grotesco e da beleza na arte, literatura, teatro, dança, cinema, dança, música, etc. Além disso, pode-se pensar em espaços da cultura como locais e produção de acontecimentos. É o caso de museus, feiras, bienais, festivais, concursos, mostras entre a cultura de um povo e o incentivo governamental. No entanto, é no esporte que se situam os grandes acontecimentos da cultura – e as grandes paixões – cuja demanda e participação movimentam vultuosos recursos financeiros em benefício de países, cidades e grupos envolvidos com os campeonatos mundiais e regionais de futebol, Olimpíadas, Copa do Mundo, disputas automobilísticas e outros.

Os acontecimentos da cultura são marcados pela institucionalidade porquanto patrocinados por organizações públicas e privadas, com objetivos estratégicos e repercussão que beneficiam a imagem pública e geram lucros. É o espaço onde são criados os heróis, mitos que podem ser “comprados” com passes em valores que não permitem a comparação com nenhuma outra atividade profissional.

Qualidade e essência do acontecimento – A permanência de um acontecimento está na capacidade de capturar a sua qualidade e importância para os poderes envolvidos, na amplitude de sua repercussão, a partir de impactos (fato inusitado) ou da combinação de interesses (fato planejado estrategicamente). Significa dizer que existem potencialidades diferentes em cada acontecimento que o tornam suscetível à transformação em espetáculo.

Para cada natureza há uma qualidade específica. As instituições políticas detêm os instrumentos de intervenção na vida cotidiana – da complexa burocracia, da execução de políticas públicas ao acesso à alimentação, cultura e informação. A força dos acontecimentos sociais, por exemplo, está na capacidade de mobilização da sociedade e indivíduos dirigida por motivos políticos, passionais, religiosos. Sob o impulso de seu maior capital – a paixão – intervêm e constroem (mesmo simbolicamente) os poderes constituídos; sustentam ações culturais, carnavais e funerais. Com medo, raiva ou alegria reivindicam e celebram a vida e a morte.

A qualidade do acontecimento público está na memória reativada pelo espetáculo político-midiático que o reabastece mesmo longínquo da sua data e origem. A qualidade é a essência, a sua verdade e a sua integridade que o torna passível de espetacularização e rentável a cada representação. Nessa qualidade é possível identificar a *permanência* da estrutura vital do acontecimento, como algo que sobra, que vai além do espetáculo e remete à questão das paixões, do poder dos sujeitos dos quais depende a memória sobre o acontecimento. Trata-se do reconhecimento sobre a qualidade real dos desportistas e suas marcas de superação, dos ídolos artistas, de carismáticos políticos. Trata-se de algo genuíno que ultrapassa o tempo e sempre gera reações passionais públicas e privadas.

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPECTÁCULO...

Autonomia do acontecimento – A permanência de um acontecimento depende também da sua autonomia e do nível de subordinação em relação a instituições e sujeitos da política, da economia, da mídia e outros. As perguntas sobre determinadas catástrofes da natureza ou acidentes aéreos, por exemplo, poderão ser associadas a atitudes, tecnologias e investimentos de ordem governamental. Essa associação indireta exige respostas e amplia o interesse, a especulação, as reações públicas e, portanto, contribui para a construção do espetáculo político-midiático.

Os acontecimentos de natureza política não possuem nenhuma autonomia, na medida em que são planejados como estratégias de produção de visibilidade e imagem pública. Sendo a política o *locus* de produção da matéria essencial para a mídia, pois quaisquer ações e sujeitos políticos estarão sob a vigilância do olhar midiático, expostos na forma como desejam quando obedecem a pactos político-econômicos, ou expostos do modo como exige a ética da cobertura jornalística.

Os acontecimentos sociais têm mais autonomia em relação às mídias na medida em que, mesmo havendo necessidade de visibilidade para a defesa de interesses e reivindicações, não há uma dependência direta da ordem econômica, política ou midiática. A violência e os problemas sociais, mesmo banalizados, podem ascender a espetáculos político-midiáticos quando ocorrem confrontos explícitos e simbólicos. A subordinação a entidades de classe e associações faz desse acontecimento um modo de comunicação com a esfera política e a busca estratégica de visibilidade na esfera midiática. É o caso, no Brasil, do Movimento Sem Terra (MST).

A passionalidade do acontecimento – Essa é a característica que indica o impacto de um acontecimento sobre o sujeito ambíguo, dividido entre as paixões tristes e alegres, reações individuais e catarse coletiva. O medo e a esperança, a vida (a esperança) e a morte (medo), identificáveis em determinados acontecimentos, trazem à tona as paixões desordenadas que funcionam como dispositivo estratégico para a constituição do espetáculo político-midiático. Elas são indicadoras do poder do indivíduo em relação aos outros poderes que o assediam em busca de opinião, da identificação de seu comportamento para que possa ser persuadido como eleitor e consumidor.

Na disputa diária, as paixões – capital individual – aparecem e contagiam quando acionadas por movimentos reivindicatórios; tragédias coletivas; comemorações ou eventos fúnebres. Assim preenchem as ruas, os rituais e criam alegorias expressas em bandeiras e palavras de ordem. O medo e a esperança, na política, são somados e dirigidos ao futuro e acirram a raiva, ódio, vingança que fortalecem qualquer disputa. Do padecimento pela morte de grandes estadistas e líderes à ascensão e queda de presidentes, regimes e muros, a comoção dos indivíduos desencadeia ressurreições políticas, midiáticas e mercadológicas. O carisma dos líderes mortos, bem como as condições da morte, são determinantes para que seu legado individual e político gere outros espetáculos. Os rituais e cerimoniais políticos são cenas onde convive a ambigüidade entre a ratificação da esperança presente na retórica política e a vivência da que amplia as dúvidas, o medo em relação ao futuro. As eleições jogam com estas emoções de modo estratégico.

MARIA HELENA WEBER

Nas paixões reside o núcleo da estrutura vital dos acontecimentos que permite sua apropriação pelos poderes, desde que preservada a essência, porque a paixão é vulnerável e pertence a cada indivíduo. Da sua adequada manipulação entendem os ditadores e seus grandes espetáculos. Quanto maior a densidade simbólica do acontecimento, mais instigados serão os indivíduos a se manifestar e mais passional será o espetáculo político-midiático, beneficiando os investidores políticos e midiáticos. Da catarse à comercialização. Por exemplo, uma cerimônia religiosa é capaz de mobilizar a fé, esperança e lhes suscita a culpa, o perdão, assim como a tristeza pela morte pode ser exacerbada nos mais diferentes rituais, das carpideiras de choro ininterrupto à mesa de alimentos que celebra a vida do morto.

A presença dos indivíduos nos cenários do acontecimento mostra sua atuação no “teatro do mundo”, como afirma Sennet (1989: 61), por onde “circulam os retratos das pessoas em sua vida cotidiana” e aponta para o “homem como criatura de máscaras”. São estes papéis públicos que, ao serem “investidos de sentimento”, adquirem poder. A crença na *persona* do ator e nas convenções é transformada num expressivo instrumento da vida pública, onde o cidadão pode expor suas paixões e compartilhá-las com os poderes constituídos.

O ideal coletivo do acontecimento – Para a existência de um espetáculo político-midiático é fundamental que o acontecimento ocorra em território físico ou simbólico onde o indivíduo se veja; que indique seu pertencimento a algo que é comum a todos. O ideal coletivo se expressa a partir de uma identidade coletiva. A construção da história nacional é formada nas memórias individuais e coletivas constituídas de geração em geração pela comunicação oral ou midiática transmissora de diferentes universos simbólicos, de valores como a honra, a diferença em relação a outros povos, as conquistas, a luta pela terra, os grandes heróis, os grandes nomes. Como afirma Ortiz (1985: 135-6), a memória coletiva se aproxima do mito e se manifesta ritualmente. A memória nacional é da ordem da ideologia, ela é o produto de uma história social, não da ritualização da tradição. Enquanto história, ela se projeta para o futuro e não se limita a uma reprodução do passado, considerado como sagrado.

O simbolismo e os múltiplos significados da expressão ‘identidade nacional’ têm servido aos discursos político, acadêmico, poético, jornalístico, publicitário, bem como a todos os poderes e a todos os indivíduos, com diferentes matizes ideológicos. Mas a ordenação dos elementos simbólicos, globais, nacionais e populares que sustentam a idéia de uma identidade nacional é realizada, em última instância, pelo Estado como a totalidade que transcende e integra os elementos concretos da realidade social e delimita o quadro de construção da identidade nacional. É através de uma relação cultural e política que se constitui parte importante da identidade. Os momentos de mobilização nacional expressam de alguma maneira o interesse público, a preservação de um bem nacional.

Ocupando um lugar de “investimento privilegiado” no imaginário social (Riviére, 1989: 221), a política provoca o sujeito e a sociedade para uma relação ancestral, atávica com uma ordem universal. Nesta perspectiva, os acontecimentos trágicos ou ufanistas relacionados à política transformam sentimentos individuais em paixões coletivas. Aquele que morre e aquele que é celebrado serão um pouco de todos. O discurso da política e da mídia reforçará isso.

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO...

Os rituais de origem do acontecimento – Para cada acontecimento existem ritos, cerimônias, protocolos de fácil codificação que permitem ao indivíduo identificar-se e expor suas paixões em relação aos ideais coletivos que estabelecem as conexões entre diferentes rituais. Desfiles cívicos, cerimônias religiosas ou mobilizações sociais se fazem no vestuário, imagens, cores, adereços, instrumentos e gestualidade, assim como medalhas e condecoração, o traje do artista, a batina do papa, o cetro do rei, cortejo funerário, palácios, túmulos ou o pódio são indicadores de mitos e simbolismos ancestrais carregados de significados e de fácil reconhecimento. Os rituais comemorativos (nascimentos, casamentos, sagração) e os rituais fúnebres (cortejo fúnebre, derrotas, tragédias) se constituem no espaço privilegiado para a demonstração das paixões e fornecem as senhas para as cerimônias midiáticas. Na política e na religião encontram-se os rituais mais arcaicos e mais significativos à vida humana e, por isto, esta junção sempre viabiliza grandiosos e eloqüentes espetáculos. Cabe às mídias a sua retransmissão como *cerimônia midiática* e esta, mesmo utilizando as gramáticas comunicacionais e a sua ordem estética, não pode ser entendida como evento midiático. A memória, o tempo, a força dos rituais não permitem.

O acontecimento público que possui na sua estrutura vital indicadores de permanência poderá ser transformado em espetáculo político-midiático, pois haverá manancial suficiente para despertar paixões coletivas, relacionar a ideais coletivos, estabelecer vínculos e construir cerimônias. A mobilização coletiva das paixões colabora para a formulação dos discursos políticos e midiáticos; para a mistura entre o público e o privado; para as pantomimas da celebração ou do luto.

Política e espetáculo

Os espetáculos político-midiáticos não se parecem entre si, já que a sua singularidade é dada pelo acontecimento, da mesma maneira que a sua tradução obedecerá às características da mídia. A fabricação e grandiosidade do espetáculo dependem da participação e dos investimentos passionais, comunicacionais e financeiros de todos aqueles que dele se apropriaram, nas esferas política, midiática, pública e privada. Nesse sentido, pode-se afirmar que não há espetáculo midiático genuíno, na medida em que o sistema de comunicações depende da apropriação de acontecimentos com qualidade e força para permanecer.

A espetacularização é uma categoria que tem acompanhado a centralidade e a evolução dos meios de comunicação, especialmente quando relacionada à política. Marcado historicamente pelas disputas e representações, o poder está cercado por códigos e protocolos específicos, assim como por diferentes níveis de dramatização, encenações e espetacularização, na busca por visibilidade e credibilidade. Conforme Balandier (1982: 7), “o poder não consegue manter-se nem pelo domínio brutal nem pela justificação racional. Ele só se realiza pela transposição, pela produção de imagens, pela manipulação de símbolos e sua organização em um

MARIA HELENA WEBER

quadro cerimonial". Sob outro ângulo teórico, a força da crítica de Guy Debord (1967), autor do conceito "sociedade do espetáculo", ao afirmar que a história dos espetáculos da humanidade é a história da política e este é o "acontecimento mais importante deste século". Reafirma que esta sociedade desejada pela política e pela mídia é "uma sociedade no estágio espetacular integrado" (DEBORD, 1990: 92) sob o efeito da "incessante renovação tecnológica, da fusão econômico-estatal, do segredo generalizado, da falsidade sem réplica e um presente perpétuo" (*Idem*: 23). Este presente é retomado na memorização dos grandes acontecimentos públicos e um dos indicadores da existência do espetáculo político-midiático.

Numa outra perspectiva, Edelman (1988: 8-10), ao estudar a "construção dos espetáculos políticos", os classifica como "táticos e como mistificação" da política, através da produção de informações, de notícias, especificamente, devido à "ambigüidade das notícias políticas" que, editadas, constituirão espetáculos a partir da "construção e usos de problemas sociais, dos líderes políticos e dos inimigos políticos". Esta dimensão amplia a idéia de que o espetáculo é construído somente a partir das regras historicamente determinadas pelas cerimônias, ou através de símbolos concebidos a partir de um espaço ou uma manifestação. Os acontecimentos relacionados à política passíveis de espetacularização são aqueles desejados pela mídia mesmo que a intervenção da esfera midiática no comportamento da política acabe "constringindo a mídia aos seus propósitos", como entende Gomes (1995: 70) ao falar na política como a "arte de compor representações".

Da mesma maneira, a cumplicidade crescente entre a economia de mercado e o estado, transformou os espetáculos em produtos rentáveis, porque a sociedade e indivíduos respondem. Outro aspecto a ressaltar é a fragilização das instituições políticas e a chamada crise de representação que as torna submissas à agenda midiática, como se nessa esfera pudessem ocorrer as relações entre governo e sociedade. Através dos rituais políticos, os poderes e as paixões se miscigenam sitiados pelos aparatos midiáticos e o controle do Estado. A contemporaneidade com todos os dispositivos de ordem estética, tecnológica e mercadológica potencializa quaisquer discursos passíveis de dramatização, marcados pela linguagem informativa ou persuasiva. Como eleitor, torcedor, consumidor, o indivíduo se expõe, recusa, participa e aplaude, infiel.

Mesmo com o modo de relacionamento e administração das sociedades atuais e a supremacia da mídia na transmissão e manutenção dos espetáculos, as cerimônias da política ainda existem para demonstrar autoridade e domínio. As tensões sociais, as paixões podem ser desencadeadas e manipuladas a partir da defesa de alguns valores consensuais. Rivière (1989: 180-186) afirma que as funções dos ritos seculares de caráter político, a participação dos governantes e da mídia em torno dos espetáculos está diretamente relacionada à "legitimação", à busca de consenso em torno de idéias específicas; da "hierarquização" quando são confirmados a ordem de "poderes, de valores e de prioridades, "processo através do qual os atores do espetáculo se valorizam quando então pode ser reforçada a sua dimensão carismática, confirmando que sabem fazer o bem, o melhor; "a moralização" reafirmada pelo evento através da hierarquia e como reafirmação da estabilidade, através da regulação (a projeção num "tempo social" que demarca a importância daquele evento e seu simbolismo histórico), a tranquilização (o indivíduo pode se

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO...

situar dentro da ordem hierárquica apresentada), responsabilidade (os participantes sobre a moral e o sistema) e de mobilização (sustentação popular dirigida a objetivos nacionais). Por último, a “exaltação” identificada na “troca intensiva, lúdica e mobilizadora” da “comunicação” e da “intensidade emocional”, através da metalinguagem que abrange não só o texto, mas como está sendo dito, apresentados na comunicação. Por intermédio dos espetáculos, a integração entre sociedade e governantes torna-se possível, mesmo que por tempo determinado assim como a possibilidade de obter consenso. A política determina a vida, as ações e os discursos dos sujeitos e, portanto, há uma magia religiosa neste discurso que promete, convoca a esperança e se diz solidário.

Mesmo que a história dos poderes esteja relacionada a grandes rituais e espetáculos, é com a intervenção da mídia que estes serão potencializados por estéticas e tecnologias que permitem reunir espectadores diante de espetáculos fracionados e grandiosos. Significa dizer que espetáculos da política e da mídia são capazes de reunir e mobilizar milhões de pessoas sem que estas se encontrem e sem que vejam o mesmo espetáculo. Na relação mídia e política, um aspecto diferencial é o tempo. O tempo da mídia é predeterminado e será modificado se houver um acontecimento com impacto suficiente para justificar. Ao contrário, a política obedece ao tempo da burocracia e das disputas por representação ou dominação. Nesse sentido, os espetáculos da política misturam os dois tempos, mas na lógica da mídia.

Entende-se que um acontecimento público (estratégico ou inusitado) capaz de mobilizar paixões possui os ingredientes para ser hibridizado, na confluência das esferas política e da esfera midiática. Dotados de dispositivos passionais e ritualísticos, esses acontecimentos contêm a densidade simbólica e uma carga informativa necessárias ao investimento dos meios de comunicação de massa, na forma de notícias, de programas informativos, de auditório, e outros. Assim, o processo de fabricação do espetáculo está relacionado à apropriação e transformação do acontecimento público ao tempo e espaço da mídia associados a instituições políticas. O espetáculo político-midiático significa o movimento e a ocupação do espaço de modo a mostrar algo não usual, algo não cotidiano, já que “a espetacularidade global do cotidiano é muda”, afirma Bettetini (1986). Os interlocutores são a mídia como espaço de circulação dos mitos, de rituais renovados e da criação de informações. Espaço de demonstração das paixões, aproximando o povo, a sociedade e os governantes. Rua e espetáculo são partes indissociáveis, mesmo que a estética e tecnologias midiáticas traduzam e recortem o acontecimento, confiando-o às telas.

A fabricação do espetáculo político-midiático

O processo de fabricação do espetáculo político-midiático abrange a apropriação e mediação do acontecimento público de qualidade singular; a tradução do acontecimento em gêneros e formatos próprios da informação, da propaganda e do entretenimento; a constituição de cerimônias midiáticas; a comercialização direta e indireta do espetáculo, e a partição da imagem

MARIA HELENA WEBER

gerada quando organizações e indivíduos dela se aproveitam para produzir imagem pública e disputar valores e benefícios relacionados ao espetáculo.

Apropriação e midiáticação do acontecimento – O poder da mídia reside na sua capacidade de aglutinar informações sobre o mundo e torná-las visíveis, acessíveis. Como espaço privilegiado de visibilidade e com argumentos estéticos e tecnológicos, a mídia informa, expõe, persuade e serve aos acontecimentos como mediador, suporte e testemunha. Mas em meio à sofisticação das organizações midiáticas; da fascinante colagem de entretenimento, propaganda e informação; da diversidade de programas, ainda é a notícia que sustenta e é capaz de atribuir legitimidade. Significa dizer que a passagem do acontecimento a espetáculo político-midiático ocorrerá primeiramente como matéria jornalística que identifica a intensidade do acontecimento. O grau de apropriação, repercussão e a transformação do acontecimento em matéria essencial ocorrerá enquanto for possível responder aos critérios editoriais. Todos os movimentos de produção, de inserção estratégica do acontecimento dependem de seu valor como notícia.

No caso do espetáculo político-midiático, a notícia detém, também, a essência do acontecimento, aquela que poderá ser retomada a qualquer tempo, como memória, como referência. A produção de notícias vinculada a um espetáculo permite avaliar a veracidade deste espetáculo, porque o jornalismo é a instância privilegiada de apreensão e tradução da realidade. Berger (1998: 21-2) afirma que “o Campo do Jornalismo detém, privilegiadamente, o Capital Simbólico, pois é da natureza do Jornalismo fazer crer. O Capital do Campo do Jornalismo é, justamente, a credibilidade. É ela quem está constantemente em disputa entre os jornais e entre estes e os demais campos sociais. E está constantemente sendo testada, através de pesquisas, junto aos leitores”.

Para além de mediar o acontecimento, a mídia o reconstitui e o promove ao reunir as peças, detalhes e opiniões, efetuando uma montagem própria à personalidade e interesses de cada veículo e de cada contrato com o receptor. Legitimada como matéria jornalística, a sua apropriação como espetáculo político-midiático ocorrerá, de maneira incontornável, em todos os tipos de mídia e será adaptada a todos os gêneros que possam explorar algum ângulo desse acontecimento público.

Cerimônias midiáticas – O espetáculo político-midiático se completa na transmissão de cenas e rituais específicos ao acontecimento, mas que ao ser traduzidos pela mídia se constituem em rituais próprios da linguagem midiática. Da combinação e mistura das gramáticas de informação, propaganda e entretenimento, o acontecimento público é incorporado aos padrões da mídia e das cerimônias midiáticas. O poder da televisão reordenou o acesso e o formato dos espetáculos, da polêmica entrevista entre adversários políticos às *telecerimônias* (DAYAN e KATZ, 1994) que são determinadas pela singularidade do poder do discurso televisivo e pela absoluta interdependência técnica, discursiva e legal entre espetáculo e televisão. Enquanto específicas do discurso televisivo, as telecerimônias obedecem a uma tripla tipologia: “competição” (disputas, debates); “celebração” (mensagens, rituais, casamentos, funerais, posses) e

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO...

“conquista” (descobertas). Assim foram classificadas quanto ao modo de difusão (as transmissões ao vivo); e quanto aos níveis de duração (quando delimitadas no tempo e no espaço); de concepção (eventos programados); de personagens (grupos ou indivíduos heróicos); de significação (significado ritualístico ou dramático; e de recepção (efeito de uma norma social que torna a assistência obrigatória). Essas cerimônias circundadas pela linguagem televisiva estabelecem um tipo de relação muito mais no plano da coreografia do que da dramaturgia onde aparece implícito o processo de validação, através do ato de testemunhar, participar e receber o espetáculo, podendo gerar, inclusive, atos de “não-recepção” ou de “hostilização ativa”. (DAYAN e KATZ, 1994: 83-97).

Em meio à disputa por conceitos e imagens de repercussão positiva e da visibilidade construída, a relação entre política e a mídia constitui a equação mais provocadora dos espetáculos político-midiáticos. Estes usufruem da linguagem da mídia determinada pela notícia, pelas informações; promovidos pela publicidade política, eleitoral, institucional e mercadológica, e pelas cerimônias. Podem ser identificados dois espaços de ocorrência da fabricação destes espetáculos: a rua (mobilização) e a mídia (mídiação). Em ambos, são preservados os códigos de reconhecimento e a passionalidade associada a religião, política ou à vida de cada um.

Comercialização e consumo – Nessa etapa de fabricação do espetáculo político-midiático, a mídia também se promove, fazendo a sua própria vinculação publicitária com o acontecimento. As organizações e indivíduos direta e indiretamente relacionados ao espetáculo político-midiático obterão repercussão (favorável ou desfavorável) dentro da densidade simbólica permitida pela potência do acontecimento. Ao mesmo tempo, essa repercussão permite a comercialização em ações desencadeadas através do marketing, da propaganda e de relações públicas. A produção dessa publicidade entra na produção do espetáculo como oposição e complementação à informação jornalística. Quanto mais integrado for este processo, melhores serão os resultados de visibilidade, promoção e consumo do espetáculo.

Numa outra dimensão, a lucratividade oriunda de sujeitos e organizações do acontecimento comercializado pode servir a investimentos de ordem institucional e filantrópica. No processo de *consumo* está o sujeito receptor de todo este processo, o consumidor do espetáculo, o sujeito que o viabiliza e dele participa com suas paixões. Este consumo é aferido pelas pesquisas de opinião, pelo número de participantes registrados pela mídia, pelas pesquisas mercadológicas. Para este consumidor, de idéias e produtos, são dirigidos os produtos decorrentes da partição das imagens públicas circulantes em torno do espetáculo.

A circulação da marca das organizações e sujeitos envolvidos no espetáculo político-midiático, seja este sobre a morte ou sobre a vida, permite ampliar de modo considerável as vendas, manter o fascinante jogo de consumo. Baudrillard (1970) aponta para a reprodução infinita dos signos vinculados às mercadorias, ao desenvolver a idéia de um “sistema de objetos” para a “sociedade de consumo”, na qual também o corpo possui funções mercadológicas. Capacidade para ser consumido passou a ser atributo de qualquer objeto, conceito ou acontecimento que precisa ser assimilado e gerar uma atitude. Assim a designação consumo se aplica a tudo. De

MARIA HELENA WEBER

acordo com Jameson (1994: 229), ao questionar a periculosidade da cultura de consumo: “Mas será que o mercado é, no fim das contas, uma instância da mesma ordem que a do grande truste, cujo caráter transindividual acaba de ser elevado, transformado em imortal?”

A mídia veicula a propaganda sobre os produtos em busca de consumidores e, ao mesmo tempo, busca espectadores para consumir sua programação, que será mensurada e justificará novos patrocinadores. É o mercado que sustenta a mídia. Existe mais uma etapa neste processo alimentado por este círculo que é o “consumo do próprio processo de consumo” e é preciso, também, “falar de uma espécie de bônus tecnológico de prazer, proporcionado por essas novas máquinas e, digamos, simbolicamente encenado e ritualmente devorado em cada sessão de consumo da mídia”, como afirma Jameson (1993: 282).

Partição da imagem pública – Essa é a última etapa do processo de fabricação do espetáculo político-midiático. Os pactos e disputas engendrados entre os poderes quando da apropriação do acontecimento são os mesmo empreendidos no processo de *partição* da imagem institucional gerada. Os poderes tentam desenvolver a equação: quanto maior a qualidade e a potência do espetáculo, maior deverá ser a demonstração de vinculações com o espetáculo, seja ele de vida ou de morte. O impacto e a difusão do espetáculo são de tal ordem que quem a ele se associar ganhará. Na partição da imagem institucional são fabricados produtos comunicacionais e mercadológicos, na forma de apoio, de solidariedade; são criados protocolos de participação nos rituais e nas cerimônias midiáticas e outros.

O espetáculo político-midiático é hibridizado e, como produto consumido, gera diferentes lucros mercadológicos e institucionais. O conceito positivo torna-se o capital mais importante que permitirá, para os sujeitos e instituições de todas as áreas, o acesso e a negociação aos capitais políticos e econômicos. A busca de imagens faz parte dos sistemas autoritários mas, especialmente, dos democráticos. Na verdade, são imagens em busca de uma totalização para um conceito mais perene diretamente relacionado a dois aspectos fundamentais da política contemporânea: a sua íntima relação com o espaço midiático e a produção e a produção de opiniões, reconhecimento e imagem pública.

A palavra imagem é uma categoria utilizada por vários campos de conhecimento, mas sempre relacionada ao olhar, ao reconhecimento, à visualização, à comunicação. É de fácil compreensão quando vinculada à dimensão figurativa da comunicação, mas complexa quando conceituada pelo marketing, relações públicas e, mais recentemente, por produtores e auditores da imagem pública. A estruturação da imagem pública sobre sujeitos ou instituições é formulada a partir da combinação das várias apropriações, interpretações e conceituações individuais privadas, com forte intervenção da mídia.

O investimento mercadológico e editorial a partir da associação entre mídia e a política sobre o acontecimento permite que os participantes ganhem seu naco de reconhecimento público e privado. E esse reconhecimento é que produz investimentos, pois a imagem é fundamental ao poder e à execução dos projetos. A imagem de sujeitos e instituições públicas gera reações, ações e comportamentos em torno de um consenso, de apoio. As práticas políticas se realizam

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO...

a partir da imagem que funciona como senha de ingresso na arena de discursos e disputas permanentes em torno de poder.

O estatuto da imagem marca a contemporaneidade e a política, ou seja, transforma a política contemporânea em “política de imagem” (GOMES, 2007), entendida como parte integrante do processo comunicativo. A relação entre produção, apropriação e circulação de imagens expõe a política, conforme Balandier (1982: 63), a situações paradoxais por ver a sua capacidade *enfraquecer*, obrigando-a a dominar uma “nova tecnologia do simbólico e do imaginário, uma nova fase de dramaturgia política”. O autor refere-se à “*imagística política*” quando afirma que “o universo político parece mais aberto ao ver dos governados, ele perde uma parte do mistério que se ligava a sua natureza de mundo oculto e secreto; mas ele continua assim, o que acontece é que suas aparências cada dia manifestadas provocam uma queda de curiosidade e um certo desencantamento. As técnicas audiovisuais permitem uma dramatização permanente”.

Como indivíduos, eleitores ou consumidores, os personagens desta era se movimentam, anônimos e cordatos, participantes e ansiosos em cumprir seus contratos de protagonistas dos espetáculos, com o capital das paixões. A mídia investe na pacificação do espectador, no sujeito da comunicação, sem exigir fidelidade, posicionamento ou identidade. Em troca exige seu olhar, sua permanência e dedicação. Sennet (1989) refere-se ao “declínio do homem público” ao abordar a erosão dos papéis sociais que empurra o cidadão ao culto particularizado da personalidade. A mídia permite a visibilidade e a publicização indispensáveis à esfera pública, sempre em busca de uma comunicação mínima com a esfera privada. A eficácia da combinação destes fica por conta da utilização estratégica das paixões individuais.

O posicionamento das personagens que atuam no espetáculo dos poderes ainda é avaliado a partir de “armas ideológicas das lutas de poder” implícitas em palavras como “indivíduo”, “sociedade”, “personalidade” e “coletividade”. Segundo Elias (1994: 74), estas palavras “acham-se tão impregnadas de um conteúdo emotivo que é difícil destrinçar seu núcleo concreto dos desejos e temores dos que estão engajados nos combates”. Mas ao homem é dado o poder da subversão com o seu principal capital sediado nas paixões, mais ou menos controláveis. Elas o remetem a um compromisso com a história do mundo. Suas paixões, mesmo sendo permanentemente apaziguadas, substituídas, comercializadas pela mídia poderosa, permanecem em estado de “perigosa” latência e delas depende o jogo das imagens, a existência dos poderes e o funcionamento dos espetáculos.

A adição entre a estrutura vital do singular acontecimento público e a estrutura do espetáculo resulta no híbrido e potente espetáculo político-midiático no qual cabem os discursos de todos os campos, a sociedade, os indivíduos e suas paixões; cabem as organizações e todos os produtos comunicacionais e mercadológicos.

As paixões são o dispositivo de compreensão teórica do espetáculo em meio ao complexo debate sobre globalização e pós-modernidade, sobre indivíduo e sociedade e a mediação de conceitos e ações políticas, econômicas, culturais e midiáticas. Mesmo que, aparentemente, as imagens veiculadas mostrem a sua total submissão à globalização, à sedução dos espaços

MARIA HELENA WEBER

mediáticos e à fragmentação da pós-modernidade, é o indivíduo que carrega as paixões como um poder capaz de quebrar as rotinas, de colorir uma celebração, de tornar mais triste os funerais. A paixão é entendida como o único capital indestrutível diante do poder de manipulação dos discursos da política, da sedução dos objetos e da moral midiática. Assim, a passagem do acontecimento público a espetáculo político-midiático requer a qualidade deste acontecimento que resultará na sua permanência junto das instituições políticas e organizações midiáticas, sociedade e indivíduos. Será reativado como o são as paixões necessárias para a vida do espetáculo.

Bibliografia

- APOSTOLIDÈS, Jean-Marie. (1993) *O rei-máquina – Espetáculo e Política no Tempo de Luís XIV*. Rio de Janeiro: José Olympio; Brasília: EDUNB.
- ARENDR, Hannah (1993). *A Dignidade da Política*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- BABO-LANÇA, I. (2008). *A reproduzibilidade do acontecimento na ordem institucional*. In: I Colóquio de Imagem e Sociabilidade Belo Horizonte (MG): UFMG/ FAFICH, (conferência)
- BALANDIER, Georges (1982). *O poder em cena. Brasília*: Ed. Universidade de Brasília.
- BARTHELEMY, M. e QUÉRE, L (1990). *La Mesure des événements publics: structure des événements et formation de la conscience publique*. Paris: ATP/CNRS.
- BAUDRILLARD, Jean (1983). *Las Estrategias Fatales*. Barcelona: Anagrama.
- BERGER, Christa (1998). *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Ed.UFRGS.
- BOBBIO, Norberto (1986). *O Futuro da Democracia: uma defesa das regras do jogo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- BOURDIEU, Pierre (1989). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: DIFEL/ Bertrand, Lisboa.
- CAMPBELL, Joseph (1994). *O poder do mito*. São Paulo: Phallas Athenas.
- DAYAN, Daniel et KATZ, Elihu (1993). *Le Grand Cerimonie dei Media – La Storia in diretta*. Bologna: Barkerville.
- DEBORD, Guy (1967). *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Afrodite.
- DEBORD, Guy (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- DEBRAY, Régis (1994). *O Estado Sedutor*. Petrópolis: Vozes.
- EDELMAN, Murray (1991). *La Construcción Del Espectaculo Político*. Argentina: Manantial.
- ELIAS, Norbert (1994) *A Sociedade dos Indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- FERRY, Luc (1994). *Homo Aestheticus – A Invenção do Gosto na Era Democrática*. São Paulo: Ensaio.
- GOFFMAN, Erving (1992). *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes.
- GOMES, Wilson (2007). *Transformações da política na era da comunicação de massa* (2ª ed.). São Paulo: Ed.Paulus.
- GOMES, Wilson. (1995) *“Theatrum Politicum: a encenação da política.”* In: BRAGA, José Luiz et al. (org). *A Encenação dos Sentidos – Mídia Cultura e Política*. Rio de Janeiro: Diadorim.
- GREIMAS, Algirdas J. e FONTANILLE, Jacques (1993). *Semiótica das paixões*. São Paulo: Ática.
- HIRSCHMAN, Albert (1979). *As Paixões e os Interesses – Argumentos Políticos a favor do Capitalismo antes de seu triunfo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- JAMESON, Frederic (1996). *Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática.
- LASCH, Christopher (1996). *La Rebelión de las élites y la traición a la democracia*. Barcelona: Paidós-Ibérica.
- MAISONNEUVE, Jean (1991). *Ritos Religiosos y Civiles*. Barcelona: Herder.
- MARCONDES Filho, Ciro (org.) (1985). *A Linguagem da Sedução – A conquista das consciências pela fantasia*. São Paulo: Com-Arte.
- MOUILLAUD, M. (1997), “Crítica do acontecimento ou o fato em questão”. In: MOUILLAUD, M. e PORTO, S. (orgs). *O jornal, da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15.
- NOVAES Adauto (org) (1993). *Os Sentidos da Paixão*. São Paulo/ Funarte: Companhia das Letras.

DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPECTÁCULO...

- ORTIZ, Renato (1985). *Cultura Brasileira e Identidade Nacional*. São Paulo: Brasiliense.
- QUÉRÉ, Louis (1982). *Des Miroirs Équivoques: aux origines de la communication moderne*. Paris: Aubier Montaigne.
- RIVIÈRE, Claude (1989). *As Liturgias Políticas*. Rio de Janeiro: Imago.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard (1978). *O Estado Espetáculo*. São Paulo: DIFEL.
- SENNET, Richard.(1989) *O Declínio do Homem Público – As tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- THOMPSON, John B.(2000). *Political Scandal – Power and visibility in the media age*. Cambridge [UK], Polity Press.
- TRAQUINA, Nelson (org) (1993). *Jornalismo: Questões, Teoria e “Estórias”*. Lisboa: Vega.
- WEBER, Maria Helena (2000). *Comunicação e Espetáculos da Política*. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS.
- WEBER, Maria Helena (2006). “Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política”. In: Rousiley Maia; Maria Céres Castro. (Org.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. 1a. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, v. 1, p. 117-136.