

Lideranças Políticas e Cinema: a Imagem do Poder.

Chaia Vera.

Cita:

Chaia Vera (2010). *Lideranças Políticas e Cinema: a Imagem do Poder*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/160>

Vº Congresso Latinoamericano de Ciencia Política

Área Temática - Opinión Pública, Comunicación Política y Comportamiento Electoral - Comunicación política

LIDERANÇAS POLÍTICAS E CINEMA: A IMAGEM DO PODER

Vera Chaia*

1. Apresentação

Por que estudar a problemática da Imagem e Poder? Quais as possibilidades de analisarmos a construção da imagem das lideranças políticas que ocupam e/ou ocuparam cargos executivos no Brasil e nos Estados Unidos?

Começamos a nos preocupar com o estudo das lideranças políticas ao analisarmos a trajetória política de Jânio Quadros¹, um dos políticos mais controversos brasileiros. Acompanhamos todo o processo de construção de sua imagem, através das campanhas eleitorais empreendidas por ele, para todos os cargos políticos, começando pelo Legislativo Municipal, estadual, Prefeitura da cidade de São Paulo, Governo do estado de São Paulo, deputado federal, Presidente da República e, novamente, Prefeito da cidade de São Paulo.

Pudemos seguir os passos construídos metodicamente pelo Jânio Quadros, até alcançar o mais alto cargo político, como Presidente do país. Também analisamos A adoção de estratégias políticas e propostas algumas polêmicas deste líder, que teve respaldo de vários partidos políticos e várias estirpes de políticos.

Também acompanhamos, através de orientações de algumas teses e dissertações², a carreira política de Adhemar de Barros, Paulo Maluf, Fernando Collor de Mello, Marta Suplicy e Luiz Inácio Lula da Silva.

¹ Tese de Doutorado A Liderança Política de Jânio Quadros (1947-1990), defendida na USP, em 1991.

² Teses e dissertações defendidas no Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC/SP, sob minha orientação. Destacamos os trabalhos de Ari Macedo sobre Adhemar de Barros; Marco Antonio Teixeira e Claudio Penteado sobre Paulo Maluf; Carlos Melo e Maria Salette Amorim

A preocupação da presente pesquisa é a de aprofundar o tema das lideranças políticas, agregando uma nova dimensão, desta vez dada pelo estudo da mídia audiovisual que repercute largamente no âmbito da sociedade contemporânea. Desta forma propõe-se analisar a construção cinematográfica das imagens de presidentes dos Estados Unidos e do Brasil veiculadas amplamente por inúmeros filmes produzidos nos respectivos países. O enfoque da pesquisa deverá considerar as múltiplas facetas que encobrem as atividades políticas do político que governa no âmbito do poder executivo federal. Considerando a diversidade do campo de atuação política destes governantes, o estudo deverá nortear-se por uma ampla tipologia de ações que se constrói a partir das questões do significado da liderança, passando pelas condições de emergências de crises e escândalos até chegar à exaltação do personalismo político. Interessa também estudar e detectar nos filmes a construção de determinadas imagens que possam estar em conflitos com os discursos políticos proferidos pelas lideranças.

Os filmes serão estudados comparativamente com o desenrolar das idéias e propostas políticas enunciadas pelos governantes, ou seja, da perspectiva metodológica, os filmes serão analisados internamente, sem desconsiderar o contexto histórico que envolve as lideranças, bem como o momento histórico da produção e distribuição destas obras. De modo geral, assumimos que a pesquisa está centrada na área de conhecimento da Ciência Política e, a partir dela, serão analisadas as imagens do poder disseminado a milhões de cidadãos que compõem a platéia dos cinemas.

Neste sentido, pode-se entender cada sessão de cinema como se fosse um espaço coletivo de um 'comício', no qual são apresentados valores simbólicos que adensam a cultura política de um país. Imagens construídas de presidentes ou líderes nacionais são disseminadas como tiros certos no inconsciente individual e coletivo.

2. Justificativa

Comunicação Política

Segundo Alonso e Rospir “a história das relações entre o poder político e os meios de comunicação é de uma desconfiança secular” (ALONSO & ROSPIR, 1995: IX). A disputa política entre os políticos e os meios de informação, expressa a rivalidade para tentar impor uma determinada agenda. Na avaliação de Swanson “todas as democracias foram afetadas no centro de sua vida governativa e política pela ascensão dos meios de comunicação de massa, dos especialistas em comunicação e pesquisas e de estratégias sofisticadas de comunicação (SWANSON, 1995: 5).

A Comunicação Política é uma área em crescimento dentro das Ciências Sociais e envolve, necessariamente, estudos interdisciplinares. Os estudos nesta área têm como preocupação analisar, principalmente, os processos políticos que envolvam pesquisas sobre as eleições, buscando compreender a criação das imagens de realidades políticas e/ou candidatos, partidos políticos. Também visam estudar as ações de comunicação que podem adotar distintas mensagens, como os debates políticos, a publicidade política, as mensagens informativas e as que envolvam o humor político e os talk-shows.

Outros estudos privilegiados pela Comunicação Política centram suas análises na ‘mediação da mensagem realizada pelos meios de comunicação’ (CAÑEL, 1999: 230). Tais estudos discutem questões como o controle dos meios de comunicação, uma cultura profissional jornalística determinada, além de analisar a cobertura que os meios de comunicação dão às instituições políticas ligadas ao Poder Executivo, como também ao Legislativo e ao Poder Judiciário.

Esta área também se preocupa com estudos sobre recepção e os efeitos da mensagem, buscando compreender o processamento da informação política por parte dos cidadãos, a influência dos meios de comunicação na formação da opinião pública e no comportamento político por parte dos eleitores. A socialização política é outro elemento estudado pela Comunicação Política, analisando as mudanças de atitudes políticas por parte dos cidadãos, e as possíveis motivações que movem os indivíduos a participarem politicamente.

No livro *Comunicação e Política*, Antonio Albino Canellas Rubim (RUBIM, 2001), dentre outras preocupações, também faz uma avaliação da política, a partir das mudanças ocorridas com a centralidade dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea. Esta discussão é definida pelo autor como “zona de fronteira”, pois envolve áreas disciplinares que se interagem, visto que a relação entre comunicação e política envolve uma perspectiva pluridisciplinar. Na sua avaliação não

existe uma “dominância permanente de um campo sobre o outro”, pois esta relação vai se alterar dependendo de momentos e de circunstâncias determinadas e, deve-se analisar as forças presentes nas diferentes conjunturas políticas. Prevalece uma relação que envolve conflito, mas também complementaridade.

Na concepção deste autor, a “premissa deste estudo descarta-se uma dominância unilateral e persistente de cada uma dessas esferas. Afirma-se, pelo contrário, a disputa e alternância de predomínios em situações dadas, em campos de força determinados” (RUBIM, 2001: 45).

Outro autor que tem como preocupação valorizar os estudos na área da Comunicação Política é Dominique Wolton. Na sua concepção “a comunicação política abrange o estudo do papel da comunicação na vida política, no sentido amplo, e integra tanto os meios como as sondagens, a investigação política de mercados e a publicidade, com especial interesse pelos períodos eleitorais” (WOLTON, 1995: 29).

Portanto a comunicação política envolve o espaço em que se inter-relacionam os discursos contraditórios dos atores que possuem legitimidade para expressarem publicamente sobre política, no caso os políticos, os jornalistas e a ‘opinião pública’ através das pesquisas. Os políticos se legitimam pelas eleições; os jornalistas se legitimam pelas informações que veiculam através dos meios de comunicação; e as sondagens representam a ‘opinião pública’, e se legitima pelo uso de métodos científicos e pela técnica utilizada na coleta destas pesquisas (WOLTON, 1995: 37).

O campo da comunicação política, segundo Swanson (1995), possui algumas características que mudam o relacionamento entre as esferas da política, do governo, da mídia e do público.

A primeira característica envolve o reconhecimento da entrada dos meios de comunicação no processo político e a incorporação de novas estratégias centradas nos meios na política e no governo. Este reconhecimento significa a existência de um processo contínuo de mudanças entre a política, o governo, os meios e o público.

A segunda característica pressupõe que o processo de mudança é condicionado pelo “entorno nacional”, pela cultura política, pela história, pela história, pelas instituições e pelo sistema de comunicação.

Outra característica parte da concepção de que as formas e conseqüências da comunicação política ultrapassam as fronteiras das tradicionais disciplinas acadêmicas, já que estudos nesta área implicam num empreendimento interdisciplinar.

Para o autor boa imagem nos meios se converte na base do poder e influência de um político dentro do partido político e pode ser um requisito na seleção dos líderes e candidatos. Portanto o partido político mantém um grande poder sobre a seleção e nomeação dos candidatos, estando agora mais ligado à personalização da política, não mais idéias e sim pessoas. Os programas e ideologias dos partidos políticos podem deixar de ser importante devido à ênfase nas personalidades e carisma dos candidatos como fatores do atrativo dos partidos para os eleitores.

O estudo da comunicação ou da mídia sob a perspectiva política significa resgatar a influência dos meios de comunicação na política, imprimindo efetiva significação a esta relação entre as duas áreas.

Outro ponto relevante a destacar é considerar que a relação entre comunicação e política envolve uma perspectiva pluridisciplinar. Esta relação vai se alterar dependendo de momentos e circunstâncias determinadas, deve-se analisar as forças presentes nas diferentes conjunturas políticas. Prevalece uma relação que envolve conflito, mas também complementaridade. Não é possível realizar uma análise da política sem compreendê-la dentro de um contexto maior que envolva necessariamente o estudo da comunicação.

Pelo fato desta sociedade ser “estruturada e ambientada pela mídia”, todas as relações devem ser compreendidas por esta especificidade. Neste sentido Rubim avalia que a análise da política da economia e da cultura passa necessariamente pelo estudo da comunicação. A própria sociabilidade sofre mutações a partir desta estruturação da mídia, uma vez que as vivências humanas são referenciadas pela “te lrealidade”, onde espaços e tempos são incorporados pelos homens numa relação mediada pelos meios de comunicação. A televivência passa a ser o referencial do indivíduo, já que a televisão e suas imagens povoam o nosso cotidiano e, muitas vezes, nossas relações com o outro.

Especificamente, o cinema – principalmente o denominado ‘cinema de sistema’ (SCHATZ,1991) produzido no interior da lógica de mercado -, ganha especial significado no campo midiático, independente da discussão do cinema como ‘arte’, ou daquele cinema autoral. O áudio-visual pode ser compreendido como linguagem que produz formas de conhecimento. Estas experiências do conhecimento ganham significado especial quando se sabe que as primeiras matrizes estruturadoras da linguagem clássica cinematográfica possuíam forte dimensão política – é o caso de D.W. Griffith, realizador de *O Nascimento de uma Nação* (1915) e de *Intolerância* (1916). A partir de então, o cinema volta-se a pensar a realidade, de forma intensa, nas

seqüenciais realizações de Vertov, Chaplin (*O Grande Ditador*, 1940), Eisenstein, o cinema de Hollywood, Cinema Novo no Brasil e nas diferentes produções pequenas, como Ana Carolina em *Getúlio Vargas* (1974).

Esta dimensão política do cinema explicita-se também quando esta mídia elege como tema as lideranças políticas, criando e disseminando determinadas perspectivas que abordam os governantes do país, construindo imagens que passam a fazer parte do imaginário político.

Centralidade dos Meios e a Política

Para compreender a centralidade dos meios e as alterações no sistema de representação, recorre-se a Bernard Manin (*As metamorfoses do governo representativo*). Embora seja um autor muito utilizado, considero que ele recupera e problematiza as mudanças nas formas de representação e escolha de governantes, inclusive resgata que estas mudanças ocorrem desde o final do século XVIII, quando se originou o governo representativo, até o final do século XX.

A representação política estaria passando por uma crise nos países ocidentais: antes havia uma relação de confiança entre o eleitorado e os partidos políticos, atualmente o eleitorado tende a votar de modo diferente de uma eleição para outra; antes a grande maioria dos eleitores se identificava com um partido e se mantinha fiel a este, hoje pode-se constatar, através de pesquisas de opinião, que aumentou o número de eleitores não identificados com partidos políticos; antes a diferença entre os partidos políticos parecia reflexo das clivagens sociais, atualmente são os partidos que se impõem à sociedade de clivagens; antes os partidos políticos apresentavam um programa político aos eleitores e se comprometiam a cumpri-lo caso alcançassem o poder, hoje a estratégia eleitoral dos candidatos e dos partidos é apresentar a construção de um programa político vago que projeta a personalidade dos líderes.

Segundo Manin (1995: 5) atualmente: “Os políticos chegam ao poder por causa de suas aptidões e de sua experiência no uso dos meios de comunicação de massa, não porque estejam próximos ou se assemelhem aos seus eleitores”.

Para o autor, a representação política e os partidos políticos estariam passando por uma crise sem precedentes. Se, nos séculos XVIII e começo do XIX, predominava um governo representativo de tipo parlamentar, em meados do século XIX e no XX havia uma democracia de partido, em que os partidos ganham destaque. Atualmente

predominaria uma democracia do público, com os partidos políticos perdendo sua importância e prevalecendo a escolha dos candidatos por suas características pessoais, pois “cada vez mais os eleitores tendem a votar em uma pessoa, e não em um partido”. Os próprios candidatos tendem a se comunicar “diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias” (MANIN, 1995: 25-26).

Na democracia do público “os candidatos vitoriosos não são os de maior prestígio local, mas os ‘comunicadores’, pessoas que dominam as técnicas da mídia. O que estamos assistindo hoje em dia não é a um abandono dos princípios do governo representativo, mas a uma mudança do tipo de elite selecionada: uma elite está tomando o lugar dos ativistas e líderes de partido. A democracia do público é o reinado do ‘comunicador’” (MANIN, 1995: 26).

Portanto, o autor mostra o impacto dos media na representação política e no jogo eleitoral. A transformação na Europa, a partir do final dos anos 70, é denominada por Manin de “democracia de partido”, baseada na centralidade dos partidos no sistema político, no voto partidário e na existência de políticos de classe. Já uma “democracia de público” é marcada pelas seguintes características: presença marcante da mídia, personalização política em detrimento dos partidos e dos programas políticos, presença de um eleitorado sem vínculos partidários e volatilidade do voto.

A mídia ganha espaço também em face da crise dos partidos políticos, tornando-se substitutos de algumas das funções tradicionais dos partidos, tais como fornecimento de informações à opinião pública, fiscalização das ações governamentais e patrocínio de candidaturas e de campanhas eleitorais.

Também corrobora para o aparecimento do personalismo na cultura política nos tempos atuais, pois ela é marcada por uma série de concepções que influenciam a própria prática política. Deposita-se fé no indivíduo, como se esta autoridade pudesse resolver todos os problemas da nação brasileira. É valorizado o prestígio pessoal, a capacidade individual, o poder de uma autoridade, como se um indivíduo fosse capaz de levar avante sozinho um projeto de governo.

O que prevalece neste tipo de mentalidade é a idéia de que o Estado, identificado com o Executivo, resolve todos os problemas, atendendo os “necessitados”, ocorrendo, portanto, uma supervalorização do Executivo e do governante.

O personalismo traz em si mesmo um traço perverso, pois desqualifica as organizações democráticas, desvaloriza as instituições democráticas, prevalecendo,

nestes estilos de liderança política, um traço autoritário. Esta concepção do personalismo na cultura política também pode corroborar para uma visão elitista, pois somente algumas pessoas possuiriam qualificações adequadas para governar. O povo, nesta concepção, é considerado incapaz, imaturo, desqualificado e desinteressado nos assuntos públicos.

Vídeopolítica e Imagem

Giovani Sartori (1998) avalia que a entrada e incorporação da televisão na vida política muda o homem e a política, ou seja, predominaria o poder da imagem, desaparecendo a capacidade de abstração do próprio homem, pois a imagem é inimiga da abstração e explicar é desenvolver um discurso abstrato, baseado em conceitos, não em imagens. Emerge neste contexto uma política vídeo-plasmada, um vídeo-poder.

Sartori afirma também que, ao faltar o poder do partido como entidade por si mesma, como máquina organizativa, como coagulante do voto popular, o que sobra é um espaço aberto cujo poder é do vídeo. A televisão homogeniza gostos e estilos de vida, porém, sermos homogêneos não nos faz irmãos, pois os problemas e os interesses da comunidade política a que pertencemos ficam fragmentados. Ocorrem, portanto, personalização da política, encarecimento das campanhas eleitorais (EUA), empobrecimento cívico e fomento do localismo e a fragmentação que impede a conquista do bem comum.

O apogeu da vídeopolítica se deu na disputa presidencial de 1988, nos Estados Unidos, onde se destacaram os *ghost writers* e assessores guiados obsessivamente pelas sondagens e pesquisas de opinião pública. Seguindo esta lógica, os candidatos deveriam falar o menos possível.

A vídeopolítica transforma a política num espetáculo: a política como *show business*. Desaparecem o debate e o confronto político, prevalecendo a imagem, as pesquisas e a construção premeditada da imagem do candidato.

Eduardo Saffirio Suárez (1998) num artigo intitulado “Impacto de la video politica en los partidos politicos” reafirma a posição assumida por Sartori, mas se limita a discutir as mudanças que a vídeo-política provocou nos partidos políticos.

Segundo Suárez, a política perdeu sua centralidade e ocorreram modificações no espaço político: os partidos políticos perdem o monopólio da articulação dos interesses e das demandas sociais; o papel dos partidos políticos reduziu-se, fundamentalmente, à

participação nas eleições, prevalecendo a participação dos cidadãos individuais e não atuações coletivas e de militância política; a mídia também se fortalece, pois provoca a agregação de interesses sociais, incorporando e estabelecendo uma agenda pública; o recrutamento político deixa de ser terreno exclusivo dos partidos políticos, ocorrendo o surgimento de *outsiders* apoiados pelos mídia; é produzida uma mudança estrutural da comunicação política, em que o mediático ganha terreno sobre o organizacional; a legitimação também passa agora mais pelos meios do que através dos partidos políticos.

Claro que subsistem funções específicas dos partidos políticos: a função de representação e a de governo (afetada pelas mudanças ocorridas com o processo de globalização).

O autor afirma ainda que o poder do vídeo também possui aspectos positivos: ao serem colocados refletores sobre a arena política, possibilita-se a redução da corrupção nas sociedades democráticas, ampliando, assim, a política como o lugar do visível. A televisão permite que se melhore a representação dos governados, já que os partidos devem, em princípio, serem mais sensíveis às suas inquietações e demandas.

Por sua vez, a vídeopolítica também agrava a deterioração das funções tradicionais dos partidos, fazendo com que estes realizem uma reestruturação nas suas organizações internas. Suárez considera fundamental fortalecer o sistema dos partidos políticos na América Latina, melhorando a sua institucionalização com as seguintes propostas: estabilidade nas regras da competição partidária; criação de raízes estáveis dos partidos políticos com a sociedade; legitimidade das eleições diante dos principais atores políticos; autonomia relativa do sistema de partidos, com respeito das forças sociais e econômicas, da liderança religiosa, etc.

Na avaliação de Beatriz Sarlo, em seu artigo “Sete Hipóteses sobre a Videopolítica”, a Vídeosfera é um espaço hegemônico em expansão, o que significa um tipo de construção da esfera pública moderna e se constitui na forma mais visível do aspecto público da política. Ocorrem transformações tecnológicas irreversíveis, que desencadeiam processos sociais e produtivos com um impacto material tão forte quanto simbólico. Na sua avaliação ocorrem transformações tecnológicas que geram estilos, modificam a percepção da espacialidade e da temporalidade, produzem matrizes de atores, propõem o elenco dos gêneros públicos e privados (SARLO, 1997: 130).

A vídeopolítica é a forma atual da política nas sociedades ocidentais, embora existam modalidades políticas que não se inscrevem nela e “impõe suas regras sobre o discurso político: mudanças no estilo de argumentação, no tipo de implicação entre

argumentos, nos níveis de linguagem que se apresentam como apropriados ao discurso político, no sistema de imagens, no tipo de interpelação” (SARLO, 1997: 131).

Neste sentido a vídeopolítica deve ser compreendida com dessacralizando a política. Mudam a escala da política e do político. “Sob a pressão da imediação, os políticos profissionais passam a apresentar-se com os atributos do homem e da mulher comuns: uma família, paixões, uma vocação como qualquer outra, defeitos e virtudes cotidianas” (SARLO, 1997: 132).

A imagem física do político ganha destaque nas: “cirurgias plásticas, o estilo das roupas e dos penteados são decisivos na construção do político...” (SARLO, 1997: 132). “O político frequenta programas cujos gêneros e formatos são alheios aos discursos políticos o que leva a uma mudança de estilo, justamente porque a idéia de deslocar a política para o entretenimento tem de respeitar as regras internas de entretenimento” (SARLO, 1997: 133).

Para Georges Balandier o poder não se mantém somente pela força física: “O poder estabelecido só pela força, ou sobre a violência não domesticada, teria uma existência constantemente ameaçada; o poder iluminado apenas pela luz da razão teria pouca credibilidade. Não consegue manter-se nem pela autoridade brutal, nem apenas pela justificação racional. Não se faz nem se mantém senão pela transposição, pela produção de imagens, pela manipulação de símbolos e sua organização num quadro cerimonial”³ (BALANDIER, 1999:21/22).

Neste sentido o autor acredita que: “A imagem pode ser produzida por tudo e estar presente em tudo; ela abunda, alastra” (BALANDIER, 1999:127).

“... o político se transfigura em ‘místico’...; o mito, o símbolo, o rito, os mais elevados valores coletivos e as emoções que os assistem têm aí como que a função de unir criando (ou tentando criar) uma solidariedade superior e generalizada, de mobilizar, orientando e fortificando a ação dos indivíduos e dos grupos aos quais eles pertencem” (BALANDIER, 1999:142).

Ao fazer uso do poder simbólico John Thompson afirma:

“O que é poder simbólico? Uso esse termo para me referir à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de outros e, na verdade, de também criar acontecimentos, através da produção e transmissão de formas simbólicas. Ao exercer poder simbólico, os indivíduos se fundamentam em vários tipos de recursos

³ Grifo da autora.

que eu descreveria vagamente como os meios de informação e comunicação. Esses recursos incluem meios técnicos de fixação e transmissão; as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico (que Bourdieu denomina de capital cultural; e a acumulação do prestígio, reconhecimento e respeito atribuído a certos produtores ou instituições) (capital simbólico)” (THOMPSON, 2000: 131-132).

Lideranças Políticas, Visibilidade e Escândalos Políticos

Com a centralidade dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, ocorre a adequação da política a estes meios. As lideranças políticas necessitam da mídia e conseguem se firmar nesta situação à medida que sua imagem é veiculada pela mídia. A publicização torna-se fundamental para deflagrar ou firmar qualquer carreira política. No entanto, este processo pode acarretar problemas para estas lideranças, pois a arena da política está mais exposta a riscos e os políticos não conseguem controlar a visibilidade e o poder da mídia.

Os caminhos políticos se abrem sob estas novas condições midiáticas, mas a vulnerabilidade das lideranças políticas também aumenta à medida que fatos políticos favoráveis ou não são publicizados. Portanto, a visibilidade de pessoas que ocupam cargos públicos e seu comportamento público e privado se vê sujeito à exposição da mídia e à possibilidade de desencadeamento de escândalos.

“A crescente visibilidade dos líderes políticos criou condições que fizeram crescer a possibilidade de escândalo político. Quanto mais as vidas dos líderes políticos se tornam visíveis a outro... tanto mais provável é que as atividades antes ocultas, que conflitam com as imagens que os líderes querem projetar, irão emergir no domínio público, desencadeando uma série de acontecimentos que podem fugir ao controle” (THOMPSON, 2000:142-143).

Ao propor uma Teoria Social do Escândalo, John Thompson tem como objetivo compreender como o escândalo se desencadeia, analisando os diferentes “estágios de desenvolvimento: revelação, publicação, defesa, dramatização, execução (julgamento) e rotulação” (THOMPSON, 2000)

Os Escândalos se diferenciam de sociedades, culturas, épocas históricas e são produto da sociedade moderna, porém eles aparecem mais nos regimes democráticos já

que política nesta etapa é um campo de forças em competição, prevalecendo a lei nestes regimes.

O Escândalo refere-se a ações ou eventos que envolvem certos tipos de transgressões que se são conhecidos por outras pessoas, e são suficientemente sérias para esconder do público. Para divulgação do escândalo é crucial o papel da comunicação midiática na divulgação e na sua publicização.

A característica da comunicação midiática é que a divulgação e a circulação das informações referentes a um escândalo transcendem o tempo e o espaço da sua ocorrência. As conseqüências imediatas do escândalo se resumem ao possível prejuízo à reputação dos indivíduos envolvidos, recurso que os indivíduos podem acumular cultivar e proteger.

Os escândalos midiáticos ganham esta dimensão global, também por causa da profissionalização dos jornalistas e do surgimento de um jornalismo investigativo. Também é claro que a divulgação dos escândalos obedece a um interesse comercial, já que fenômeno “escândalo político” vende e pode envolver questões sexuais, financeiras/corrupção e escândalos do poder – mau uso ou abuso do poder.

Quando envolvidos em escândalos os políticos podem se defender: entrar na justiça; rejeitar acusações; negar transgressões; negar que esteja envolvido; confissão, visando angariar simpatias dos outros.

Imagens do Poder em filmes produzidos no Brasil e EUA

Vários documentários e filmes de ficções brasileiros apresentaram políticos retratados como heróis (*Getúlio Vargas*, filme de Ana Carolina), ou como farsantes (*Jânio a 24 Quadros*, filme de Luís Alberto Pereira). Silvio Tendler é o diretor que mais realizou filmes que retratam as lideranças políticas - *Os anos JK* e *Jango*. João Moreira Salles também se destaca por ter dirigido o filme *Entreatos*, como também Eduardo Coutinho que realizou o filme *Os Peões*, abordando com a origem sindical de Luiz Inácio Lula da Silva.

Por sua vez, os filmes que retratam presidentes americanos são produzidos a um longo tempo e objetivam não só enaltecer essas lideranças políticas, mas em desconstruir certos mitos políticos – como é o caso do conjunto de filmes que criticam alguns presidentes dos EUA. Por exemplo, *W* (2008) de Oliver Stone.

Oliver Stone é um dos diretores americanos que possui uma filmografia voltada à revisão crítica da política norte-americana, focando as lideranças políticas do país. Podemos citar os filmes: 1) *Nixon* produzido em 1995 e que conta a trajetória de Richard Nixon desde a infância, a derrota para John F. Kennedy, sua ascensão política, ao ser eleito duas vezes presidente, e sua queda com o escândalo Watergate; 2) *JFK - a pergunta que não quer calar*, produzido em 1991 e que relata a história do promotor Jim Garrison (Kevin Costner) que tenta provar a existência de uma conspiração, por não estar convencido do parecer final da Comissão Warren ao concluir ter sido o Presidente John F. Kennedy assassinado por uma única pessoa; 3) *W*, produzido em 2008 que aborda a vida do presidente George W. Bush.

Michael Moore é outro diretor americano que realiza seus documentários visando desconstruir a imagem política de George W. Bush. Dois filmes produzidos por este diretor são exemplares nesta desconstrução: 1) *Fahrenheit 11 de setembro* (2005)- o filme usa o humor e um arquivo de imagens para revelar o que se passou no governo Bush, antes, durante e depois dos atentados de 11 de setembro de 2001; 2) *Sicko \$O\$ Saúde* – produzido em 2008 e que trata do sistema de saúde americano; 3) *Operação Canadá* – produzido em 1995, o filme retrata o presidente dos Estados Unidos precisa arrumar urgentemente um inimigo, para aumentar sua popularidade. Como a Guerra Fria com os russos terminou definitivamente, ele é aconselhado por sua assessoria a fazer o povo americano acreditar que os canadenses estão prestes a invadir o país. Mas esta manobra política foge do controle quando Bud B. Boomer, um xerife de Niagara Fall, organiza um pequeno destacamento para invadir o Canadá. Este pode ser o início de uma guerra com um país totalmente pacífico.

Balandier afirma que a reconstrução dos acontecimentos históricos numa versão filmográfica objetiva: “O grande acontecimento é imediatamente introduzido nas cenas do teatro das nações. Adquire a sua força dramática do extraordinário, duma apresentação repentina que surpreende, agarra, apela à emoção mais que à reflexão; o acontecimento é dado a viver antes de ser dado a pensar. Ele ‘fala’ pelas imagens mais que pelos comentários que acompanham. Tem, ao mesmo tempo, a qualidade do fato histórico conhecido no momento imediato sob o olhar dum público inumerável. O que ele põe em funcionamento são personagens fora do comum, heróis afrontados num determinado momento da História que pode – ser ou trágico – assassinatos do Presidente Kennedy ... O acontecimento tratado pelos media torna-se matriz, onde se dá

forma aos mitos do presente, e a cena efêmera onde a ação representada arrasta consigo um ensinamento” (BALANDIER, 1999:134).

3. Objetivos

Tendo por base a produção cinematográfica, a pesquisa deverá focar a construção e a disseminação da imagem do poder, por meio das personagens que representam as figuras dos presidentes nos Estados Unidos da América e no Brasil. A análise será feita a partir dos filmes que apresentam ficcionalmente a figura do chefe do Executivo e, também, por aqueles que recriam documentalmente históricos presidentes destes dois países. Supõe-se, desta forma, ampliar os vínculos entre imagem e política e expandir os limites da interpretação política.

Temos como objetivo analisar a construção e desconstrução destas personalidades políticas do ponto de vista do enfoque das lideranças, dos escândalos, do predomínio da imagem e da análise do discurso.

4. Procedimentos metodológicos e de pesquisa

- a) Análise interna dos filmes selecionados em duas fases - Na primeira: levantamento da produção cinematográfica realizada no Brasil e nos EUA, que tratam do tema liderança política/poder executivo. Na segunda fase, seleção de filmes a serem analisados detalhadamente.
- b) Análise histórica da trajetória das lideranças retratadas nos filmes, bem como análise das questões institucionais, do comportamento político e da comunicação política no período abordado pelos filmes.
- c) Vinculação orgânica entre a análise interna dos filmes e situação político-cultural da época retratada.
- d) Fundamentando esta metodologia será mantida uma permanente pesquisa bibliográfica e filmográfica.

5. Alguns exemplos de filmes que retratam o presidente americano

Os filmes foram classificados por gênero – drama, comédia, suspense e ação, romance e comédia romântica, ficção científica, aventura e animação. Selecionamos dois filmes

que servirão como exemplo das possibilidades de analisá-los com o enfoque da Ciência Política, da análise cinematográfica, pelo referencial das Relações Internacionais e pela Comunicação Política.

1) DRAMA

FROST/NIXON, Direção: Ron Howard, Ano: 2008, País de origem: EUA / INGLATERRA / FRANÇA, SINOPSE - O político Richard Nixon após 3 anos de sua saída da Presidência dos Estados Unidos concorda em dar uma entrevista detalhada dos erros que cometeu enquanto era presidente e sobre o escândalo de Watergate. Nixon aceita ser entrevistado por um apresentador jovem David Frost, pensando serem fáceis as perguntas e assim conseguir novamente ser uma pessoa honrosa para os americanos. Um número muito grande de espectadores fica vidrado na entrevista na expectativa que o ex-presidente reconhecesse seu erro e abuso de poder. A entrevista foi realizada em três dias – 23 a 25 de março de 1977.

A cena final do filme é fantástica, pois o apresentador se transforma em inquisidor de Nixon ao fazer as seguintes perguntas:

FROST – “Já que me perguntou há três coisas que as pessoas gostariam de vê-lo dizer: 1º - Que foram mais que erros, que foram delitos e que deve ter havido crime (com relação ao caso Watergate);

2º - “Eu (Nixon) abusei do poder que tinha como presidente”;

3º - “Permiti que o povo americano tivesse dois anos de agonia desnecessária e me desculpo por isso”.

FROST – “Sei que é difícil, para qualquer um, especialmente para o senhor (fala sobre o caso e se desculpar), mas acho que as pessoas precisam ouvir. E acho que, a menos que diga, será assombrado pelo resto da vida”.

NIXON – “Bem, é verdade. Cometi erros, erros terríveis, erros que não são dignos de um presidente, erros que não atingem o padrão de excelência que sonhei quando era menino, mas, você se lembra, foi uma época difícil. Estava em meio a uma guerra de cinco anos contra a mídia partidária, um Congresso partidário, um Comitê Ervin partidário. Mas admito que teve momentos em que não cumpri a responsabilidade e me envolvi em uma cobertura. Por todos esses erros, eu lamento muito. Ninguém sabe como é renunciar à Presidência. Agora, se (você) quer que eu me jogue no chão e me humilhe..., não! Nunca!

Continuo insistindo que foram erros do coração. Não foram erros da cabeça, mas foram meus erros. Não culpo a ninguém. Eu derrubei a mim mesmo. Dei a eles uma espada e eles enfiaram e giraram com deleite. Acho que se eu tivesse no lugar deles, teria feito o mesmo”.

FROST – “E o povo americano”?

NIXON – “Eu o decepcionei. Eu decepcionei meus amigos. Eu decepcionei meu país. Pior ainda, decepcionei nosso sistema de governo. Todos os sonhos dos jovens que querem estar no governo, mas agora pensam: “É tudo corrupto”. Decepcionei o povo americano e carreguei este fardo até o fim da vida. Minha vida política acabou”.

A reconstrução do documentário Frost/Nixon, nos permite compreender o contexto histórico de produção desta entrevista, as resistências em relação à figura de Richard Nixon, presidente dos EUA que renunciou ao cargo, a estruturação do cenário do documentário e o posicionamento político de Nixon que, após sofrer pressões do entrevistador, confessa que errou no caso Watergate e chega a pedir perdão de seus atos ao povo americano.

2) ‘SUSPENSE E AÇÃO

O DIA DEPOIS DE AMANHÃ, Direção: [Roland Emmerich](#), Ano: 2004, País de origem: EUA, SINOPSE - A Terra sofre alterações climáticas que modificam drasticamente a vida da humanidade. Com o norte se resfriando cada vez mais e passando por uma nova era glacial, milhões de sobreviventes rumam para o sul. Porém o paleoclimatologista Jack Hall segue o caminho inverso e parte para Nova York, já que acredita que seu filho Sam ainda está vivo.

No meio da tragédia climática que abrange determinadas regiões da Terra (Hemisfério Norte), o presidente americano determina sob orientação e conselho do cientista Jack Hall, que toda a população americana, ainda não atingida pela nevasca, migre para o Hemisfério Sul.

Após um acidente com o helicóptero que o levaria para o sul, o presidente americano morre, e quem assume a presidência é o seu vice, sempre reticente em relação às recomendações de defensores do meio ambiente.

A cena do processo migratório dos americanos é fantástica, pois eles fogem, atravessam o rio Grande fronteiro ao México e são impedidos de entrar no país vizinho. Repórter relatando a cena: “Milhares de pessoas atravessam o rio Grande em direção ao México. As cenas são de desespero e frustração. As pessoas abandonam carros, pegam seus pertences, atravessam o rio e entram ilegalmente no México”. Pouco depois a fronteira se fecha e somente reabre após o presidente americano estabelecer um acordo com o México de perdoar as dívidas latinas americanas em troca da abertura da fronteira. “Milhares de americanos estão aliviados”.

Após a tragédia climática, o presidente americano faz um pronunciamento da Embaixada dos Estados Unidos da América, localizada no México:

“As últimas semanas nos deixaram mais humildes perante a força destruidora da natureza. Durante anos agimos como se pudéssemos extinguir os recursos naturais do nosso planeta sem sofrer as conseqüências. Estávamos errados. Eu estava errado. O fato de eu estar falando de um consulado em outro país é um testemunho da nossa nova realidade. Não só os americanos, mas pessoas do mundo inteiro são hóspedes em países que antes chamávamos de Terceiro mundo. Quando nós precisamos deles nos acolheram. Estamos extremamente gratos pela hospitalidade deles”.

Neste filme o presidente americano também confessa que errou na avaliação do uso e abuso dos recursos naturais e atribui a tragédia climática ao desprezo que sempre teve em relação às discussões em torno da questão ecológica. O importante desta aventura é a relação que o presidente dos EUA com os chamados países do terceiro Mundo e a revisão de suas posições quando esses países abrem suas fronteiras para receberem os americanos que fugiam das condições climáticas adversas que estavam ocorrendo no Hemisfério Norte.

Esses são dois exemplos de filmes nos permite afirmar que as produções dos grandes estúdios americanos podem se constituir em objetos de pesquisa para se analisar a relação entre lideranças políticas e cinema e imagem do poder.

6. Bibliografia

- AMORIM, Maria Salete Souza - Collor: Um Case de Marketing Político - Análise da Relação Mídia e Democracia No Processo Eleitoral de 1989, PUC/SP, mestrado, 1998.
- BALANDIER, Georges – O Poder em Cena, Minerva Editora, Coimbra, 1999.
- BALANDIER, Georges – La politique a l'épreuve des images, em Cahiers Internationaux de Sociologie, vol. XCIV, 1993.
- BENJAMIN, Walter – Obras Escolhidas, Editora Brasiliense, São Paulo, 2000.
- BOURDIEU, Pierre – A Dominação Masculina, Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1999.
- BOURDIEU, Pierre – O Poder Simbólico, Bertrand Brasil, Rio de Janeiro/1998.
- CABRERA, Julio – O cinema pensa – uma introdução à Filosofia através dos filmes, Editora Rocco Ltda, Rio de Janeiro, 2006.
- CHAIA, Vera – Jornalismo e Política: escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo, Hacker Editores, São Paulo, 2004.
- CHAIA, Vera e TEIXEIRA, Marco Antonio – Democracia e Escândalos Políticos, in Revista São Paulo em Perspectiva, vol.15, nº 04, out/dez/2001, Fundação Seade, São Paulo.
- COUTO, Ari Marcelo Macedo - Adhemar de Barros: práticas e tensões políticas no poder, PUC/SP, doutorado, 2007.
- DONSBACH, W. “Contenidos, utilización y efectos de la Comunicación Política”. In MUNÓZ-ALONSO, A. y ROSPIR, J. I. (directores de la edición). *Comunicación Política*. Madrid, Editorial Universitas, S.A., 1995.
- FERRO, M. Cinema e história. Ed. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1992.
- GOMES, Wilson – A Política de Imagem, Revista Fronteira (UNISINOS), São Leopoldo, RS, v. 1, p. 133-160, 1999.
- GOLDING, P. y MONK, W. “La Comunicación Política y la ciudadanía”. In Munóz-ALONSO, A. y ROSPIR, J. I. (directores de la edición). *Comunicación Política*. Madrid, Editorial Universitas, S.A., 1995.
- GOLIOT-LÉTÉ, Francis V. A. – Ensaio sobre a análise fílmica, Papirus Editora São Paulo, 2005.
- JOLY, Martine – Introdução à análise da imagen, Papirus Editora, Campinas, 1996.
- LEBEL, J-P. Cinema e ideologia. Editorial Estampa, Lisboa, 1972.
- MANIN, Bernard – As Metamorfoses do Governo Representativo, Revista Brasileira de Ciências Sociais, Anpocs, São Paulo, n.º 29, out/95.

- MARANHÃO, Cristina - O poder da imagem fotográfica - uma análise das imagens publicadas nas revistas *Veja* e *ISTOÉ* de Luiz Inácio Lula da Silva durante as campanhas presidenciais de 1989 e 2002, PUC/SP, mestrado, 2007.
- MELO, Carlos Alberto Furtado de - *Collor: Fortuna sem Virtú* - a ascensão e queda de um medalhão, PUC/SP, doutorado, 2003.
- MIGUEL, Luis Felipe – Mito e discurso político – uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994, Editora da Unicamp, Campinas e Imprensa Oficial, São Paulo, 1994.
- PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo - *Marketing Político X Políticas Públicas: um estudo de caso do Plano de atendimento a saúde (PAS)*, PUC/SP, mestrado, 2001.
- PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo - *O show da Estrela: estudo da campanha presidencial do PT em 2002*, PUC/SP, doutorado, 2005.
- PORTO, Mauro P. “Enquadramento da Mídia e Política”, in RUBIM, A. A. – *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*, Editora Unesp, São Paulo, 2004.
- POURRIOL, Ollivier – *CineFilô – as mais belas questões da Filosofia no cinema*, Jorge Zahar Editores, Rio de Janeiro, 2009.
- REIS, Andrea - *A Dança dos Números: o impacto das pesquisas eleitorais nas estratégias de comunicação do HGPE na eleição de 2000 em São Paulo*, PUC/SP, mestrado, 2003.
- REIS, Andrea - *Agenda-Setting e agenda institucional: um estudo da campanha eleitoral de 2004 na cidade de São Paulo*, PUC/SP, doutorado, 2008.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas - *Comunicação e Política*, Hacker Editores, São Paulo, 2000.
- SARLO, Beatriz – *Paisagens Imaginárias*, capítulo – *Sete Hipóteses sobre a Videopolítica*, Edusp, São Paulo, 1997.
- SARTORI, Giovanni – *Homo Videns – Televisão e pós-pensamento*, EDUSC, Bauru/SP, 2001.
- SCHATZ, T. *O gênio do sistema – a era dos estúdios em Hollywood*. Cia. das Letras, São Paulo, 1991.
- SWANSON, David L. – *El campo de la Comunicación Política – la democracia centrada en los Medio*. In MUNÓZ-ALONSO, A. y ROSPIR, J. I. (directores de la edición). *Comunicación Política*. Madrid, Editorial Universitas, S.A., 1995.
- TEIXEIRA, Marco Antonio Carvalho - *Cientelismo e Voto na Cidade de São Paulo - 1993/1999: uma análise das relações Executivo/Legislativo e seus impactos no sistema político local*, PUC/SP, mestrado, 1999.

TEIXEIRA, Marco Antonio Carvalho - Entre o Técnico e o Político: o Tribunal de Contas do Município de São Paulo e o controle financeiro das gestões Luiza Erundina (1989-1992) e Paulo Maluf (1993-1996), PUC/SP, doutorado, 2004.

THOMPSON, John B. – A Mídia e a Modernidade – Uma teoria social da mídia, Editora Vozes, Petrópolis/1998, cap. 04.

THOMPSON, John B. – O Escândalo Político – Poder e visibilidade na era da mídia, Editora Vozes, Petrópolis, 2000.

XAVIER, Ismail (org.) – A Experiência do Cinema, Edições Graal, Rio de Janeiro, 1983.

YOUNG, K. (org.) – La propaganda, in YOUNG, K. – La opinión publica y la propaganda, Editorial Studio, Mexico, 1995.

Pesquisa - <http://www.filmesdecinema.com.br/> - Fonte: Adoro Cinema

*Vera Chaia - Professora do Departamento de Política e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, pesquisadora do Neamp (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política) da PUC/SP e do CNPq.