

A urna e o “paredão”

Marion Minerbo ¹

Resumo: O texto propõe uma interpretação psicanalítica de dois fenômenos sociais. Metodologicamente, a semelhança formal entre os comentários sobre o desempenho dos participantes do “BBB” e dos candidatos a presidente acaba por revelar a contaminação recíproca entre o campo do lazer e o da política. A campanha eleitoral funciona como um reality show, enquanto o “BBB” canaliza os anseios de protagonismo político de parte da população, numa paródia de democracia.

Palavras-chave: método psicanalítico; Big Brother; reality show; Tiririca; protagonismo político.

Summary: The author proposes a psychoanalytic interpretation of two social phenomena. The methodologic starting point is the formal identity between popular commentaries on the performance of Big Brother participants, and on the performance of political candidates. The political campaign operates as a reality show, while the reality show canalizes the population’s need of political protagonism.

Key-words: psychoanalytical method; Big Brother; reality show; Tiririca; political protagonism.

¹Psicanalista pela Sociedade Brasileira de Psicanálise de São Paulo. Colunista da Folha Equilíbrio. Endereço para correspondência: marion.minerbo@terra.com.br

O senso comum lê a realidade por meio de categorias estanques. Lazer e política, por exemplo, são vistos como atividades completamente distintas. É claro que cada um tem sua especificidade, mas o olhar psicanalítico identifica superposições e contaminações recíprocas, com conseqüências em nossas vidas. Tomarei elementos do reality show e da campanha eleitoral como ponto de partida para minha análise.

Encontrei no site <http://sobretudo.org/enquete-paredao-do-bbb-confira-todas-as-enquetes-do-bbb10.html> uma conversa entre fãs do BBB10 que discutiam quem deveria ir para o paredão e quem deveria vencer o jogo. Entre tantos comentários, transcrevo três que chamaram minha atenção. “Fora Uilliam, você é muito chato e invejoso – muito feio isso. Cadê sua autenticidade?” (Maria José, 9/2). “Na minha opinião quem deve sair é a Lia. Achei ela muito autoritária, se acha a dona do mundo. Quem deve ficar é o Dourado. Espero que ele ganhe esse jogo porque ele está se comportando como um gentleman” (Nilce, 9/2). “Dourado é autêntico, não tem frescura, fala na cara!” (Ricardog, 9/2). Segundo o site <http://bbb.globo.com> Dourado venceu com 60% dos quase 155 milhões de votos (cada pessoa pode votar quantas vezes quiser), recorde mundial de votação no reality show.

Do ponto de vista formal, a semelhança com os comentários que ouvimos durante os meses de campanha eleitoral é notável. Nesse sentido, a coluna de Arnaldo Jabor (“O súbito encanto de Marina Silva”, no Estadão, 5/10/2010) é exemplar. “A campanha a que assistimos foi uma campanha de bonecos de si mesmos, em que cada gesto, cada palavra era vetada ou liberada pelos donos da "verdade" midiática. Ninguém acreditava nos sentimentos expressos pelos candidatos [...] Os erros da campanha do Serra foram inúmeros: a adesão falsa ao Lula, que acabou rindo dele: "O Serra finge que me ama" [...] Enquanto o Serra surfava em sua autoconfiança suicida, a Dilma, fabricada dos pés ao cabelo, desfilava na certeza de sua vitória, abençoada pelo "Padim Ciço" Lula. [...] O sorriso sem ânimo, riso esforçado, a busca de uma simpatia que escondesse o nítido temperamento autoritário [...] No meio de uma programação mecânica de marketing, apareceu um ser vivo: Marina. [...] Sua voz calma, sua expressão sincera, o visível amor que ela tem pelo povo da floresta e da cidade, tudo isso desconstruiu a imagem de uma candidata fabricada e de um candidato aferrado em certezas [...]”.

Nos dois casos, as expressões usadas mostram que o espectador está avaliando o desempenho de personas. No teatro, esse termo se refere a personagens vividos por atores. Mas tanto no BBB quanto na campanha política os atores representam personagens de si

mesmos. Essa semelhança formal indica, como veremos, que uma mesma lógica simbólica determina, em alguma medida, as duas situações, embaralhando-as.

Um terceiro fenômeno ainda mais eloqüente nos ajudará a entender como isso se dá. Trata-se da eleição do palhaço Tiririca para o cargo de deputado federal. Na propaganda eleitoral ele se apresentava com o nome e as roupas que o tornaram conhecido no meio artístico. O próprio slogan se confunde com sua atividade artística, pois é, efetivamente, uma piada – embora de gosto duvidoso. “Vote em Tiririca, pior do que está, não fica”. O nome, a roupa e a piada pertencem ao campo do espetáculo. Mas a intenção e a possibilidade de ser eleito e de nos representar na câmara dos deputados, são reais. Vemos aí a presença de duas lógicas imbricadas: a do espetáculo e a da política.

Ora, enquanto pensamos que se trata de uma (desonrosa) exceção, não ficamos tão abalados. É bem mais difícil perceber que a eleição de Tiririca é uma caricatura, ou, se preferirmos, um sintoma, de nossa maneira de praticar a democracia, e que todo o processo eleitoral é determinado, em algum grau, pela superposição dessas duas lógicas. O povo deve eleger seus representantes escolhendo, entre os candidatos, aquele que, de seu ponto de vista, é o “melhor”. Porém logo surge a pergunta: melhor o quê? Ator ou político? Os 1.400.000 eleitores de Tiririca compreenderam perfeitamente as regras do jogo: deve-se votar no melhor ator, isto é, naquele que não parece um ator, naquele que transmite autenticidade. De fato, ele era um palhaço autêntico (o que é diferente de ser um autêntico palhaço). Aos outros, faltou talento. Pois todos os candidatos, querendo ou não, têm de se esforçar para parecer o que são – e mais ainda para parecer o que não são. Nós, eleitores, querendo ou não, funcionamos como espectadores de um reality show.

O mesmo fenômeno acontece nos EUA. Sarah Palin, ex-governadora do Alasca, ex-candidata a vice-presidente, foi estrela de um reality show em que caçava, pescava e fazia passeios pela natureza com sua família. O programa teve repercussão nacional. Os políticos de carreira estão perplexos e preocupados com sua popularidade crescente.

Os comentários dos fãs do BBB, assim como a eleição de Tiririca, não deixam margem a dúvidas. O critério que determina o voto – no BBB ou nas eleições – é a simpatia e autenticidade do candidato (ou seu preposto). Dourado era “o mais autêntico” e Tiririca não fingia quando disse não saber o que faz um deputado federal. Quando sabemos que as idéias não querem dizer muito (há as honrosas exceções), pois vêm e vão ao sabor dos marqueteiros/diretores do show, só nos resta tentar identificar o que há de verdadeiro em meio

à representação. Na falta de outro, esse passa a ser o critério possível. Temos aqui a contaminação da política pelo lazer.

Vejamos agora a contaminação do lazer pela política. O recorde de votação do BBB10 revela a popularidade do programa. Certamente é porque atende a algumas demandas do público. Uma delas é o consumo ávido de imagens do processo de vir a ser celebridade, bem como do instante preciso em que uma celebridade vem ao mundo – por obra e graça do voto popular. O fascínio pelas celebridades merece um artigo a parte, mas em duas palavras, a celebridade, ao contrário do cidadão comum, tem alto “coeficiente de protagonismo” – potência/poder para fazer as coisas acontecerem. Outra demanda a que o programa atende, bem mais significativa, é a necessidade de protagonismo da população. A participação maciça na votação indica que as pessoas estão ávidas para ser protagonistas da história.

Mas, de que história se trata? A única que sentem que realmente podem mudar: a história de vida de quem vencer o jogo. E que, por tabela, é a vida de cada um dos que votam. Sensível a essa demanda, o reality show outorga o poder de decisão aos espectadores. O protagonismo, apanágio da celebridade, agora está com o povo. Os papéis se invertem e a (futura) celebridade está nas mãos do telespectador/eleitor. Em suma, o reality show “empodera” o cidadão comum, para usar o termo do educador Paulo Freire². Além disso, o “retorno” do voto é imediato, pois o vencedor chega na Casa anônimo e sai famoso. Dentro do mais puro espírito democrático, os eleitores do BBB têm o direito – e querem exercê-lo – de decidir quem vai representá-los no panteão da fama rápida, valor máximo na sociedade do espetáculo. E quem merece gozar das benesses do sistema no lugar deles.

Por isso acompanham o BBB diariamente com espírito crítico para escolher seu representante com conhecimento de causa. É uma tarefa de responsabilidade. Não querem eleger um picareta. O finalista tem de ser um “gentleman”, como disse Nilce no site. Tem de ser um lutador que não sacrifica a ética para vencer no jogo, assim como os espectadores não sacrificam para vencer na vida. Esse é o ponto de identificação entre o cidadão comum e o BBB. Milhões de pessoas votam, não porque seja obrigatório, mas porque se sentem totalmente implicados – a vitória de um candidato ético é sua vitória. O resultado do jogo lhes diz respeito.

²http://www.paulofreire.org/pub/Crpf/CrpfAcervo000120/Paulo_Freire_e_o_conceito_de_em_poderamento.pdf.

Pena que toda essa energia não seja canalizada para o exercício legítimo da cidadania. E que o cidadão comum não se sinta tão “empoderado” pelas instituições políticas quanto pelo BBB. Talvez a descrença nos políticos explique que o Brasil seja o recordista mundial em participação no BBB, com 154 milhões de votos em 2010. O apelo do programa se deve, pois, a vários fatores, dentre eles o “empoderamento” do cidadão comum e a identificação da população com o participante que luta pela sobrevivência sem abandonar sua ética.

Metodologicamente, a semelhança formal entre os comentários sobre o desempenho dos BBB e dos candidatos ao cargo máximo da nação acabou por revelar a contaminação recíproca entre o campo do lazer e o da política. A campanha eleitoral funciona como um reality show, enquanto o BBB canaliza os anseios de protagonismo político de parte da população, numa paródia de democracia.

Referências

VALOURA, L.C. **Paulo Freire, o educador brasileiro autor do termo empoderamento, em seu sentido transformador.** Disponível em: http://www.paulofreire.org/pub/Crpf/CrpfAcervo000120/Paulo_Freire_e_o_conceito_de_empoderamento.pdf. Acesso em: 08/2010