

VIDEOVOTO

GERALDINHO VIEIRA
Da Editoria de Cultura

Poucos são os candidatos à Constituinte que até o momento mostram percepção mais profunda sobre a televisão como meio de traduzir ao povo, em linguagem clara e direta, o que a partir de 15 de novembro deverão inserir formalmente na Constituição. A inexperiência — em Brasília sobretudo — do discurso político e da caça aos votos mistura-se à timidez diante das câmeras, à falta de recursos financeiros (e conseqüentemente técnicos) da maioria dos partidos, e à demonstração impressionante de que homens de nossa sociedade nunca estiveram devidamente atentos ao tipo de linguagem muito específica que atribui à televisão todo o poder que dispensa comentários. *Dispensaria!*

Os números da mais recente pesquisa eleitoral revelam muito mais que uma brusca virada na preferência do eleitor da cidade. A queda de **Melra Filho** (PMDB), **Alvaro Costa** (PSB) e **Rose** (PSB) é o espelho mais fiel do poder televisivo, maior que todos os outdoors, os santinhos, os plásticos de carros, os bottons, os cartazes nos pirulitos... embora candidato nenhum possa desprezar todas essas artimanhas.

Durante mais de uma década, **Melra Filho** ocupou cadeira de destaque nos estúdios da Rádio Planalto AM, confundindo sua audiência com a própria liderança da emissora. Ali, todas as manhãs, **Melra** rezou pelos desválidos, bronqueou com autoridades, ironizou medidas governamentais e conversou por telefone com todos os cantos do Distrito Federal. Não há pessoa necessitada nesta cidade que tenha deixado de gritar por socorro nas nobres horas matinais do **Programa do Melra**. Espaço garantido e, mais que isso, socorro imediato. A população aprendeu a ver em **Melra Filho** uma espécie de **Hobin Hood** em linhas radiofônicas.

Da mesma maneira, **Alvaro Costa** e **Rose** trouxeram para a batalha por uma vaga na Constituinte a dupla de heróis populares que inacreditavelmente fez do programa **Brasília Urgente** (TV Brasília) um líder de audiência capaz de desbancar o telejornalismo global (hoje) e a sessão **Vale à Pena Ver de Novo**. (reprise de novelas, também pela Globo). As filas, extensas e miseráveis, que se formavam na entrada do prédio da Tv Brasília desde as primeiras horas da manhã, são parte da história da cidade. Uma triste parte, porque o programa nunca discutiu as questões sociais mais essenciais. Mas ali estavam eles, pondo a boca no trombone como incansáveis advogados do diabo. E dá-lhe remédio de rápido efeito: cadeiras de roda, moradia, medicamentos raros, passagens de volta ao torrão atal que fazia saudade no peito quando Brasília deixava de ser um Eldorado para ser um inferno de concreto. As linhas telefônicas

do Canal 6 não paravam um segundo: **Alvaro** e **Rose** faziam a denúncia e abriam espaço para as necessidades do povo. **Alvaro** e **Rose**, em questão de segundos, traziam ao povo a solução que procuravam desesperadamente. Não há desvalido nesta cidade que não tenha feito fila à frente da Tv Brasília.

Nos primeiros dias de campanha, **Melra**, **Alvaro** e **Rose** disparavam na preferência do eleitorado de baixa renda. No entanto, horas e horas de programas alimentados por equipes de produção, técnicos e etc deram lugar a minguados minutos no espaço patrocinado pelo TRE à propaganda gratuita dos partidos e seus candidatos. **Melra**, **Alvaro** e **Rose** já não têm em suas mesas o poder de socorrer o povo em doses instantâneas de humanitarismo solúvel. Conquistaram os primeiros números da pesquisa eleitoral ainda no vácuo do que eram. Hoje, eles se misturam às dezenas e dezenas de candidatos e siglas. Não tiveram sensibilidade, nem recursos e muito menos espaço/tempo para trazerem a seus minutos televisivos e radiofônicos a mesma linguagem e postura que os tornaram heróis em seus samaritanos programas.

A televisão comandada pelo TRE pôs todo mundo num mesmo saco, agitou antes de usar e soltou as feras. Agora, nossos heróis estão correndo ao lado de figuras até então desconhecidas. E como fama é coisa passageira, bastou um mês para que o eleitor — insistentemente chamado a votar conscientemente — passasse a duvidar de sua própria escolha, começando a valorizar sua participação no jogo dos votos. E então a preferência se dilui. **Melra**, **Alvaro** e **Rose** — às vistas do grande público de baixa renda — já não são os mesmos, e a revelação de suas novas caras é responsabilidade dos mesmos mecanismos que os consagraram: o rádio e a tevê, a tevê principalmente.

Na tevê é que discursos novos estão aparecendo e aí, os desconhecidos saem em vantagem, pois não têm que manter qualquer coerência com o passado. Quem antes ajudava, agora mendiga (votos) e povo que é povo mesmo detesta miséria, coisa que tem de sobra em sua casa.

No sentido de que a televisão ao mesmo tempo constrói e destrói mitos é que se pode explicar a queda na preferência eleitoral por **Melra**, **Alvaro** e **Rose**. Muito mais assim do que propriamente sob o julgamento do aproveitamento, digamos estético, que hoje fazem do espaço que lhes é reservado. Sob este aspecto, ou em outras palavras, se a estética televisiva estivesse determinando votos, não seria surpresa se tivéssemos em 15 de novembro uma margem assustadora de abstenção. As exceções são raras e não estão determinando muita coisa em favor de alguns ou contra outros.