

Imagens

2 JUN 1989

Mauro Santayana

A primeira reprodução industrial da imagem humana se fez sobre peças metálicas: as moedas. Havia antiga e misteriosa razão para que se estampasse, como ainda se estampa, a face do soberano sobre o dinheiro: nascendo juntos, a propriedade privada e o Estado são expressões de uma só realidade: a do poder. O direito de cunhar moedas é o mais expressivo ato de soberania dos Estados. Em tempos normais, a honra de um Estado pode ser medida no teor metálico de seu dinheiro. Os reis poderosos, no entanto, não se limitavam a mandar que se reproduzissem as suas barbas apenas nas moedas de bom ouro; era necessário que também os seus súditos mais pobres, aqueles que jamais as afagariam com as mãos calosas, pudessem ver a face do monarca. Por isso, as moedas de cobre exibiam a imagem que lhe dava o soberano: aos ricos, efígies de ouro; aos pobres, efígies de estanho ou de cobre.

É com essa chave que se pode ler a resposta de Cristo aos que lhe perguntaram se era lícito pagar os tributos ao Império. Uma vez que sobre a moeda estava a face de César, que se desse a César o que lhe pertencesse. A imagem do César que, naquele tempo, era Tibério, estava fundida no metal, e nela se exibia a força do imperialismo romano: o que Cristo pretendia era muito mais do que a sonegação dos tributos; era o estabelecimento de mundo novo, em que não houvesse Césares, tributos ou moedas.

As moedas, normalmente, são cara e coroa. A cara é a do eventual ocupante do trono, ou de herói, sábio ou santo; a coroa, ou o escudo de um Estado republicano, pretende ser a marca do Estado, que tem a vocação da eternidade. As faces mudam, mas a coroa, representação da dinastia ou o sinal da República, deve perdurar, enquanto perdurar o Estado.

A imagem dos reis, nas moedas e medalhas, era a imposição de autoridade que se devia respeitar. Autoridade que se legitimava, normalmente, em fonte anterior à sua contemporaneidade. Assim, o objetivo da multiplicação do semblante do monarca tinha o objetivo de assegurar o consentimento dos súditos a seu poder. A imagem conferia respeitabilidade à moeda, desde, naturalmente, que fosse efetivo o poder que a emitia. Nos Estados republicanos, com o processo eleitoral, a multiplicação da imagem se faz na busca da fundação do poder. O homem público é a sua imagem: a imagem que consiga transferir aos seus eleitores.

Nas pequenas comunidades, o eleitor pode ver o seu candidato nos olhos, e sentir-se como seu único interlocutor. Pode tocar as suas mãos, senti-las frias ou tépidas, enxutas ou úmidas de falsidade. Quando o universo de escolha é toda uma nação, o eleitor raramente pode ver os verdadeiros olhos do candidato, e mais raramente ainda tocá-lo com as mãos para sentir, no tato, os reflexos de simpatia ou de antipatia. Tampouco podem os candidatos bater no ombro de seus eleitores, habitar as suas pupilas, com as sombras e luzes do ambiente, e levar aos seus ouvidos o som e o sopro de suas palavras. Resta-lhes a reprodução industrial da imagem.

Não há retratos isentos de retoques. O retoque começa na escolha do ângulo, no corte e cores das roupas, na iluminação e, nos tempos mais modernos, na maquiagem. O candidato não é mais o senhor de sua personalidade. Deve cedê-la aos especialistas: su-

primir as rugas, polir os olhos, arrumar as orelhas, desfazer-se de vocábulos que se tenham jungido à sua personalidade, disciplinar a voz, dominar as emoções, a fim de que possa assentir nas horas certas, irar-se no momento aconselhável, rir quando pedir o "script". A espontaneidade é proibida.

Há, sem embargo, os que não se deixam dominar por tais recomendações. Por mais que lhe pedissem, alguns assessores, Tancredo nunca olhava diretamente a lente da câmara de televisão. Para ele, aquele ponto escuro era olho oco, vazio, e ele se confessava incapaz de imaginar, reunidos naquele misterioso túnel que se abria sobre toda a Nação, os olhos do povo. Outra era a sua desenvoltura nos palanques. Quanto maior fosse a assistência em um comício, mais ele via a massa como um só homem. Essa integração com o povo, nos grandes comícios, faz com que o orador se sinta, ao mesmo tempo, quem fala e quem ouve; quem pede e quem promete. Um dos grandes líderes populares da América Latina, Jorge Eliecer Gaitan, repetia, nas grandes concentrações políticas, a frase de efeito: "Yo no soy un hombre; soy un pueblo". Demagogo ou sincero, Gaitan de tal maneira se identificou com o povo colombiano que o seu assassinato provocou das mais duras reações populares na história contemporânea, o "bogotazo" de 1948, acompanhado de prolongada guerra civil.

É com essa consciência que devemos examinar o papel da televisão nas campanhas eleitorais, de um modo geral, e na campanha presidencial deste ano, em nosso país. Por mais que as câmaras testemunhem com fidelidade os gestos e a voz dos homens públicos, o vídeo não os aproxima verdadeiramente dos telespectadores. A imagem televisiva não tem o brilho e o peso dos metais; além de ser passageira, ela é comprimida, na memória, entre outras imagens que a antecedem e a sucedem, e a sua permanência no espírito é sempre associada à moça de biquíni, que anuncia a praia de turismo ou a eficácia de algum detergente. No uso da televisão, por isso mesmo, ganham os homens novos. Deles os cidadãos não têm imagem definida, e aceitam aquela que se fizer, que for "produzida", para se usar a linguagem do meio. Talvez nisso resida a grande popularidade de um candidato à Presidência da República, de quem o povo pouco conhece a origem social e política. Se ele for capaz de manter, durante toda a campanha, a imagem que procura fazer de si mesmo, e se a outra, a verdadeira, não interferir durante o processo eleitoral, sua votação será expressiva. Ocorre, no entanto, que, entre seus competidores, há homens amadurecidos na vida pública e marcados por sua espontaneidade. Com suas virtudes e seus defeitos, sua presença na história brasileira dos últimos trinta anos já os definiu bem. Homens como Leonel Brizola, Aureliano Chaves e Ulysses Guimarães, para citar apenas os de maior presença na crônica tumultuada de nossa época recente, estão condenados a mostrar a face antiga e sulcada de emoções, porque não podem, a esta altura da biografia, usar "make-up", nem levantar tufos encaracolados de cabelo, com a ajuda de "laquê". Essa circunstância, se maduro estiver o povo, lhes será vantajosa. A democracia favorece os autênticos, quando há autênticos na disputa eleitoral.

Mauro Santayana é jornalista