



A República por um minuto

No tempo de Ricardo III, um cavalo valia o reino. Hoje, nacos da República valem tempo de TV

EUGÊNIO BUCCI

25/07/2014 07h00 - Atualizado em 25/07/2014 07h44



Share

No tempo em que os nobres cavalgavam pelo campo de batalha e matavam os oponentes a golpes de espadas, o cavalo era tudo. Sem o auxílio daquelas quatro patas, um rei estava frito e maldito. Estava a pé. No final do século XVI, William Shakespeare tornou eterno o clamor de Ricardo III, miseravelmente pedestre em pleno combate. “Um cavalo!”, brada o homem. “Um cavalo! Meu reino por um cavalo!” Pobre rei. Além dos cascos, perde também o trono e a vida – mas sua fala teatral entrou para a história: “Meu reino por um cavalo!”.

Naquela época, o poder se decidia na faca. Em lugar de eleições, valiam as disputas físicas. Sem cavalo, nada de império. Os equinos eram o trono andante, galopante e mortífero. A coroa hipotecava seu brilho às baias e às cocheiras. Um relincho, o poder e a glória para sempre.

As coisas mudaram? Nem tanto. Hoje, os poderosos deste país não poderiam entrar no palco e propor a troca do reino por um cavalo. Reino por aqui já não existe e, se existisse, não seria propriedade exclusiva deles. Quanto aos quadrúpedes, já não têm a mesma utilidade. Os atuais donos do poder mercadejam nacos da República em troca de um minuto de televisão – ou mesmo menos: 42 segundos, 36, 25. Sem esse ouro cronometrado, sem espaço na TV, estariam fritos e malditos. Estariam a pé.

Consta que Dilma Rousseff permutou algo assim. Deu, segundo relatos, um ministério a um sujeito, e

o partido do tal sujeito lhe deu de volta uns instantes a mais no horário eleitoral que vem aí. Nada de novo sob o sol do sul. Governadores fazem a mesma coisa, assim como fizeram os antecessores de Dilma. Ela, porém, soube assumir a dianteira, com uma dose cavalaresca de minutos. Deverá entrar na TV com nove minutos e 41 segundos diários de palanque eletrônico. Seus rivais trotarão em pangarés: Aécio Neves terá três minutos e dez segundos; Eduardo Campos, um minuto e 46 segundos. Qual dos três você acha que tem mais chances de cruzar em primeiro lugar a linha de chegada desse páreo?

O preço do tempo na televisão está pela hora da morte. Para você ter uma ideia, o preço da inserção de um comercial de 30 segundos em horário nobre numa única rede nacional pode passar dos R\$ 600 mil. Imagine agora quanto custaria esse tantão de minutos diários por semanas a fio, em todos os canais de TV aberta e em todas as emissoras de rádio do país.

Se o valor econômico é altíssimo, o valor político é ainda maior. Um candidato sem TV é um não candidato. Um candidato que tem um tempo muito menor que os adversários fica prejudicado logo na largada. Pode até chegar lá, mas correrá como azarão. Tanto é assim que as alianças partidárias não são firmadas com base em princípios, em plataformas programáticas. O que conta hoje são os segundos de TV que cada um pode oferecer.

Isso significa que vivemos um barateamento da política? Em boa parte, sim. O escritor Mario Vargas Llosa comenta essa degradação num livro recente, *A civilização do espetáculo*: “A política passou por uma banalização talvez tão pronunciada quanto a literatura, o cinema e as artes plásticas, o que significa que nela a publicidade e seus slogans, lugares-comuns, frivolidades, modas e manias ocupam quase inteiramente a atividade antes dedicada a razões, programas, ideais e doutrinas. O político de nossos dias, se quiser conservar a popularidade, será obrigado a dar atenção primordial ao gesto e à forma, que importam mais que valores, convicções e princípios”.

Para um político desses aí, providenciar um implante capilar vale mais que cultivar o que vai do lado de dentro da cabeça. Turbinar artificialmente o branco dos dentes vale mais do que ter boa saúde bucal. Nos candidatos que sorriem na tela eletrônica, a dentadura costuma ser tão falsa quanto o discurso.

O curioso é que sabemos disso tudo – e não ligamos a mínima. Nesse jogo, está um dos segredos mais fascinantes da civilização do espetáculo: a grande mentira nos seduz, nos agrada e nos faz dar de ombros para o que poderia ter sido a verdade. Cientes do jogo, os candidatos vão à TV não para nos propor um diálogo racional. Eles estão lá para estreitar os laços de familiaridade e de identificação com os olhos que os veem. A televisão funciona como o lugar que potencializa os sentimentos (bons e maus). Isso será ainda mais intenso após a Copa do Mundo, essa longa jornada de pura emoção. É para amar (ou odiar) que os eleitores olharão a TV – e o destino da República será selado por esses minutos.