

A nova visibilidade

■ JOHN B. THOMPSON *

RESUMO

O ponto de partida é a idéia de que o mundo dos meios de comunicação elabora uma nova visibilidade mediada, tornando visíveis as ações e os acontecimentos cada vez mais difíceis de serem controlados. Trata-se de uma estratégia explícita por parte daqueles que bem sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias. Neste ensaio delinearei brevemente minha maneira de pensar a nova visibilidade e suas implicações. Começemos por situar o tema da visibilidade no contexto de uma teoria social dos meios de comunicação, já que - como tentarei demonstrar - o surgimento de uma nova visibilidade está definitivamente relacionado a novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia.

Palavras-chave: visibilidade, mídias comunicacionais, política, esfera pública

ABSTRACT

The idea according the world of media develop a new mediated visibility, and make visible actions and events is not just the outcome of leakage in systems of communication and information flow that are increasingly difficult to control is the starting point of this essay. It is also an explicit strategy of individuals who know very well that mediated visibility can be a weapon in the struggles they wage in their day-to-day lives. In this essay I shall briefly outline my way of thinking about the new visibility and its consequences. I shall begin by situating the issue of visibility within the context of a social theory of communication media, since - as I shall try to show - the rise of the new visibility is inseparably linked to the new forms of action and interaction brought about by the media.

Key words: vivibility, communication media, politics, public domain

* Professor de Sociologia na Universidade de Cambridge, Inglaterra.

Traduzido por
Andrea Limberto

D

A nova visibilidade

NO FINAL DO mês de abril de 2004, os jornais e as televisões do mundo todo foram tomados por imagens de prisioneiros iraquianos sofrendo diversas formas de tortura e de degradação em Abu Ghraib, uma prisão controlada por americanos na periferia de Bagdá. Uma imagem, aquela de um prisioneiro encapuzado, em pé sobre uma caixa, com fios elétricos pendurados em suas mãos abertas, tornou-se símbolo do abuso de poder dos ocupantes no despontar de uma guerra extremamente controversa. A mídia foi inundada com manifestações de revolta, gerando até mesmo uma retratação por parte de um presidente americano até então combativo e por parte de outros tradicionais membros do governo Bush. Fotografias de caráter privado, tiradas dentro da prisão por integrantes do exército, utilizando câmeras digitais – como se fossem tomadas de férias exóticas além mar – vazaram para o domínio público e assim deram início ao escândalo mais grave enfrentado pelo governo Bush desde a decisão precipitada de invadir o Iraque. As práticas escusas do exército americano e da equipe paramilitar realizadas no mundo reservado das prisões iraquianas tinham sido abertas de repente para a opinião pública, desatando uma seqüência de revelações difíceis de serem controladas e explicadas pelas pessoas no poder. Graças à mídia, esse tipo de práticas e acontecimentos, até então ocultos, ganharam um novo status, como algo público e, na verdade, como acontecimentos politicamente explosivos; o que era invisível tornou-se evidente para conhecimento de todos, embora o público já estivesse longe dos corredores estreitos e das celas em que se passaram os fatos.

Nesse novo mundo de uma visibilidade mediada, o fato de tornar visíveis as ações e os acontecimentos não é meramente uma falha nos sistemas de comunicação e informação, cada vez mais difíceis de serem controlados. Trata-se de uma estratégia explícita por parte daqueles que bem sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias. Uma vez mais, a guerra do Iraque nos brindou com inúmeras chances de lembrar uma verdade fundamental: as horríveis decapitações executadas pelos grupos (entre outros) Tawhid e Jihad de Abu Musab al-Zarqawi, gravados e mostrados ao vivo pela internet e depois reciclados em vários níveis de explicitação por mídias massivas, a televisão e a mídia impressa, são simplesmente a ilustração mais dramática de um novo cenário político visível no mundo mediático, no qual a distância é irrelevante e no qual estão sempre presentes a comunicação instantânea (ou algo próximo disso) e – especialmente com o crescimento da internet e de outras mídias em rede – a possibilidade de superar oponentes.

Quais são as características dessa nova forma de visibilidade tornada um traço comum do mundo em que vivemos hoje? Em que ela se diferencia de outras formas de visibilidade e quais são suas implicações? Estas são questões

das quais tenho me ocupado na última década e sobre as quais avancei até certo ponto. Neste ensaio delinearei brevemente minha maneira de pensar a nova visibilidade e suas implicações. Começemos por situar o tema da visibilidade no contexto de uma teoria social dos meios de comunicação, já que - como tentarei demonstrar - o surgimento de uma nova visibilidade está definitivamente relacionado a novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia.

MÍDIAS COMUNICACIONAIS E INTERAÇÃO SOCIAL

Para que se entenda a nova visibilidade, é preciso, inicialmente, entender os caminhos pelos quais o avanço das mídias comunicacionais transformou a natureza da interação social. É isto que tenho tentado mostrar quando desenvolvo uma teoria social da mídia em *The Media and Modernity (A mídia e a modernidade)* e em outros lugares. Minha perspectiva pode ser entendida como uma «teoria interacional» da mídia, pois analiso os meios de comunicação em sua relação com as formas de interação que eles tornam possíveis e das quais eles são parte. As mídias comunicacionais não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro enquanto a relação entre eles permanece inalterada; ao contrário, usando as mídias comunicacionais «novas» formas de agir e interagir são criadas considerando-se suas propriedades distintivas específicas.

Então o que são essas novas formas de agir e interagir? Podemos começar a análise distinguindo alguns tipos elementares de interação. Um deles é o que chamamos de interação face-a-face. Nesse tipo de interação os integrantes estão presentes de forma direta um para o outro e compartilham de uma estrutura espaço-temporal comum; em outras palavras, a interação acontece num contexto de co-presença. A interação face-a-face é «dialógica» tipicamente, no sentido de que geralmente implica num fluxo comunicativo e informativo de duas vias; um dos indivíduos fala com o outro (ou outros) e a pessoa a quem ele se dirige pode responder (pelo menos em princípio), e dessa forma o diálogo se desenrola. Outra característica da interação face-a-face é que ela geralmente contempla uma multiplicidade de referências simbólicas; as palavras podem ser complementadas por gestos, expressões faciais, variações de entonação, etc. com o objetivo de transmitir mensagens e de interpretar mensagens das outras pessoas.

A utilização das mídias comunicacionais gera diversas formas de interação mediada que diferem da interação face-a-face em aspectos cruciais. Essas diversas formas de interação mediada têm características espaciais e temporais diversas da interação face-a-face. Enquanto essa última se passa num contexto de co-presença, a interação mediada é «distendida» em termos espaciais e pode

D

A nova visibilidade

ainda ser ampliada ou comprimida em termos temporais. Enquanto na interação face-a-face os emissores e os receptores das mensagens compartilham a mesma estrutura espaço-temporal, na interação mediada os contextos dos emissores e receptores estão normalmente separados espacialmente (e podem estar separados no tempo ou podem ser simultâneos). Ao utilizar as mídias comunicacionais podemos interagir com pessoas que não compartilham do mesmo referencial espaço-temporal que nós e a natureza de nossa interação será moldada pela diversidade das características espaciais e temporais, e pela diversidade das características do meio empregado.

Uma forma de interação mediada pode ser exemplificada com atividades como escrever cartas e falar ao telefone. Tais atividades demandam a utilização de um meio transmissor da informação ou de conteúdo simbólico para indivíduos distantes no espaço, no tempo ou em ambos. No caso dos participantes não compartilharem o mesmo referencial espaço-temporal, eles têm de levar em consideração o quanto de informação contextual devem inserir na troca – por exemplo, colocando local e data no início de uma carta ou identificando-se no começo de uma ligação. Este tipo de interação mediada também envolve uma certa redução de referências simbólicas, no sentido de que os participantes normalmente não dispõem do número e da diversidade delas como numa situação de interação face-a-face.

Um tipo diferente de interação mediada é aquela gerada na produção e recepção de materiais como livros, jornais, rádio, programas de televisão, filmes, vídeos etc. Eu a descrevo como sendo uma «quase-interação mediada». Como ocorre com outros tipos de interação mediada, ela envolve a distensão da interação no espaço e no tempo, além de uma certa escassez de referências simbólicas. Mas há duas características que diferenciam este tipo de interação mediada de outras. Em primeiro lugar, no caso da quase-interação mediada, as formas simbólicas são geradas visando um número indefinido de receptores potenciais – ela tem, em outras palavras, um final relativamente aberto. Numa conversa telefônica, sentenças são produzidas para um outro específico, mas num jornal ou num programa de televisão elas são produzidas para qualquer um que dispuser de meios (cultural e material) para recebê-las. Em segundo lugar, enquanto o tipo de interação existente na escrita de uma carta ou no uso do telefone é dialógico por princípio, a quase-interação mediada é predominantemente monológica, no sentido de que o fluxo comunicativo é em grande parte num só sentido. O leitor de um livro ou jornal, ou o telespectador de um programa de TV ou de um filme é basicamente o receptor de uma forma simbólica cujo emissor não pede (e normalmente não recebe) uma resposta direta e imediata.

Considerando que a quase-interação mediada é, tipicamente, altamente monológica e que envolve a produção de formas simbólicas direcionadas a um espectro indefinido de receptores em potencial, pode ser vista como um tipo de quase-interação. Ela não tem o mesmo nível de reciprocidade e de especificidade interpessoal de outras formas de interação, seja mediada ou face-a-face. Mas a quase-interação mediada é, de qualquer modo, uma forma de interação. Ela cria um certo tipo de situação social em que os indivíduos se conectam num processo de comunicação e troca simbólica. Ela cria também diversos tipos de relacionamentos interpessoais, vínculos sociais e intimidade (o que chamo de «intimidade não-recíproca à distância»).

O desenvolvimento de uma gama de novas tecnologias da comunicação relacionadas aos computadores pessoais e à internet pode ser analisado de uma forma bem semelhante. Tais tecnologias criam uma variedade de situações de interação que têm características próprias. Poderíamos rotular genericamente essas situações como sendo variações de uma «interação mediada por computador», mas, na prática, temos que distingui-las. O uso do *e-mail*, por exemplo, é parecido, em alguns aspectos, com o tipo de interação mediada que utilizamos ao escrever uma carta, mas se distingue dele em outros aspectos importantes. Como ao escrever uma carta, um *e-mail* é dialógico tipicamente, sendo orientado para um outro específico, além de envolver a palavra escrita ao invés da falada. Mas a compreensão temporal é muito maior e, ainda, as instituições mediadoras e as condições de uso (incluindo os recursos culturais e materiais) são completamente diferentes. Outras formas de comunicação via internet, como *news groups*, salas de bate-papo, *bulletin boards* (quadros de mensagem) etc. trazem características diferentes. Muitas dessas formas de comunicação têm final mais aberto que os *e-mails* e podem ser acessadas por qualquer um com a habilidade e o equipamento necessários (embora alguns possam ter restrições específicas para o ingresso, como senhas ou o pagamento de taxas de inscrição); mas de forma diferente do que ocorre na quase-interação mediada, alguns têm recursos dialógicos específicos, como bate-papo em tempo real, requisição e/ou *download* de materiais de *sites* e contato via *e-mail*.

Ao adotar uma perspectiva interacional para examinar as mídias comunicacionais, adquirimos um viés sociológico diferenciado para a observação do desenvolvimento das mídias comunicacionais e sua grande importância histórica. Antes da implementação da imprensa, na Europa dos fins dos tempos medievais e início da era moderna (e até muito recentemente, em algumas regiões do globo), a troca de informações e de conteúdo simbólico era, para a maioria das pessoas, um processo reservado à interação face-a-face. Muitas das formas de interação mediada e de quase-interação já existiam, mas ficavam

D

A nova visibilidade

restritas a um setor relativamente pequeno da população. No entanto, a partir do nascimento da indústria gráfica na Europa dos séculos XV e XVI e do desenvolvimento de diversos tipos de mídia eletrônica nos séculos XIX e XX, a «combinação de interações» na vida social mudou. A interação face-a-face não foi excluída, mas complementada por outras formas de interação que têm assumido um papel crescente. Cada vez mais os indivíduos são capazes de captar informações e conteúdos simbólicos de fontes outras que não as pessoas com quem interagem diretamente no decurso de suas vidas cotidianas; cada vez mais eles têm acesso a um «conhecimento não-local» e que podem incorporar, de maneira reflexiva, em seus processos de reconstrução pessoal. A criação e a renovação das tradições são processos que se tornaram cada vez mais atrelados à troca simbólica mediada; as tradições não são necessariamente destruídas com o avanço sociedades modernas, mas perdem gradualmente seu lastro nas situações cotidianas. O desenvolvimento dos meios cria novos campos de ação e interação que envolvem diferentes formas de visualidade e nos quais as relações de poder podem alterar-se rapidamente, dramaticamente e tomando caminhos imprevisíveis. Examinemos este último aspecto em maior detalhe.

O NASCIMENTO DA VISIBILIDADE MEDIADA

Visível é o que pode ser visto, aquilo que é perceptível pelo sentido da visão; invisível é o que não pode ser visto, o que é imperceptível ou oculto à visão. No fluxo normal de nossas vidas diárias, a visibilidade está relacionada com as potencialidades físicas do nosso sentido da visão e com as características espaciais e temporais da circunstância em que nos encontramos: não podemos ver a partir de uma certa distância (a não ser com ajuda de um aparato técnico de algum tipo), não vemos na ausência de uma certa quantidade de luz (a não ser, mais uma vez, com a ajuda de um aparato técnico) e não podemos ver o futuro ou o passado. O que vemos é aquilo que está dentro de nosso campo de visão, sendo que os limites deste campo são dados pelas características espaciais e temporais do aqui e do agora. A visibilidade é situada: aqueles que são visíveis para nós são os que compartilham a mesma situação espaço-temporal. A visibilidade é também recíproca (ao menos por princípio): nós podemos ver outros que estão dentro de nosso campo de visão, mas eles também podem nos ver (considerando que não estejamos ocultos de alguma forma). É a visibilidade situada da co-presença.

No entanto, com o desenvolvimento da comunicação mediática a visibilidade está livre das propriedades espaciais e temporais do aqui e agora. A visibilidade das pessoas, suas ações e acontecimentos estão libertos do compartilhamento de um solo comum. Um indivíduo não precisa mais estar presente no mesmo

âmbito espaço-temporal para que possa ver um outro indivíduo ou para acompanhar uma ação ou acontecimento: uma ação ou acontecimento pode fazer-se visível para outras pessoas através da gravação e transmissão para os que não se encontram presentes fisicamente no lugar e no momento do ocorrido. O campo da visão é ampliado espacialmente e pode também ser alargado temporalmente: uma pessoa pode testemunhar «ao vivo» eventos que acontecem em lugares distantes, isto é, no momento em que ocorrem; uma pessoa pode ainda testemunhar eventos distantes ocorridos no passado e que, graças à capacidade de preservação do meio, podem ser re-apresentados no presente. Além do mais, essa nova forma de visibilidade mediada não é mais tipicamente recíproca. O campo de visão é unidirecional: aquele que vê pode enxergar pessoas que estejam distantes e que são filmadas ou fotografadas, mas estas últimas não podem vê-lo, na maioria dos casos. Pessoas podem ser vistas por muitos observadores sem que elas próprias sejam capazes de vê-los, enquanto os observadores são capazes de ver à distância sem serem visto por elas.

O desenvolvimento das mídias comunicacionais trouxe, desse modo, uma nova forma de visibilidade – ou, para ser mais preciso, novas formas de visibilidade cujas características específicas variam de um meio para outro – que se diferencia em aspectos essenciais da visibilidade situada da co-presença. Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias. Ela é moldada também pelo fato de que, na maioria das mídias comunicacionais, a visualidade não é uma dimensão sensorial isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do áudio-visual ou do textual-visual. Ver nunca é «pura visão», não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas.

Podemos destacar a importância dessa nova forma de visibilidade concentrando-nos brevemente num aspecto em que as implicações são especialmente profundas: as relações complexas e instáveis entre visibilidade e poder político. Antes de a mídia impressa e outras mídias serem desenvolvidas, a visibilidade dos líderes políticos dependia em grande parte de sua aparição física diante dos outros, num contexto de co-presença. Para a maioria, tais aparições eram

D

A nova visibilidade

restritas ao círculo relativamente fechado da assembléia ou da corte: a visibilidade demandava co-presença e os líderes políticos estavam visíveis unicamente para aqueles com quem interagiam face-a-face nos espaços do contato cotidiano. Seu público consistia basicamente de membros da elite mandante ou dos indivíduos que faziam parte da vida social da corte.

Em certas ocasiões os mandantes apareciam ante um público maior incluindo, entre outros, alguns de seus súditos. Essas ocasiões eram eventos públicos de grande porte como coroações, funerais reais e marchas comemorativas da vitória. A pompa e o cerimonial destas ocasiões permitiam que o mandante mantivesse certa distância de seus súditos e ao mesmo tempo permitia que, por um tempo, eles vissem e celebrassem sua existência num contexto de co-presença. Mas para a maioria das pessoas em sociedades antigas ou medievais, os mandantes mais poderosos eram raramente vistos, se é que alguma vez foram vistos. Moradores das áreas rurais ou das regiões periféricas do império ou reino raramente teriam a oportunidade de ver o imperador ou o rei em carne e osso. Independente dos deslocamentos reais, que eram transitórios e relativamente escassos, a maioria das aparições públicas do monarca acontecia no centro político – nos *halls* ou aposentos do palácio ou nas ruas e praças da capital.

Com o desenvolvimento da imprensa e de outras mídias, contudo, os líderes políticos ganharam cada vez mais um tipo de visibilidade que se desvincula de sua aparição em pessoa diante de um público reunido. Os mandantes utilizaram-se dos novos meios de comunicação não só como um veículo para promulgar decretos oficiais, mas também como meio de construir uma imagem de si que poderia chegar a pessoas em regiões afastadas. Os monarcas do início da Europa moderna, como Luís XIV da França ou Filipe IV da Espanha, eram bem versados nas artes da elaboração de uma imagem. Suas imagens foram construídas e celebradas não somente pelos meios tradicionais, como a pintura, o bronze, pedra e tapeçaria, mas também pela nova mídia que era a imprensa, incluindo xilogravuras, entalhamentos, gravuras, panfletos e periódicos. No reino de Luís XIV, por exemplo, periódicos como *Gazette de France*, publicado duas vezes por semana, e *Mercure Gallant*, publicado mensalmente, reservavam um espaço fixo para as ações do Rei. Ainda que as monarquias do início da Europa moderna fossem baseadas principalmente em sociedades cortesãs, em que mandantes orientavam suas atividades para as elites, encontradas nos palácios e outros ambientes especialmente projetados, dificilmente a imagem dos monarcas e o relato de suas atividades se espalhavam para muito além destes círculos restritos através do meio impresso. A circulação dessas imagens e relatos tornou as atividades dos líderes políticos cada vez mais visíveis para

uma quantidade maior de indivíduos que não tinham como encontrá-los (ou encontrar os membros da elite política) no decorrer de suas vidas cotidianas. Gradualmente, a visibilidade dos líderes políticos e de outras pessoas, a visibilidade de suas ações, de seus feitos e, na verdade, de suas personalidades, foi desvinculada de sua aparição diante de outras pessoas reunidas na mesma situação espaço-temporal.

O desenvolvimento das mídias eletrônicas – o rádio e, acima de tudo, a televisão – representou, em alguns aspectos, a continuidade de um processo iniciado com o advento da imprensa, mas, em outros, representou uma mudança. Assim como na imprensa, a mídia eletrônica criou um tipo de visibilidade que foi apartada da necessidade de compartilhar um mesmo contexto, uma visibilidade que, com a crescente oferta de produtos mediáticos numa escala nacional e até internacional, interferiu nas vidas de uma grande parte da população. Mas o tipo de visibilidade criada pela mídia eletrônica era diferente, em alguns aspectos, da visibilidade criada pela imprensa. A mídia eletrônica permitiu que a informação e o conteúdo simbólico fossem transmitidos por largas distâncias com pouco ou nenhum atraso. Dessa forma, a mídia eletrônica gerou um tipo de visibilidade que se caracterizava, ao menos por princípio, pelo que poderíamos chamar «simultaneidade desespacializada»: pessoas distantes poderiam fazer-se visíveis praticamente no mesmo instante; poderiam ser ouvidas no exato momento em que falavam; vistas no mesmo momento em que agiam, embora não compartilhassem a mesma esfera espacial com os indivíduos para quem se faziam visíveis. Além disso, a mídia eletrônica se caracterizou por uma riqueza de referências simbólicas que fez com que algumas das características da interação face-a-face fossem reproduzidas nesse novo meio, embora as características da interação face-a-face e da quase-interação mediada fossem radicalmente diferentes. O rádio criou a audição mediada, possibilitando a codificação e transmissão da propriedade oral da voz humana para uma grande quantidade de pessoas distantes, enquanto que a televisão possibilitou a gravação e disseminação tanto das referências orais quanto visuais. Com o advento da televisão, assim, os indivíduos puderam ver pessoas, ações e acontecimentos, bem como ouvir a palavra falada e outros sons de forma ao mesmo tempo simultânea e desespacializada.

O nascimento da internet e de outras tecnologias digitais amplificou a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia e, ao mesmo tempo, tornou-as mais complexas. Elas aumentaram o fluxo de conteúdo audiovisual nas redes de comunicação e permitiram que um número maior de indivíduos criasse e disseminasse esse tipo de conteúdo. Além disso, dada a natureza da internet, é muito mais difícil controlar o fluxo de conteúdo

D

A nova visibilidade

simbólico dentro dela e, dessa forma, muito mais difícil para aqueles que estão no poder se assegurarem de que as imagens disponíveis aos indivíduos são as que eles gostariam de ver circulando. Desde o advento da imprensa, os líderes políticos descobriram ser impossível controlar inteiramente o novo tipo de visibilidade possibilitada pela mídia e deixá-la completamente a seu contento; agora, com o nascimento da internet e de outras tecnologias digitais, isso ficou mais difícil do que nunca.

A maneira pela qual os líderes políticos eram mostrados diante dos outros foi moldada pelas diversas formas de visibilidade e audibilidade criadas pela mídia. Com o advento do rádio, os líderes políticos puderam falar diretamente para milhares e até milhões de pessoas de forma a permitir um tipo de intimidade especial – nomeadamente, intimidade não-recíproca à distância – que traz características diferentes da relação falante-público em aglomerações massivas. No tempo em que não existia o som amplificado, um orador que quisesse se dirigir a uma massa de pessoas tinha de projetar sua voz com grande força; os oradores geralmente se posicionavam acima do público para que pudessem ser vistos e freqüentemente utilizavam-se de uma linguagem contundente que poderia estimular uma comoção coletiva. Mas com a chegada do rádio, a imparcialidade retórica perdeu em parte para a intimidade mediada; a oratória contundente do discurso apaixonado pôde ser substituída pela intimidade de um bate-papo ao lado da lareira. Acrescente-se a isso a riqueza visual da televisão e o palco está armado para a aparição de um novo tipo de intimidade na esfera pública. Agora os líderes políticos poderiam dirigir-se a seu público como se fossem familiares e amigos. E dada a capacidade da televisão de produzir imagens em primeiríssimo plano, os indivíduos poderiam analisar em detalhe as ações e falas de seus líderes – suas expressões faciais, aparência, modos e sua linguagem corporal, entre outras coisas – com a atenção antes reservada àqueles com quem se tinha uma relação pessoal íntima.

O desenvolvimento das mídias comunicacionais fez nascer assim um novo tipo de visibilidade desespacializada que possibilitou uma forma íntima de apresentação pessoal, livre das amarras da co-presença. Essas foram as condições facilitadoras para o nascimento do que podemos chamar de «sociedade da auto-promoção»: uma sociedade em que se tornou possível, e até cada vez mais comum, que líderes políticos e outros indivíduos aparecessem diante de públicos distantes e desnudassem algum aspecto de si mesmos ou de sua vida pessoal. A forma distanciada e impessoal da maioria dos líderes políticos do passado foi sendo gradualmente substituída por este novo tipo de intimidade mediada, pela qual os políticos podem apresentar-se não somente como líderes, mas como seres humanos, como indivíduos comuns dirigindo-se a seus

companheiros cidadãos, abrindo seletivamente aspectos de suas vidas e caráter como numa conversa ou de maneira até mesmo confessional. Perdeu-se, nesse processo, algo da aura, da «grandeza», que encobria líderes políticos e instituições no passado, uma aura que foi sustentada em parte pela imparcialidade dos líderes e pela distância que mantinham em relação aos indivíduos sobre os quais governavam. Ganhou-se a capacidade de falar diretamente para um público, de aparecer diante dele em carne e osso como um ser humano com o qual seria possível criar empatia e até simpatizar, dirigir-se a ele não como público, mas como amigo. Em resumo, líderes políticos adquiriram a capacidade de se apresentarem como «um de nós».

Enquanto as mídias comunicacionais criaram novas maneiras para que os líderes políticos aparecessem diante de outras pessoas, de uma maneira e numa escala nunca antes existente, elas também geraram novos riscos. A visibilidade mediada foi um presente para os adeptos da utilização da mídia para melhorar a imagem ou atingir seus objetivos. Mas o uso da mídia não se destinou apenas à preservação dos líderes políticos. As formas mediadas de comunicação foram usadas não apenas para promover e celebrar líderes políticos, mas também para atacá-los e denunciá-los. Era comum que panfletistas e outras pessoas no início da Europa moderna usassem a palavra impressa para ridicularizar e para fazer caricaturas dos poderosos – Louis XIV, por exemplo, era muitas vezes retratado na imprensa real como um herói, mas era ridicularizado pelos panfletistas como um covarde e mulherengo. Além disso, desde que a mídia tornou-se capaz de dar visibilidade a domínios de ação anteriormente ocultos à visão, e desde que criou um terreno complexo de circulação de imagens e de informações, porém de difícil controle, permitiu a emergência de novas formas de acontecimentos mediados com potencial para burlar e minar a apresentação bem planejada de líderes políticos e de outras pessoas. Considerarei a natureza e a importância desses acontecimentos desafiadores mais adiante. Mas antes de fazê-lo, quero me deter por um momento em algumas das implicações teóricas do que foi apresentado aqui.

Em *Vigiar e punir*, bem como em outros trabalhos, Foucault apresenta um argumento peculiar ao tratar das relações entre visibilidade e poder nas sociedades ocidentais. Se minha análise da visibilidade estiver correta, veremos que o argumento de Foucault é no mínimo parcial. Seu argumento, apresentando-o sucintamente, é o seguinte: as sociedades do mundo antigo e do *ancien régime* eram sociedades do espetáculo, o exercício do poder estava relacionado com a manifestação pública de força e superioridade por parte do soberano. Era um regime de poder no qual poucos eram visíveis para muitos e no qual a visibilidade de poucos era usada como forma de exercer o poder

D

A nova visibilidade

sobre muitos – de maneira que, por exemplo, uma execução pública na praça do mercado tornava-se um espetáculo no qual um poder soberano prevalecia, reafirmando a glória do rei a partir da destruição de um indivíduo rebelde. Mas a partir do século XVI, a manifestação espetacular do poder cedeu lugar para novas formas de disciplina e vigilância que penetravam cada vez mais nas diferentes esferas da vida. O exército, a escola, a prisão, o hospital: estas e outras instituições passaram a empregar mecanismos mais sutis de poder baseados no treinamento, disciplina, observação e registro. O alastramento desses mecanismos deu início gradualmente a um tipo de «sociedade disciplinar» na qual a visibilidade de poucos por muitos foi substituída pela visibilidade de muitos por poucos e na qual a apresentação espetacular do soberano foi substituída pelo poder normatizante do olhar.

Foucault usa a imagem do Panóptico para apresentar esse novo tipo de relação entre poder e visibilidade. A imagem é retirada do trabalho de Jeremy Bentham, responsável pela reforma da prisão inglesa que, em 1791, publicou uma planta da penitenciária ideal. Bentham previa um prédio circular com uma torre de observação ao centro. As paredes do edifício continham celas alinhadas, uma separada da outra por paredes. As celas teriam duas janelas: uma interna, voltada para a torre de observação, e outra externa, permitindo que a luz entrasse. Graças a essa estrutura arquitetônica singular, um único vigilante na torre central seria capaz de submeter uma multiplicidade de prisioneiros à vigilância contínua. Cada prisioneiro, confinado com segurança em uma das celas, ficaria permanentemente visível; cada ação poderia ser vista e monitorada por um supervisor que permaneceria oculto. Além do mais, considerando que os prisioneiros soubessem que suas ações seriam sempre vistas, ainda que não estivessem sendo observados a todo o momento, eles adaptariam seu comportamento segundo a regra e agiriam sempre como se estivessem sendo observados. Eles estariam sujeitos a um estado de visibilidade permanente que asseguraria automaticamente o funcionamento do poder.

Foucault entende o Panóptico não apenas como uma obra genial da arquitetura do século XVIII, mas como um modelo generalizável de organização das relações de poder nas sociedades modernas. Esse modelo – que ele denomina como «panóptico» – forneceu uma alternativa efetiva às formas antigas de exercício do poder. Gradualmente ela complementou e substituiu as formas antigas de maneira que em diferentes esferas da vida social os indivíduos foram sendo crescentemente submetidos aos tipos de disciplina e vigilância tão efetivamente empregados nas prisões. Cada vez mais eles estão envolvidos num sistema de poder em que a visibilidade é uma forma de controle. Não são mais testemunhas de um espetáculo que acontece diante de si, mas objetos de

olhares múltiplos e cruzados que, com o exercício diário da vigilância, dispensa a necessidade do espetáculo.

Ao desenvolver este argumento Foucault destaca, com seu brilhantismo característico, a importância da visibilidade como um meio de exercer poder, mas o uso que faz do Panóptico como forma de entender a relação entre poder e visibilidade nas sociedades modernas está longe de ser convincente. Claro que há algumas organizações em nossas sociedades que se baseiam em métodos de vigilância – a polícia, o exército e os serviços de segurança, principalmente, como também outras organizações estatais e algumas entidades privadas. É possível argumentar que a vigilância está se tornando cada vez mais importante hoje, à medida que os Estados procuram desenvolver novas formas de combate ao crime e de prevenção contra ameaças existentes ou investigadas. Mas não seremos capazes de entender a relação instável entre poder e visibilidade em nossas sociedades se nos concentrarmos sobre o fenômeno da vigilância negligenciando, como o fez Foucault, o papel das mídias comunicacionais. Caso Foucault tivesse considerado mais de perto o papel da mídia, talvez tivesse visto que ela estabelece uma relação entre poder e visibilidade que é bem diferente da que está implícita no modelo do Panóptico. Enquanto o Panóptico faz com que muitos estejam visíveis para poucos, a mídia permite que poucos estejam visíveis para muitos: graças à mídia, basicamente aqueles que exercem o poder, mais do que aqueles sobre os quais o poder se aplica, é que estão sujeitos a um novo tipo de visibilidade. Essa nova visibilidade é muito diferente do tipo de espetáculo que Foucault identificou no mundo antigo e no *ancien régime*, pois a visibilidade mediada de indivíduos, ações e acontecimentos está agora separada da necessidade de compartilhar um domínio comum e desvinculada das condições e restrições da interação face-a-face.

A VISIBILIDADE MEDIADA COMO DUPLA FACE

Com o desenvolvimento das mídias comunicacionais, o próprio campo político foi parcialmente reformulado a partir das novas formas de interação e visibilidade geradas pela mídia. A mídia pode ser entendida como um campo de interação com interesses, posições e carreiras profissionais próprios, um campo que se erigiu separadamente do campo político, mas que está entrelaçado a ele de diversas maneiras. As organizações midiáticas estão todas elas, cada uma à sua maneira, preocupadas em exercer um poder simbólico através do uso das mídias comunicacionais de todo tipo. Enquanto algumas dessas organizações interferem diretamente no campo político, elas não coincidem com ele, já que normalmente são regidas por princípios distintos e são orientadas para fins

D

A nova visibilidade

diversos. A relação entre políticos e jornalistas pode ocasionalmente ser de proximidade e ser harmoniosa, já que estes podem se vincular de modo a ter dependência recíproca (políticos precisam da mídia para apresentar imagens favoráveis de si mesmos e os jornalistas baseiam-se em políticos e outras fontes oficiais para manter um fluxo contínuo de notícias). Mas essa relação pode também estar cheia de um conflito em potencial e facilmente tornar-se tensa, com jornalistas seguindo uma pauta ou posicionando-se contrariamente ao que políticos ou seus porta-vozes gostariam.

Conforme o campo político se torna incrivelmente invadido pelas formas mediadas de comunicação, os líderes políticos têm a possibilidade de aparecer diante de seu público de formas e numa escala nunca antes existentes. A relação entre líderes políticos e seu público torna-se cada vez mais uma forma de quase-interação mediada – moldada pelas atividades jornalísticas dos profissionais de imprensa, entre outros, diversas e potencialmente conflituosas como são – através da qual um relacionamento de lealdade e de afeição (bem como sentimentos de repugnância) podem se formar. Políticos habilidosos exploram esse viés em causa própria. Com a ajuda de um profissional de relações públicas e de profissionais de comunicação tentam criar e sustentar uma base que mantenha seu poder e suas políticas manejando cuidadosamente sua visibilidade e sua apresentação pessoal na arena mediada da política moderna.

No entanto, a visibilidade mediada tem uma dupla face. O desenvolvimento da mídia criou novas oportunidades para os líderes políticos, mas criou também novos riscos, e os líderes políticos se vêem expostos a novos perigos gerados pela natureza incontrolável da visibilidade midiática. A arena mediada da política moderna é aberta e acessível de um modo que as assembléias e cortes tradicionais não eram: na era da visibilidade mediada é muito mais difícil fechar as portas da arena política e encobri-la com um véu de segredo. A proliferação da nova comunicação mediática apenas exacerbou o problema, criando uma vasta gama de canais descentralizados e impossíveis de serem monitorados e controlados completamente, através dos quais imagens e informações podem fluir. Quer gostem ou não, líderes políticos de hoje são mais visíveis para mais pessoas e são observados com mais proximidade do que o foram no passado; e, ao mesmo tempo, eles estão mais expostos ao risco de que suas ações e declarações, e as ações e declarações de outros, sejam deslocadas de modo a entrar em conflito com as imagens que pretendem projetar. Assim, a visibilidade criada pela mídia pode se tornar a fonte de um novo tipo distinto de « fragilidade». Embora muitos líderes políticos busquem manejar sua visibilidade, eles não podem controlá-la completamente. A visibilidade mediada pode fugir ao seu comando e, ocasionalmente, trabalhar contra eles próprios.

É neste contexto que entendemos a relevância dos inúmeros problemas que podem afligir os políticos na era da visibilidade mediada – fenômenos como a gafe, o vazamento de informações, a revelação e o escândalo. Os políticos precisam estar constantemente atentos e empregar um alto nível de reflexividade para conseguir monitorar suas ações e declarações, já que um ato indiscreto, uma frase mal interpretada ou uma revelação sem justificativa podem ter conseqüências desastrosas. Cada um desses problemas merece uma investigação detalhada. Faz-se necessária uma nova história de cada um – não uma história que simplesmente relacione uma série de casos intrigantes ou às vezes bizarros e decepcionantes, mas uma história que recontre o desenvolvimento destes fenômenos como parte integrante do nascimento da visibilidade mediada.

Esta é a tarefa a que me proponho em *Political Scandal (Escândalo político)*: nele pretendi mostrar que é possível entender porque os escândalos de vários tipos – sexual, financeiro e aqueles que chamei de «escândalos do poder» – tornaram-se uma característica presente em nossa vida pública de hoje apenas situando este fenômeno em sua relação com o nascimento da visibilidade mediada, da qual se tornou uma parte inseparável. A palavra «escândalo» data de muitos séculos antes do nascimento dos meios – na verdade, a palavra pode ser encontrada na Grécia antiga e no início do pensamento judaico-cristão. Mas, a partir do século XVII, ela foi cada vez mais se reportando a proposições e contestações articuladas na imprensa – inicialmente na cultura de panfletos dos séculos XVII e XVIII e, depois, do final do século XVIII em diante, na cultura nascente dos periódicos políticos e dos jornais. A palavra foi gradualmente afastada de sua associação mais próxima com difamação e insurgência, e crescentemente aplicada a um grupo de fenômenos com características particulares. Mas, no início do século XIX, um novo fenômeno passou a existir – o fenômeno do escândalo como um evento mediado. Tal fenômeno moderno do escândalo mediado tinha uma estrutura e uma dinâmica próprias: incluía a divulgação na mídia de alguma ação ou atividade antes oculta à visão, envolvendo a transgressão de certos valores e normas e que, ao ser divulgada, incitaria a manifestações públicas de desaprovação e revolta. Atividades que tenham sido realizadas clandestina ou privadamente de repente se tornaram visíveis para o domínio público, e a divulgação e condenação de tais atividades na imprensa serviram, em parte, para constituir um evento como escândalo. A visibilidade mediada não seria um comentário *a posteriori* sobre um evento escandaloso: mas, sim, parte constitutiva do evento como escândalo.

Enquanto o século XIX foi o momento do nascimento do escândalo mediado, o século XX foi sua verdadeira morada. Uma vez inventado esse tipo particular de evento, ele se tornaria um gênero reconhecível. Alguns procurariam

D

A nova visibilidade

ativamente produzi-lo e outros – especialmente aqueles proeminentes na vida pública – lutariam, com diversos níveis de discrição e sucesso, para evitá-lo. O caráter e a frequência dos escândalos políticos variaram consideravelmente do contexto de uma nação para outra, e dependeram de uma gama de circunstâncias sociais e políticas específicas. Em países como Grã-Bretanha e Estados Unidos houve escândalos políticos significativos durante as primeiras décadas do século XX, como o escândalo Marconi na Grã-Bretanha, que quase derrubou o governo Liberal em 1913, e o escândalo do Teapot Dome nos Estados Unidos, que balançou o governo Harding nos anos 20. Mas, sem dúvida, a questão é que o fenômeno do escândalo político se tornou uma parte importante da vida pública na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos e em algumas outras democracias liberais a partir do início dos anos 60. Por quê? Como podemos explicar a importância crescente do escândalo político em décadas recentes?

Uma maneira de responder a essa pergunta seria argumentar que o aumento da importância dos escândalos políticos é um sintoma do declínio nos padrões morais dos líderes políticos, no que diz respeito a seu comportamento e também à sua probidade em geral na condução de seu ofício. Assim, pode-se argumentar, por exemplo, que escândalos sexuais que eram uma característica prevalente da vida política da Grã-Bretanha na década de 80 e início de 90, bem como os escândalos sexuais que assolaram a presidência de Bill Clinton, refletem um declínio geral dos padrões morais. Da mesma forma, podemos argumentar que os escândalos de corrupção que emergiram nos Estados Unidos nas décadas de 70 e 80, bem como os escândalos do tipo dinheiro-por-informações (*cash-for-questions*) que destruíram as carreiras políticas de diversos políticos britânicos nos anos 90 são sintomáticos do declínio no nível de decência entre os políticos. Contudo, embora essa possa parecer uma explicação plausível, há poucas provas para embasá-la. Na verdade, não está claro que, em termos gerais, os padrões morais dos líderes políticos de hoje são significativamente mais baixos que os padrões aos quais se vinculavam líderes políticos do passado. Os casos extra-conjugais de Kennedy são o exemplo mais óbvio: um certo número de presidentes americanos anteriores parece ter tido conexões que permaneceram bem guardadas como segredo na época. Parece plausível que a prevalência crescente dos escândalos políticos tem menos relação com um declínio geral dos padrões morais dos líderes políticos do que com as mudanças na maneira de tornar visíveis as atividades dos líderes políticos no âmbito público e a extensão dessas mudanças.

Então se rejeitarmos a hipótese de um declínio nos padrões morais dos políticos, que outra explicação poderíamos dar para a crescente importância do escândalo político? Há, no meu ponto de vista, algumas mudanças importantes

que perpassam esse desenvolvimento – concentrar-me-ei em três delas. Um fator é a mutabilidade das tecnologias de comunicação e de vigilância. O século XX testemunhou uma verdadeira revolução nas tecnologias disponíveis para a gravação, processamento e transmissão da informação e comunicação. Estas novas tecnologias, e especialmente aquelas associadas à televisão, ajudaram a fazer com que os líderes políticos se tornassem muito mais visíveis no domínio público, e a assegurar que o modo com que eles aparecessem diante dos outros tivesse um grau de intimidade e de promoção pessoal que raramente se via no passado. E, quanto mais os líderes políticos se esforçavam para apresentar-se na mídia como indivíduos comuns com vidas comuns, mais provável era que o público a quem se dirigiam estivesse inclinado a julgá-los pelo seu caráter como indivíduos – sua sinceridade, honestidade, integridade. Apresentando-se como indivíduos comuns, com vida pessoal e compromissos próprios, e com razões e motivos próprios para o que fazem, os líderes políticos enfatizam mais ainda o caráter e a integridade na vida pública. Mas o caráter seria um atributo pelo qual poderiam também ser facilmente pegos.

As mudanças tecnológicas foram importantes por um outro motivo: fizeram com que ficasse cada vez mais difícil encobrir o comportamento privado de líderes políticos e de outras figuras públicas. Tecnologias cada vez mais sofisticadas – como as relacionadas com a gravação secreta de conversas, com fotografias à longa-distância, o grampo nas telecomunicações e a busca e recuperação das comunicações digitalmente codificadas – fornecem uma poderosa gama de aparelhos que podem ser utilizados para transportar comportamentos escusos para regiões expostas. Estes, combinados com as atividades das organizações midiáticas e para-midiáticas, podem transformar-se em acontecimentos altamente visíveis. Seria muito radical dizer que as novas tecnologias decretam o «fim da privacidade», como sugerem alguns pesquisadores. Mas sem dúvida que, em parte devido à crescente oferta dessas tecnologias, as condições sociais para a privacidade estão mudando de forma fundamental. As novas tecnologias criaram novos meios poderosos de «bisbilhotar». Conversas ou interações que os indivíduos consideram privadas (tidas face-a-face ou com a ajuda de tecnologias individualizadas, como o telefone) podem ser pinçadas e gravadas disfarçadamente, e na seqüência, disponibilizadas para milhares ou milhões de pessoas através da mídia. As palavras ou ações originalmente produzidas como uma comunicação ou comportamento privados podem inesperadamente assumir um caráter público, tornando-se visíveis de formas certamente surpreendentes, possivelmente muito embaraçosas e talvez até mesmo seriamente incriminatórias (das quais Monica Lewinsky e Bill Clinton, entre muitos outros, souberam o preço).

D

A nova visibilidade

Um segundo fator é a mudança na cultura do jornalismo. O nascimento do jornalismo como profissão remonta o final do século XIX e houve alguns jornalistas e editores no final do século XIX e início do século XX que se viam como investigadores em busca de desvendar realidades ocultas e de trazê-las ao conhecimento público – não apenas editores aventureiros como W. T. Stead na Grã-Bretanha e Joseph Pulitzer nos Estados Unidos, mas também aqueles conhecidos como jornalistas *muckraking* (combativos) como Lincoln Steffens e Ida Tarbell. Depois desse despertar inicial, a tradição do jornalismo investigativo entrou num período de relativo declínio até os anos 60, quando ganhou ímpeto novo com os tumultuosos acontecimentos políticos da década. Nos Estados Unidos, o movimento pelos direitos civis e a luta contra a guerra do Vietnã talvez tenham sido os mais importantes desses acontecimentos, porém outros, como o movimento feminista e um questionamento sobre a postura tradicional em relação à sexualidade foram também de grande importância. A cultura crítica não transformou sozinha as práticas jornalísticas, mas realmente ajudou a criar um ambiente encorajador para o jornalismo investigativo.

Ainda que a bravura da reportagem investigativa remonte ao tempo anterior ao Watergate, sem dúvida o que ocorreu entre a descoberta do caso e a renúncia de Nixon foi um grande estímulo para o ramo.

O escândalo do Watergate foi importante nesse contexto não apenas porque ajudou a legitimar as atividades de jornalistas investigativos (embora por inspiração no caso um tanto floreado de Carl Bernstein e Bob Woodward), mas também porque, pela primeira vez, trouxe para domínio público as regiões mais escondidas do maior escritório de poder político que, de repente e inesperadamente, foi exposto abertamente. E o conteúdo que emergiu dali, em termos de provas de atuação criminosas e de manobras chocantemente cruas de Nixon e seus associados, serviram de combustível para o ceticismo do público em relação à credibilidade e confiabilidade de seus líderes. O Watergate ajudou a precipitar o clima de ceticismo pelo qual ninguém, nem mesmo o presidente, está fora de suspeita.

A ênfase renovada na reportagem investigativa nos anos 60 e 70 ajudou a alterar a cultura do jornalismo e a criar um contexto no qual a busca por segredos ocultos, a abertura desses segredos quando e se fossem encontrados, foi entendida cada vez mais dentro dos círculos mediáticos como uma parte aceita da atividade jornalística. No contexto desta considerável alteração na cultura do jornalismo, a distinção entre os diferentes tipos de segredo tornou-se esgarçada e difícil de apontar. Uma vez aceito que as cortinas que encobriam as regiões mais altas do poder poderiam ser abertas, ficaria muito difícil manter uma distinção exata entre os segredos relativos ao exercício do poder e segredos

relativos à conduta da vida privada. A reportagem investigativa facilmente cairia num tipo de reportagem apelativa em que aspectos ocultos do exercício do poder seriam misturados com aspectos ocultos da vida dos poderosos. Os códigos e convenções jornalísticos que anteriormente desencorajavam jornalistas a fazerem reportagens sobre a vida privada e os casos amorosos de líderes políticos seriam gradualmente relaxados e, em alguns lugares, abandonados por completo, para que os jornalistas estivessem menos restritos pelo *ethos* de sua própria profissão.

Um terceiro fator que contribuiu para o aumento da importância do escândalo político é o caráter instável da cultura política em geral. Tal mudança está firmada numa série de transformações estruturais que moldaram o ambiente em que ocorre a ação política. Nesse sentido, é de particular relevância o declínio gradual da política partidária baseada em classes, na qual os partidos debatiam-se na arena política, com sistemas de crença radicalmente opostos, representando amplamente os interesses de classes sociais diferentes, que forneciam o núcleo de seu suporte eleitoral. Durante a segunda metade do século XX, o caráter mutante do trabalho nas sociedades industriais ocidentais – incluindo o declínio das indústrias tradicionais, como carvão e aço, e o crescimento do setor de serviços e de uma gama de indústrias baseadas em conhecimento específico – transformou o contexto social da política. Partidos políticos não podiam mais depender das velhas classes sociais que um dia garantiram o núcleo de sua sustentação. As divisões doutrinárias tradicionais foram atenuadas, e cada vez mais os partidos e seus líderes tinham que batalhar para conquistar o apoio de um crescente grupo de eleitores indecisos.

Essas grandes transformações sociais nos ajudam a entender o que poderíamos genericamente descrever como um declínio gradual da «política ideológica» e o aumento da importância das «políticas de confiança». A política partidária tradicional, baseada em divisões de classe, com sistemas de crença radicalmente opostos e um contraste forte entre esquerda e direita, não desapareceu, mas foi significativamente enfraquecida pelas transformações sociais do período pós-guerra. E, em seu lugar emergiu um tipo de política baseada crescentemente em pacotes políticos específicos oferecidos pelos partidos. Esses pacotes políticos não podem mais ser sustentados por um apelo aos interesses de classe dos eleitores e os próprios eleitores não podem mais contar que os políticos cumpram suas promessas em razão da longa afiliação social de seus partidos. Ainda mais, com o declínio da velha política ideológica, muitas pessoas sentem-se cada vez mais inseguras em relação à melhor maneira de enfrentar os problemas altamente complexos do mundo moderno; o mundo se apresenta cada vez mais como um lugar desafiador em que não há soluções

D

A nova visibilidade

simples e como um lugar em que devemos confiar na capacidade de nossos líderes políticos para tecer julgamentos racionais e proteger nossos interesses. É nesse contexto que a questão da credibilidade e confiabilidade de líderes políticos se torna um assunto de grande importância. As pessoas estão mais preocupadas com o caráter dos indivíduos que são (ou que podem vir a ser) seus líderes e estão ainda mais preocupadas com a confiabilidade deles, pois ela é o melhor parâmetro para garantir que as promessas políticas serão mantidas e que decisões difíceis diante da complexidade e da incerteza serão tomadas com base num julgamento racional. A política da confiança se torna cada vez mais importante não porque políticos são inerentemente menos confiáveis hoje do que eram no passado, mas porque as condições sociais que antes permeavam sua credibilidade foram desgastadas.

Esta mudança na cultura política contribuiu para que o escândalo tivesse uma maior importância na vida política de hoje. O escândalo político, em parte, tornou-se tão importante porque é um tipo de teste de credibilidade para os políticos da era da confiança. Quanto mais nossa vida política se orienta para as questões do caráter e da confiança, mais importância damos aos casos em que a confiabilidade dos líderes políticos está em questão. Quanto mais temos que confiar na integridade dos políticos para que mantenham suas promessas e na habilidade deles para exercer um julgamento racional, mais importância damos às ocasiões em que a fraqueza de caráter e os lapsos de julgamento são trazidos à tona. Visto dessa perspectiva, podemos entender porque um escândalo envolvendo a vida privada de um político é tomado por muitos como algo de importância política mais abrangente: não é tanto o fato de acreditar que os políticos devem seguir uma conduta moral estrita em suas vidas privadas, mas a preocupação com o que esse comportamento revela sobre a integridade, a credibilidade e o julgamento do indivíduo em questão.

O declínio gradual da política ideológica significa também que, dentro do sub-campo dos políticos profissionais, discordâncias radicais em relação a questões de princípio tomam menor relevo e os partidos políticos buscam outras formas de se diferenciarem uns dos outros. Enquanto os partidos se encaminham cada vez mais em direção a um patamar comum de centro e competem por um número crescente de eleitores indecisos, as falhas de caráter dos adversários (sejam verdadeiras ou acusações) e a violação de códigos de conduta se tornam armas poderosas na luta por vantagem política. Questões de caráter se tornam politizadas à medida que os partidos brigam para se diferenciarem num contexto em que é cada vez mais difícil recorrer a diferenças fundamentais de princípios, e onde, em parte de modo compensatório, os partidos e seus líderes buscam ter ganhos políticos às custas da falha de caráter dos outros.

Desde que o escândalo se tornou um teste de credibilidade para os políticos do tempo da confiança e desde que as questões de caráter estão cada vez mais envolvidas na disputa partidária, o surgimento de escândalos tende a um efeito cumulativo: escândalo traz escândalo, precisamente porque cada escândalo concentra mais o foco na credibilidade e confiabilidade dos líderes políticos. O efeito cumulativo do escândalo é incorporado no ciclo eleitoral, à medida que os partidos políticos e pretendentes a líderes se utilizam de falhas anteriores em testes de credibilidade como base para construir sua própria campanha eleitoral. Nesse sentido, no saldo do Watergate, Jimmy Carter construiu sua campanha presidencial de 1976 com base na questão da confiança e na promessa de assegurar que seu governo restituiria um alto padrão ético – “Nunca mentirei a vocês”, foi sua declaração famosa de campanha. Porém mal tinha assumido e uma onda de novos escândalos começou a surgir. Primeiro foi o caso Lance, em que um amigo de Carter e também seu conselheiro foi forçado a se demitir do cargo de Director of the Office of Management and Budget devido à grande suspeita sobre irregularidades financeiras em suas contas pessoais. Depois houve o Billygate, uma sucessão curiosa de acontecimentos exagerados nos quais o irmão de Jimmy Carter – um alcoólatra com péssimo senso de julgamento – viu-se no centro de um escândalo tempestuoso envolvendo suas relações comerciais com a Líbia. E como se isso não fosse suficiente, houve a estranha história de Hamilton Jordan, um empregado da Casa Branca acusado de distribuição de cocaína e que foi investigado por um juizado especial, embora as acusações tenham sido retiradas no final. No despertar do Watergate, Carter assumiu o poder com a promessa de fazer um governo honesto, decente e limpo. Mas numa cultura política voltada para questões de caráter e confiança, essa proposta era como hastear uma bandeira vermelha diante das filas de críticos e jornalistas.

Bill Clinton se viu num ciclo parecido com esse, embora de uma forma muito mais acentuada. Como muitos discursos presidenciais do passado, cheios de esperança, Clinton fez uma campanha sustentada na promessa de limpeza política depois do desgaste do governo Reagan, assumindo o compromisso de realizar «o governo mais ético já visto». Mas ele descobriu rápido que membros de seu próprio governo estavam sendo investigados por suspeita de deslizamentos financeiros, e, finalmente, Clinton e sua esposa tornaram-se alvo de uma exaustiva investigação sobre seu envolvimento com a especulação imobiliária no Arkansas e a relação disso com o fracasso do *Savings and Loan* – o chamado caso Whitewater. Clinton também descobriu que as acusações e as revelações relacionadas à sua vida pessoal se tornariam assunto de interesse público, quase arruinando sua campanha de 1992 (com o caso Jennifer Flowers) e culminando

D

A nova visibilidade

com seu *impeachment* e julgamento pelo Senado e, em seguida, a revelação de seu caso com Monica Lewinsky. É evidente que o que levou ao *impeachment* de Clinton não foi a divulgação do caso, mas uma série de violações de segunda ordem feitas em relação a uma investigação de abuso sexual iniciada por Paula Jones. No decurso dessa investigação Clinton testemunhou sob juramento dizendo que não havia tido relações sexuais com Monica Lewinsky, ficando vulnerável para a acusação de perjúrio, entre outras. Mas o que emergiu no decurso dessa longa saga foi o desvendamento sem precedentes das interações privadas entre o Presidente e uma jovem nos aposentos da Casa Branca, uma revelação que chocou a maioria das pessoas comuns – ainda que, ao mesmo tempo, muitos acreditassem que o escândalo tinha sido extrapolado por uma mídia agressiva, preocupada com o desvio de conduta sexual de Clinton, por um time de jornalistas investigativos persecutórios liderados por um homem altamente conservador e disposto a agir, e por um congressista.

DISPUTAS POR VISIBILIDADE NA ERA MIDIÁTICA

Usei o exemplo do escândalo político para ilustrar alguns aspectos da nova visibilidade instaurada com o desenvolvimento das mídias comunicacionais. Vivemos hoje num tempo de alta visibilidade midiática, e aqueles que estão em posição de relevo na vida pública ou aspiram a uma se vêem agindo num ambiente de informação que é muito diferente do que existia há séculos (ou mesmo há décadas atrás). Graças ao desenvolvimento de diversas formas de comunicação mediada e ao surgimento de inúmeras organizações mediáticas com relativa independência em relação ao poder estatal, o ambiente da informação está mais intenso, mais extensivo e menos controlável do que no passado. É mais intenso no sentido de que a quantidade de fluxos de informação é maior do que antes, à medida que as organizações e redes de comunicação disponibilizam um volume crescente de material simbólico. É mais extensivo no sentido de que o número de indivíduos incluídos nessas redes de comunicação e que são capazes de receber o produto das organizações mediáticas é maior do que há um século (ou mesmo há algumas décadas) atrás, e no sentido de que houve ampliação geográfica no número desses receptores: hoje, a informação flui muito rapidamente por redes que não são apenas nacionais mas, cada vez mais, de espectro global. O ambiente de informação é menos controlável no sentido de que, dada a proliferação das formas mediadas e das redes de comunicação é muito mais difícil para que os atores políticos encubram suas atividades, muito mais difícil controlar as imagens e as informações levadas ao domínio público e muito mais difícil de prever as conseqüências dessas aparições e divulgações.

O domínio público por si só transformou-se num espaço complexo de fluxo de informação no qual palavras, imagens e conteúdos simbólicos disputam atenção à medida que indivíduos e organizações procuram ser vistos e ouvidos (ou procuram fazer outros serem vistos e ouvidos). Este é um espaço moldado não somente pela mudança constante nas tecnologias, que permitem que palavras e imagens sejam gravadas e transmitidas para outros que estejam distantes, mas também pelas instituições e organizações que têm interesse em transmitir este conteúdo (ou não, conforme o caso) e que têm diferentes níveis de poder e de recursos para atingir seus objetivos. Conquistar visibilidade pela mídia é conseguir um tipo de presença ou de reconhecimento no âmbito público que pode servir para chamar a atenção para a situação de uma pessoa ou para avançar a causa de alguém. Mas, da mesma forma, a inabilidade em conquistar a visibilidade através da mídia pode condenar uma pessoa à obscuridade – e, no pior dos casos, podem levar a um tipo de morte por desaparecimento. Assim, não é surpresa que a disputa por visibilidade assumiu tal importância em nossas sociedades hoje. A visibilidade mediada não é apenas um meio pelo qual aspectos da vida social e política são levados ao conhecimento dos outros: ela se tornou o fundamento pelo qual as lutas sociais e políticas são articuladas e se desenrolam.

A batalha brutal de palavras e imagens emergindo com a guerra do Iraque ilustra muito bem que, na era moderna de uma visibilidade mediada, a luta para ser visto e ouvido, e a luta para fazer com que os outros vejam e ouçam, tornou-se uma parte inseparável dos conflitos sociais e políticos de nosso tempo. E ela ilustra ainda muito bem que, num mundo onde as redes de comunicação e os fluxos de informação tornaram-se tão complexos e interconectados, é impossível para qualquer partido controlar completamente as palavras e imagens que circulam no espaço público. A visibilidade das ações e eventos, o impacto dessas palavras e imagens na forma como os indivíduos comuns entendem o que está acontecendo em regiões distantes e na forma como moldam suas opiniões e julgamentos morais sobre tais situações têm se tornado, no tempo presente, uma parte inseparável do decurso dos eventos em si. **M**

REFERÊNCIAS

- BENTHAN, Jeremy (1791). *Panopticon, or the Inspection House*. London: T. Payne.
- BOURDIEU, Pierre (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity.
- _____ (1993). *Some Properties of Fields*. *Sociology in Question* (trad. Richard Nice). London: Sage, pp. 72-7.
- BURKE, Peter (1992). *The Fabrication of Louis XIV*. New Haven, Conn., and London: Yale University Press.
- ELLIOTT, J. H. (1985). Power and Propaganda in the Spain of Philip IV. In: *Rites of Power: Symbolism, Ritual, and Politics since the Middle Ages* (Sean Wilentz, ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 145-73.
- FOUCAULT, Michel (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (trad. Alan Sheridan). Harmondsworth: Penguin.
- GEERTZ, Clifford (1983). *Centers, Kings, and Charisma: Reflections on the Symbolics of Power*. In: *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books, pp. 121-46.
- HAGOOD, Wesley O. (1998). *Presidential Sex: From the Founding Fathers to Bill Clinton*. Secaucus, N.J.: Carol Publishing Group.
- JAMIESON, Kathleen Hall (1988). *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*. New York and Oxford: Oxford University Press.
- LYON, David (1994). *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. Cambridge: Polity.
- _____ (2003). *Surveillance After September 11*. Cambridge: Polity.
- MEYROWITZ, Joshua (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York and Oxford: Oxford University Press.
- SCHUDSON, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- SLEVIN, James (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity.
- THOMPSON, John B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.
- _____ (2000). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity.
- WHITAKER, Reg (1999). *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*. New York: The New Press.