

Marcio Simeone **HENRIQUES**; Daniel Reis **SILVA**
Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte, Brasil

Meras coincidências: as estratégias e as tramas do acontecimento fabricado

Simple coincidences: las estrategias y las tramas del acontecimiento fabricado

Mere coincidence: the strategies and plots of the fabricated event

Recebido em: 09 jul. 2012

Aceito em: 19 nov. 2012

Marcio Simeone Henriques é docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG; doutor em Comunicação pela UFMG e mestre em Educação pela UFRJ.

Contato: simeone@fafich.ufmg.br

Daniel Reis Silva é mestrando em Comunicação pela UFMG. Contato: daniel.rs@hotmail.com.br

RESUMO

O trabalho analisa o processo de criação de um pseudo-acontecimento a partir de uma obra de ficção – o filme *Mera Coincidência*. Propõe uma reflexão sobre as estratégias utilizadas para a fabricação de um acontecimento, a relação que se estabelece com a mídia e o envolvimento dos públicos neste processo. Toma por base teórica a abordagem hermenêutica do acontecimento – com ênfase na distinção entre acontecimento existencial e acontecimento-objeto – e estudos sobre propaganda e formação de opinião pública. A análise evidencia a complexidade na formação da trama da opinião pública, onde fatos e interpretações se emaranham e associam pseudo-acontecimentos e acontecimentos reais.

Palavras-chave: acontecimento; pseudo-acontecimento; estratégia; públicos; opinião pública.

RESUMEN

El trabajo analiza el proceso de creación de un pseudo-acontecimiento desde una obra de ficción – la película *Wag the Dog*. Propone una reflexión sobre las estrategias utilizadas para la fabricación de un acontecimiento, su relación con los medios de comunicación y la participación de los públicos en este proceso. Se basa en el enfoque hermenéutico del acontecimiento y en los estudios teóricos sobre propaganda y la formación de la opinión pública. El análisis pone de relieve la complejidad de formación de la trama de la opinión pública, donde los hechos y las interpretaciones son entrelazados y asocian pseudo-acontecimientos y acontecimientos reales.

Palabras clave: acontecimientos; pseudo-acontecimientos; estrategia; públicos; opinión pública.

ABSTRACT

The paper analyzes the process of creating a pseudo-event from a product of fiction – the movie *Wag the Dog*. It proposes a reflection on the strategies used for the manufacture of an event, the relationships with the media and the involvement of many publics in this process. The discussion is based on the hermeneutic approach of the events and theoretical studies on propaganda and public opinion formation. This analysis highlights the complexity of the plot in the formation of public opinion, where facts and interpretations are entangled and associate pseudo and real events.

Keywords: events; pseudo-events; strategy; publics; public opinion.

Introdução

A vinheta de “notícia de última hora” surge na tela, interrompendo a programação normal. No estúdio do telejornal, o âncora esclarece o motivo da urgência: novidades da frente albanesa da guerra, oriundas de um vídeo que acaba de ser divulgado. Nele, uma garota surge correndo em meio a uma aldeia em chamas, acompanhada pelos sons de tiros e sirenes de emergência. A jovem segue em direção a uma ponte, passando entre escombros, enquanto segura um pequeno gato. O âncora explica a cena, dizendo que se trata de uma garota albanesa, fugindo da represália de terroristas, afirmando que “a América poucas vezes testemunhou cena tão comovente”.

Tal cena poderia ser parte de uma produção cinematográfica americana de guerra, muitas vezes carregadas de fortes apelos nacionalistas. Há, porém, uma peculiaridade: ela pertence a uma obra que não trata de uma guerra, mas sim da tentativa de criar uma guerra. Não há nela nenhum conflito com a Albânia. A garota é uma atriz e o vídeo divulgado, na verdade, faz parte de um amplo esforço para simular uma situação de guerra.

O filme *Mera Coincidência* se tornou conhecido pela sua trama ímpar, na qual os Estados Unidos declaram uma guerra imaginária contra a Albânia, visando encobrir um escândalo sexual do seu presidente. O eixo central da obra é a tentativa de fabricar a guerra, que não acontecerá concretamente: como um personagem afirma em determinado momento, não se trata de “ter uma guerra, mas sim ter a aparência de uma guerra”. Ela é, então, um acontecimento que não aconteceu.

O conceito de acontecimento tem sido objeto de diversos esforços científicos recentes no campo da comunicação (BABO-LANÇA, 2006; QUÉRÉ, 2005, SODRÉ, 2009). A temática vem sendo trabalhada nos estudos sobre acontecimento e mídia desenvolvidos no Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da UFMG (GRIS), pautados principalmente na perspectiva hermenêutica do acontecimento proposta por Louis Quéré, na qual o acontecimento é entendido como “palco de encontro, interação, determinação recíproca” (QUÉRÉ, 2005: 68).

Muitos dos estudos que hoje associam acontecimento e mídia se referem a determinados tipos de acontecimento sobre os quais é possível atestar sua existência. No entanto, o exemplo do filme *Mera Coincidência*, longe de se restringir somente ao domínio da ficção, sugere um olhar sobre os fatos que ganham a cena pública sem,

porém, terem realmente acontecido, ou seja, para aqueles acontecimentos que são “fabricados” e que passam a ter uma existência a partir de sua publicização na mídia.

Em um primeiro momento, podemos entender o fato retratado no filme como um pseudo-acontecimento, ou pseudo-evento, definido por Daniel Boorstin (1992) como um acontecimento falso, propositalmente pensado para enganar. Não são, assim, espontâneos, mas planejados, plantados ou incitados, podendo ocorrer de fato, serem baseados em factoides ou mesmo completamente fictícios. O propósito de tais acontecimentos seria, em primeiro lugar, a veiculação através da mídia.

Os pseudo-acontecimentos são, muitas vezes, encarados por meio do que Vera França coloca como “abordagens construtivistas mais radicais, altamente deterministas, que creditam um poder criador e onipotente aos meios, para além de qualquer referente ao plano da realidade” (FRANÇA, 2012: 41). São visões que trabalham a questão do “simulacro criado pela mídia”, e que criticam uma desrealização do acontecimento pela mídia. Aqui, no entanto, entra em jogo outro fator importante que destoa, de certa forma, dessas visões: a possibilidade de criação estratégica de acontecimentos, que antecede a uma criação feita “pela mídia”, sendo, na verdade, uma criação feita “para a mídia”.

A criação (ou simulação) de acontecimentos é estratégia conhecida, tanto na área de relações públicas quanto, principalmente, na literatura que trata sobre as práticas de propaganda (DOMENACH, 2001; BERNAYS, 2004). Edward Bernays, por exemplo, afirmava que o propagandista moderno, também nomeado por ele como “conselheiro de relações públicas”, era, na sua essência, “um criador de acontecimentos” (BERNAYS, 2004: 43). Há também uma vasta literatura de denúncia sobre os pseudo-acontecimentos e sua relação com a indústria das relações públicas, localizada na origem de muitas das visões críticas sobre a atividade. John Stauber e Sheldon Rampton¹ afirmam que grande parte do que encontramos nos meios de comunicação são, na verdade, acontecimentos plantados e criados pelo trabalho das grandes firmas de relações públicas, que permanecem ocultas nos bastidores (STAUBER; RAMPTON, 1995).

Tal literatura de denúncia, contudo, não se propõe analisar em profundidade o fenômeno. Ao assumir outras preocupações, como chamar a atenção para a existência da questão, e embora explorem elementos que dizem respeito à relação que o acontecimento (ou pseudo-acontecimento) estabelece com a mídia, não possuem um

¹ Os autores são representantes de uma visão crítica sobre as Relações Públicas que pode ser chamada de “mão invisível”, consolidada por uma vasta literatura de denúncia lançada durante as últimas décadas.

interesse acentuado em entender o processo relacional que se estabelece com os públicos no seu próprio desenrolar. É justamente esse último aspecto que nos interessa, ao pensar o estudo de tal fenômeno como uma forma de compreender o processo de formação de opinião pública a partir do envolvimento que o acontecimento cria (para além da mídia) com os públicos.

A proposta do presente trabalho vai nessa direção, buscando analisar os pseudo-acontecimentos por meio de uma abordagem “hermenêutica” do acontecimento e, ao mesmo tempo, pensar na questão estratégica envolvida no processo. O objetivo é lançar luz ao “acontecimento que não aconteceu”, partindo para isso do caso apresentado no filme *Mera Coincidência*, objeto com características propícias para um estudo que busque desvendar a questão da estratégia da construção do falso acontecimento e seus desdobramentos na mídia e na formação e movimentação de públicos.

O acontecimento que virá a ser

O filme *Mera Coincidência*² foi lançado em 1997 nos Estados Unidos, dirigido por Barry Levinson e estrelado por Robert de Niro e Dustin Hoffman. O roteiro é uma adaptação do livro *American Hero*, de Larry Beinhart. Na trama da obra, o Presidente dos Estados Unidos é acusado de assédio sexual por uma escoteira, poucas semanas antes de tentar a reeleição. É nessa situação que o especialista em crise Conrad Brean (DeNiro) é convocado, com o objetivo de desviar a atenção do escândalo. Para tanto, Brean decide fabricar uma guerra fictícia com a Albânia, contratando o produtor de Hollywood Stanley Motss (Hoffman).

De todos os acontecimentos que o filme retrata, o incidente entre o Presidente e a garota é o que se encontra no seu cerne e serve de ponto de partida e, ao mesmo tempo, aquele sobre o qual a obra menos fornece informações. Sabemos que a garota acusa o Presidente e que ela procurou a imprensa. E isso basta. Quando uma personagem questiona se Brean não quer saber se a história é verdade, sua resposta é direta: “que diferença faz?”.

Para uma melhor compreensão sobre a situação, parece-nos pertinente invocar a distinção realizada por Louis Quéré (2005, 2012), apoiada nas ideias de John Dewey e

² No original, “Wag the Dog” – “abanar o cachorro”. O título aparece logo no início da projeção, com os seguintes dizeres: “porque o cachorro abana o rabo? Porque é mais inteligente que o rabo. Se o rabo fosse mais inteligente, ele abanaria o cachorro”.

Herbert Mead, entre o acontecimento existencial, entendido como as “mudanças contingentes que se produzem concretamente no nosso entorno”, e o acontecimento como objeto, “ocorrências recortadas no fluxo das mudanças, isoladas de seu contexto, nas quais concentramos nossa atenção em busca de uma determinação mais ou menos aprofundada” (QUÉRÉ, 2012: 24).

Os acontecimentos existenciais estão no terreno da experiência direta, encarados através de reações espontâneas condicionadas pelos hábitos e emoções. São indissociáveis de um entorno, não sendo observáveis por si mesmos e, portanto, “não constituídos como objetos a conhecer”. Já o acontecimento como objeto surge ao transformarmos o acontecimento existencial e suas características em um objeto de pensamento e de julgamento, algo passível de estabelecermos determinações e significados. Dewey chamava a atenção para o fato de que a comunicação produz acontecimentos como objetos, pois por meio dela “todos os acontecimentos naturais são submetidos a uma reconsideração e revisão; eles são readaptados para satisfazer às exigências da conversação. (...) Os acontecimentos são transformados em objetos, em coisas com significado” (DEWEY, 1925: 166).

Transformados em objeto, os acontecimentos levam uma segunda vida – a partir da mídia, das conversações cotidianas, da busca dos sujeitos por uma determinação sobre o ocorrido – na qual seus significados não estão definidos. O acontecimento-objeto é, por essência, um “vir a ser” – ele está em constante processo de transição, de evolução, de ressignificação. Seu desenvolvimento ocorre através da “investigação sobre sua natureza, suas relações com outros acontecimentos, sobre suas condições e consequências” (QUÉRÉ, 2012: 27). Progressivamente determinados, os acontecimentos-objetos são revestidos do simbólico através do processo de interação.

No caso apresentado no filme é possível perceber de maneira clara essa distinção. De um lado temos o acontecimento existencial, aquele que efetivamente ocorreu entre o presidente e a garota. De outro, o acontecimento-objeto, que será divulgado a qualquer momento na imprensa, e que a partir daí intensificará seu processo de se tornar algo. A resposta de Brean nos fornece uma pista importante sobre o foco do filme: ao dizer que para ele pouco importa a veracidade das acusações da garota, o personagem estabelece que sua preocupação reside na segunda vida daquele acontecimento, ou seja, no que ele virá a ser.

Porém, seria apressada a conclusão de que o filme estabelece uma visão na qual o acontecimento perde suas características materiais, em que essas se tornam

irrelevantes. É preciso entender a colocação de Brean dentro do contexto apresentado na obra: uma eleição que será realizada em 11 dias, na qual o atual Presidente possui enorme vantagem sobre seu adversário, fazendo com que o cenário eleitoral esteja praticamente definido. A preocupação do personagem é com os efeitos trazidos por aquele acontecimento no espaço de tempo até a eleição, partindo do princípio de que aquela é uma situação aberta e problemática, “aberta no sentido de que ainda não se sabe qual será a saída; problemática no sentido de que ela não é inteiramente nítida, além de comportar algo de indeterminação, contradições e conflitos” (QUÉRÉ, 2012: 27). Em 11 dias o caso não seria resolvido, permaneceria aberto e problemático. Mas o que isso traria como consequência?

Antes de tudo, é importante perceber que as características daquele fato e o contexto das eleições garantiam que aquele acontecimento teria uma segunda vida movimentada. Historicamente é notória a preocupação dos americanos com os chamados “escândalos sexuais políticos”, que geram verdadeiros escrutínios públicos sobre a vida sexual dos políticos do país (SUMMERS, 2010). A época de eleições amplifica ainda mais os escândalos, em parte pela extrema polarização do processo eleitoral americano. A acusação contra o Presidente teria todos os ingredientes para ocupar o lugar de destaque dos jornais até as eleições.

Retomando a pergunta acima colocada, Quéré nos chama a atenção para o fato de um acontecimento gerar novas interpretações sobre o passado, bem como novas possibilidades de futuro. Segundo o autor, “novas dimensões dos acontecimentos passados se descobrem graças aos novos acontecimentos que se produzem” (QUÉRÉ, 2012: 27). Um escândalo como o retratado no filme, a poucos dias da eleição, joga dúvidas sobre inúmeros outros acontecimentos passados, podendo influenciar diretamente o resultado da eleição. De um cenário aparentemente já definido, novas possibilidades surgem dos questionamentos originados por aquele novo acontecimento, abrem-se novos caminhos.

Se o acontecimento-objeto é um vir a ser, é fundamental perceber que uma multiplicidade de fatores interfere em sua construção, inclusive intervenções deliberadas. De fato, Quéré chama a atenção para o fato que o acontecimento-objeto “se torna não só um objeto de uma fonte de inferências e de raciocínios, mas também um meio de ação controlada” (QUÉRÉ, 2012: 31). O filme estabelece dois lados que tentam intervir nos rumos do acontecimento-objeto: a campanha do Presidente e a campanha do Senador Neal, seu concorrente, ambos com intenções diferentes.

A campanha do Senador Neal, tentando sair de um cenário no qual sua derrota nas eleições é certa, traça uma estratégia de acentuar o acontecimento, fazer com que ele ganhe o máximo de repercussão. Para isso, busca alimentar a dúvida em relação ao Presidente, como mostra um vídeo de sua campanha – com a indagação “o presidente mudou a música?”³ – e as entrevistas do Senador, que apostam no uso do condicional “se” – “se o Presidente for culpado...”⁴. Interessante notar também como a campanha do senador Neal possuía conhecimento sobre o acontecimento antes mesmo de sua publicação na imprensa, mas evitou fazer uma acusação direta, já que isso poderia enfraquecer o acontecimento ao vinculá-lo a uma ação desesperada de quem estava perdendo a eleição.

Já a campanha do Presidente, personificada em Brean, assume outra estratégia: a de atenuar a segunda vida do acontecimento. Para tanto, não busca negar o que aconteceu ou explicar o que se passou de fato, mas sim abafar o acontecimento “que virá a ser”. Com esse intento, recorre à criação de um acontecimento que seja ainda maior do que aquele, capaz de diminuir o espaço de crescimento daquela segunda vida.

O acontecimento fabricado

Perante a iminente publicação da acusação de que o Presidente teria abusado sexualmente de uma garota dentro da própria Casa Branca, Brean opta por uma estratégia diversionista. O objetivo é desviar a atenção da mídia e da opinião pública para outro acontecimento, abafando assim aquele escândalo e minimizando suas consequências até o dia da eleição. Porém, para que tal estratégia fosse eficiente, se fazia necessário criar um acontecimento ainda mais atraente e de forte disseminação do que aquele escândalo. A resposta encontrada pelo personagem foi criar uma guerra.

Havia, porém, algo diferenciado naquela guerra: ela não aconteceria de fato. A intenção foi a de construir um acontecimento visando apenas a sua segunda vida, sua transformação em objeto. Não há nela uma primeira vida, um acontecimento existencial. Trata-se de um pseudo-acontecimento, planejado para enganar e se passar por um acontecimento real, mas sem nunca ter deixado de ser apenas uma criação discursiva. Para tanto, uma cuidadosa estratégia é elaborada para conferir legitimidade e fomentar a

³ Feito para circular no dia seguinte à denúncia da garota, o anúncio acompanhava o questionamento com a música “Thank Heaven for Little Girls” (Obrigado céus, pelas pequenas garotas).

⁴ A entrevista foi concedida pelo Senador Neal para um telejornal após as denúncias contra o Presidente. Nela, o Senador afirma que se o Presidente for culpado, ele deve renunciar, e se não for, ele deve encarar as acusações.

segunda vida daquele pseudo-acontecimento. Podemos identificar dois pontos iniciais que se destacam na estratégia retratada no filme para conferir legitimidade: a construção do apelo simbólico e a utilização de táticas para conferir naturalidade ao surgimento do assunto na sociedade.

Em relação ao primeiro ponto, há um paralelo entre o processo de construção simbólica retratado na obra e a literatura existente sobre propaganda, em especial com os trabalhos de Edward Bernays e de Jean-Marie Domenach. O último, em particular, chamava a atenção para a necessidade do propagandista se basear em um substrato social preexistente. Segundo o autor, é equivocada a visão de que a propaganda possui o poder para disseminar qualquer ideia - “errar-se-ia ao considerar a propaganda um instrumento todo-poderoso para orientar as massas não importa em que direção” (DOMENACH, 2001: 27). A propaganda só é possível quando age sobre os significados já compartilhados na sociedade, “seja uma mitologia nacional, seja simples complexo de ódios e de preconceito” (DOMENACH, 2001: 26). O autor cita como exemplo os esforços propagandistas de Hitler, que jogava com os pontos mais fortes do imaginário nacional germânico e com os rancores suscitados pela derrota do país na Primeira Guerra Mundial para legitimar suas ações e conquistar apoio popular.

De forma análoga, os protagonistas de *Mera Coincidência* recorrem aos mitos nacionais norte-americanos para fundamentar suas ações, criar as bases de legitimidade do pseudo-acontecimento e incentivar sua reverberação. A justificativa inicial da guerra acompanha de perto a mitologia nacional: trata-se de uma campanha para proteger o “american way of life” contra terroristas que, de posse da bomba atômica, estariam ameaçando os Estados Unidos. Ao utilizar tais apelos, a segunda vida do acontecimento “guerra” – algo que ainda “virá a ser”, fruto de uma construção social – ganha contornos iniciais de uma “roupagem simbólica” com forte apelo ao imaginário americano. São tais cargas simbólicas que criam as circunstâncias para que a segunda vida do acontecimento que não aconteceu se desenvolva com a força necessária naquele caso.

Já no que tange às táticas utilizadas para introduzir o assunto, há um predomínio do chamado “vazamento” (leak). O sentido original da palavra leak refere-se a um acidente no qual se perde uma substância armazenada, originalmente um gás ou mesmo uma substância líquida. Com o passar do tempo, a palavra foi sendo usada também para determinar a perda acidental de informações, de fatos que não deveriam ser conhecidos fora de um determinado sistema. Porém, Boorstin (1992) chama a atenção para a nova realidade do “vazamento” na sociedade moderna: sem o caráter acidental de fato, ele se

tornou “uma das mais elaboradas formas de emitir uma informação” (BOORSTIN, 1992: 17).

O “vazamento” tem sua principal virtude na ausência de um anúncio direto: é possível perguntar algo, fazer uma sugestão ou um anúncio sem despertar nos públicos suspeitas sobre as intenções por detrás daquele ato. Boorstin aponta para a institucionalização da prática, benéfica tanto para os políticos – que podem através dela lançar balões de ensaio⁵, atacar seus adversários mantendo um caráter anônimo, ou mesmo colocar suas iniciativas na mídia de forma indireta – como também para os jornalistas, que necessitam de um fluxo constante de informações exclusivas para diferenciar suas matérias. A partir do seu caráter estratégico, “o vazamento se torna um pseudo-acontecimento por excelência” (BOORSTIN, 1992: 18).

Em Mera Coincidência, o uso dos “vazamentos” visa conferir naturalidade ao pseudo-acontecimento. Se a guerra fosse simplesmente anunciada, a reação inicial de grande parte do público e da mídia seria de desconfiança, julgando aquele fato como uma manobra para tentar desviar a atenção do escândalo sexual⁶. Para evitar tal associação, a intenção é que as informações sobre a situação apareçam primeiro pela mídia, e não pelo governo, criando as circunstâncias necessárias para que a segunda vida daquele acontecimento possa se desenvolver – se, por outro lado, o acontecimento fosse julgado e compreendido na sua totalidade (como manobra), sua segunda vida chegaria a um fim precoce.

A tática começa a ser utilizada ao vazar as informações sobre um suposto “bombardeiro B-3”, que talvez fosse usado “antes de ser totalmente testado” por causa da “crise”. Ao mesmo tempo, a dinâmica complementar era negar a veracidade de qualquer desses vazamentos. “Negue, negue, negue”, chega a exclamar Brean, criando assim um cenário de incerteza. O objetivo é justamente esse: que os jornalistas tenham dúvidas sobre o que está acontecendo, sejam instigados a continuar perguntando devido à sua desconfiança. Novas informações vazadas, bem como suas eventuais negativas, vão tornando a dinâmica ainda mais complexa.

A cena de uma conferência de imprensa é particularmente emblemática no que tange aos desdobramentos dessa tática. No seu início, os jornalistas presentes trazem

⁵ Vazar uma informação com o objetivo de testar a reação da mídia e dos públicos sobre ela.

⁶ De fato, uma controvérsia pública se instalou nos EUA quando o presidente Bill Clinton anunciou os bombardeios a Kosovo cerca de um mês após seu julgamento no Senado no caso Monica Lewinsky. Parte da mídia e dos seus adversários considerou aquela ação como uma manobra para desviar a atenção do público americano do escândalo (Foerstel, 2001).

uma série de perguntas na tentativa de entender o que se passa realmente e descobrir a veracidade das informações vazadas. Perante novas negativas, a incerteza cresce. Nesse momento, uma repórter indaga se “a situação da Albânia tem alguma relação com o crescimento do fundamentalismo islâmico contra os EUA”, o que gera um comentário de “agora eles entenderam” por parte de Brean, que acompanha a cena pela TV. O contexto fez com que a repórter, na tentativa de fazer sentido naquela situação, buscasse entre os enquadramentos possíveis aquele que parece mais adequado e mais verossímil.

Interessante notar que em nenhuma ocasião havia sido cogitada a ligação do evento com o fundamentalismo islâmico. Para entender como o assunto foi colocado em consideração naquele momento é importante um breve resgate sobre a questão islâmica nos EUA. Desde a década de 1980, o fundamentalismo islâmico ganhou crescente importância na mídia e no imaginário americano, com ênfase nas ações terroristas e no cunho antiamericano dos muçulmanos extremistas (SHAHEEN, 1997). Em 1993, após o atentado terrorista ao World Trade Center, no qual um carro-bomba foi detonado por terroristas árabes islâmicos no estacionamento subterrâneo de um dos seus edifícios, uma pesquisa mostrou que 47% dos americanos acreditavam que os muçulmanos eram antiamericanos, e 42% tinham convicção que aquela religião apoiava ações terroristas (SHAHEEN, 1997). Esse sentimento pode ser observado de perto durante o atentado terrorista de Oklahoma City, em 1995, quando um carro bomba deixou 168 mortos e mais de 500 feridos. Nos três dias seguintes ao acontecimento, os principais jornais americanos estamparam manchetes afirmando que o incidente tinha ligações com terroristas árabes, devido a uma série de evidências⁷. Ao final do terceiro dia, foi confirmado que o atentado não teve nenhuma participação árabe ou muçulmana, e que as ditas “evidências” nunca haviam existido.

Jacques Rancière (2004) ajuda a entender a questão ao falar sobre a nova forma do falso na sociedade, relacionada com a própria máquina de informação e sua relação com o poder. Segundo o autor, a mídia tem necessidade de acontecimentos, mas não basta apenas o sensacional para que eles sejam considerados como notícias. É preciso de “acontecimentos que atraem uma interpretação, mas uma interpretação que já está aí antes deles”. O autor coloca que falsas notícias se tornam especialmente “possíveis e

⁷ Shanaan traz uma análise das manchetes dos principais veículos de informação dos EUA nesses dias, que incluem um editorial do New York Times questionando sobre os motivos daquele ataque muçulmano, chegando a sugerir que era devido à “cidade possuir três mesquitas” e uma reportagem de capa do Washington Post afirmando que ataques como aquele, oriundo de terroristas do Oriente Médio, visava promover o medo. (SHAHEEN, 1997).

plausíveis” quando “são de certo modo esperadas pela máquina social de fabricação e interpretação dos acontecimentos” (RANCIÈRE, 2004: 3).

Por isso o sorriso do personagem de Brean: enquadrados em interpretações sociais preexistentes, os pseudo-acontecimentos encontram seu terreno mais fértil. O acontecimento passa a ser inserido em um contexto maior, e o foco da investigação começa a se deslocar da indagação de “o que aconteceu” para questionamento sobre “porque aconteceu” e de seu significado dentro daquele quadro ampliado. No caso específico, a questão do fundamentalismo islâmico era um dos mais fortes enquadramentos para entender o conflito, compartilhado por grande parte dos americanos. Ao mesmo tempo, tornava o apelo simbólico inicial ainda mais forte devido ao caráter antiamericano presente no assunto. E toda essa relação foi feita de forma natural, através da imprensa, o que conferia uma legitimidade maior à questão.

A orquestração da trama

Outro ponto central abordado pelo filme é a contratação de um produtor de Hollywood para comandar a “criação” da guerra, acompanhado por uma equipe de compositores e figurinistas. Enquanto no filme é possível perceber que tal fato é encarado de forma irônica, há ali outro evidente paralelo com um dos pilares da propaganda elencados por Domenach: a orquestração. Segundo o autor, para o desenvolvimento de uma campanha de propaganda é necessário um foco especial na sua progressão, que deve ser “alimentada continuamente de informações e de novos slogans, e retomada na ocasião oportuna de formas diferentes e quanto possível originais” (DOMENACH, 2001: 37).

A orquestração será fundamental para tecer a trama do pseudo-acontecimento, por meio da criação de fatos “a partir de um acontecimento real deformado ou até de uma ocorrência forjada em todos os seus aspectos” (DOMENACH, 2001: 38). São os comentários nos jornais, entrevistas realizadas, interpretações discutidas, relações estabelecidas com acontecimentos passados e ações originadas a partir do pseudo-acontecimento que o tornam cada vez mais real, que tecem a trama do que ele virá a ser. Ao mesmo tempo em que deixam cada vez mais tênue a linha que separa o real e o fabricado, a articulação dos novos acontecimentos vai construindo simbolicamente a segunda vida do pseudo-acontecimento, revestindo-o de significados diversos e fazendo com que eles sejam apropriados pela sociedade.

Tal orquestração ocorre no filme através de uma série de novos acontecimentos fabricados de forma a ter cobertura midiática e tecer a trama do pseudo-acontecimento. Podemos compreender como operam tais fatos ao elencar e analisar algumas das principais características por eles assumidas durante a obra. A primeira delas é a utilização do que Domenach chama de “real deformado”, uma mistura de aspectos reais e forjados em um mesmo acontecimento. Sua intenção é tornar cada vez mais complexa a distinção do que é realmente falso em uma ação. Essa é uma tônica recorrente nas ações desenvolvidas em *Mera Coincidência*, nos mais diversos níveis. Um exemplo está na já discutida criação de vazamentos, em que uma das ações é fazer com que o General Scott, presumidamente um figurão do setor de defesa do governo, embarque em um avião para Seattle, para posteriormente vazar que a visita dele não tem relação com uma suposta aeronave secreta de combate que estaria sendo produzida pelo governo americano, o “bombardeiro B-3”. Enquanto a questão da aeronave é totalmente forjada, o mesmo não pode ser dito sobre a viagem, já que ela de fato ocorre. A utilização crescente dessa tática cria um emaranhado que se torna cada vez mais difícil de ser desfeito.

Outras características importantes podem ser encontradas a partir dos apontamentos de Boorstin sobre os pseudo-acontecimentos. O historiador americano afirma que estes possuem um grau de disseminação maior do que outros acontecimentos, já que, “a partir de sua própria natureza, tendem a ser mais interessantes e atrativos do que acontecimentos espontâneos” (BOORSTIN, 1992: 14). Como algo pensado, os pseudo-acontecimentos são revestidos de uma série de características justamente para alimentar a trama de sua segunda vida. Eles tendem a ser (a) mais dramáticos que acontecimentos reais, feitos desde o início visando esse apelo; (b) planejados para a conveniência da mídia e do público, pensados a partir da dinâmica de funcionamento do sistema midiático e da própria sociedade; e (c) mais inteligíveis e conversáveis, apelando para perspectivas e interesses comuns dos públicos para fomentar conversas além da mídia, simplificando muitas vezes questões complexas para que elas sejam fáceis de acompanhar.

Vamos analisar duas das ações de *Mera Coincidência* que nos ajudam a entender a forma como características foram empregadas. A primeira é a cena citada no início do presente trabalho: a criação de um vídeo que será divulgado como sendo imagens de guerra, no qual uma garota aparece supostamente fugindo de represálias de terroristas albaneses. A cena foi filmada em um estúdio, utilizando uma atriz como a garota

albanesa e efeitos especiais para criar todo o restante da composição – o que em momento nenhum é divulgado. Ao contrário, o vídeo é identificado como “as primeiras imagens da guerra”. A questão do “real deformado” aparece já aqui: são imagens, em determinado aspecto, reais. Há ali uma garota, ela está correndo de fato. Porém todo o resto é forjado: não se trata de uma garota albanesa fugindo de terroristas, no contexto de uma guerra na qual se quer fazer acreditar.

Essa prática retratada no filme é conhecida como Video News Releases (VNR's), e se tornou corriqueira entre várias firmas americanas de relações públicas na década de 1980 (STAUBER; RAMPTON, 1995: 184), sendo recorrente até os dias atuais⁸. Consiste na criação de um vídeo com mensagens do interesse dos seus criadores, mas pensado para ser veiculado em jornais televisivos como uma notícia comum, não sendo identificada sua origem. A prática apela para a conveniência da mídia, que muitas vezes não tem os recursos financeiros e humanos para gerar imagens sobre acontecimentos de maneira rápida, mas que necessitam delas para sua programação – com benefícios óbvios para quem produz os VNR's, que garante a naturalidade de sua mensagem, como se ela fosse originada da mídia.

No caso do filme, além de apelar para a conveniência da mídia, os VNR's evidenciam também outros aspectos apontados por Boorstin, em especial a questão dramática dos pseudo-acontecimentos: trata-se de uma garota fugindo de represálias de terroristas, em um cenário em chamas e, para aumentar ainda mais o peso da cena, trazendo seu animal de estimação. A inteligibilidade também é outro fator importante, já que muitas vezes cenas de guerra em noticiários são incompreensíveis. Ali não, toda a cena é de fácil compreensão – uma garota foge das atrocidades dos seus captores, trazendo em si a marca do sofrimento e da infância que lhe é retirada à força. Há também uma nova camada na construção do imaginário simbólico da guerra, ao introduzir a ideia de que o conflito irá trazer benefícios para a população local da Albânia, que sofre nas mãos de terroristas. A garota se torna um personagem que representa os nativos em seu sofrimento e na sua luta por dias melhores, uma imagem de esperança – não para os albaneses, claro, mas sim para os americanos, que adquirem novas justificativas para aquela guerra e tem a certeza renovada de que o país está agindo de forma correta, lutando por ideais humanitários.

⁸ Inclusive a Public Relations Society of America, maior associação de profissionais de relações públicas do mundo e encarregada de ditar os princípios éticos dos profissionais da área nos EUA, realiza uma premiação anual com a categoria “Melhor Video News Release”.

Outra cena igualmente reveladora acontece no retorno do Presidente para os Estados Unidos após o início da guerra, quando ele é abordado no aeroporto por uma senhora albanesa e sua filha, que lhe entregam uma oferenda de trigo. Todo o acontecimento é uma encenação, com atrizes e um roteiro, pensada a partir do potencial dramático para a construção simbólica da guerra – aqui a ideia apresentada no parágrafo anterior ganha novo desenvolvimento, já que agora são os próprios albaneses que apelam para que os americanos os salvem do sofrimento, sendo um reconhecimento de que aquela guerra está fazendo o bem⁹. Todos os detalhes são planejados, inclusive com o avião sendo desviado para um aeroporto com chuva para que, ao final da cena, o Presidente possa entregar seu casaco à senhora albanesa, reforçando a própria noção de ajuda dos americanos ao povo albanês.

A opção por realizar a cena “ao vivo” remete à conveniência da mídia, que estaria ali transmitindo o evento, e reforça também a crença de que aquilo possui uma conexão estrita com a realidade – afinal, se desenvolve na frente das próprias câmeras –, e com isso a encenação assume aspectos ainda mais reais. Também a questão da inteligibilidade aparece na cena: apesar da senhora que aborda o presidente falar em albanês (reforçando novamente o real da cena), os gestos ali retratados – oferenda e entrega do casaco – garantem a compreensão daquele quadro.

Ao final da exibição de cada um desses dois segmentos na televisão é possível perceber como a trama da segunda vida do pseudo-acontecimento vai tomando forma a partir de pequenos comentários, como a afirmação do apresentador de que “a América raras vezes viu uma imagem tão comovente”, ou um comentarista afirmando, ao ver a cena do aeroporto, que se trata de “um momento emocionante”.

A segunda vida acontece

Entre os demais pseudo-acontecimentos orquestrados para tecer a trama da segunda vida da guerra, como a criação de músicas temas, o estabelecimento de um “herói” capturado atrás das linhas inimigas e discursos carregados de sentimentalismo, uma ação específica se destaca pelos seus significados: em determinado momento da

⁹ A tática de utilizar depoimentos de nativos de uma terra estrangeira para justificar uma guerra americana é bastante recorrente. Um exemplo recente aconteceu em 2005, quando os jornalistas americanos David Barstow e Robin Stein descobriram que um vídeo amplamente divulgado nos telejornais americanos, no qual um homem árabe reage à invasão de Bagdá dizendo “Obrigado Bush, Obrigado EUA”, era, na verdade, um VNR produzido pelo Departamento de Estado norte-americano.

projeção, os personagens de Brean e Motss aparecem jogando sapatos velhos em uma árvore, chamando a atenção de alguns transeuntes locais. A intenção era demonstrar apoio popular espontâneo¹⁰ ao “herói” capturado pelos inimigos, cujo nome, Schumann, fazia uma associação com sapatos, a ponto de ser conhecido no seu batalhão como old shoes. Tudo, claro, não passa de uma série de invenções. Não existe soldado deixado para trás, pois não houve nenhum conflito. Porém, a cena de jogar os sapatos nas árvores nos revela outra característica que Boorstin (1992) aponta para os pseudo-acontecimentos: eles tendem a ser uma profecia autorrealizável. Ao simular uma manifestação popular de apoio, aquilo se torna uma evidência da manifestação popular.

O mais instigante, porém, vem a seguir: uma matéria na televisão mostra que, durante um jogo de basquete escolar, os estudantes começaram a jogar seus velhos tênis na quadra em apoio ao herói, no que o jornalista afirma ser um “ato espontâneo de puro patriotismo”. O que chama a atenção para aquela ação é que ela não havia sido planejada por Brean. Em nenhum aspecto ela é forjada, nem há nenhum agente forçando para que ela aconteça. Não há ali nenhuma mentira, não se trata de um pseudo-acontecimento, mas, desta vez, de um fato autêntico.

O que testemunhamos na cena é o momento em que um público se materializa. Os públicos já existiam, estavam atentos à causa, provavelmente já tinham opiniões, mas é através de sua movimentação que podemos observar a materialidade deste ente abstrato. A partir dos vínculos criados pela dimensão simbólica daquele acontecimento, aquele público se concretiza ao expressar coletiva e publicamente sua adesão à causa. Ele manifesta a solidariedade compartilhada por seus membros e, ao fazer tal ato, se insere em todo o complexo de fatos orquestrados – o público passa a ser ator na própria encenação.

É esse ponto que podemos entender a consolidação da segunda vida do acontecimento: a inserção na própria dinâmica da vida cotidiana e no sistema de interações da sociabilidade ordinária é justamente aquilo que definitivamente vinculará os públicos à trama dos acontecimentos, por meio de sua ação. Não se trata de pensar que a segunda vida acabou ou se “engessou” com tal consolidação. Ao contrário, é nesse momento em que ela passa a ser efetivamente construída (e reconstruída) de forma coletiva, através de um sem número de públicos que se posicionará frente àquela questão. Sua carga simbólica será retrabalhada pela apropriação e mobilização dos

¹⁰ A prática de simular apoio popular a uma determinada causa é conhecida como astroturfing.

públicos, e seus sentidos serão transformados por novos discursos, por novas interpretações e ações.

Ao mesmo tempo em que nos ajuda a perceber a apropriação da segunda vida do pseudo-acontecimento pelos públicos, o caso dos sapatos ilustra outro ponto fundamental também presente em outros momentos desse relato: a impossibilidade de controle total sobre o acontecimento criado. Vera França chama à atenção o assunto, ao afirmar que é da “natureza de um acontecimento escapar ao controle ou à previsibilidade totais” (FRANÇA, 2012: 47), mesmo quando programados ou planejados. Assim como na pergunta na coletiva de imprensa sobre o fundamentalismo islâmico ou nos comentários após a exibição dos vídeos, não havia como afirmar que os jovens iriam jogar seus velhos sapatos de maneira espontânea. Não há como decidir pelo envolvimento do outro; o que pode ser feito é tentar criar o contexto propício para que tal mobilização ocorra, o que também não acontece de forma unilateral, já que diferentes forças influenciam nesse contexto.

Considerações finais

Retomamos agora a pergunta inicial do presente trabalho, porém sem uma resposta definitiva. Ao contrário, nossa proposta é pensar em uma nova problematização: seria aquele realmente um acontecimento que nunca aconteceu?

Se, como coloca França, o “acontecimento acontece, e acontece com pessoas, e na organização da vida de uma sociedade ou grupo”, e se realiza “a partir de seu poder de afetação na ação dos sujeitos, de sua capacidade de interferência no quadro da normalidade e das expectativas previstas no desenrolar do cotidiano de um povo” (FRANÇA, 2012: 45), parece-nos impossível dizer que, no exemplo aqui tratado, algo não aconteceu de fato. Afinal, o pseudo-acontecimento desenvolveu uma segunda vida que efetivamente trouxe novos discursos, interferiu no cotidiano, desencadeou ações e interpretações.

Ao mesmo tempo, fica claro que, a partir da presente análise, é insuficiente pensar o pseudo-acontecimento apenas em termos de um “simulacro criado pela mídia”. A mídia foi efetivamente um dos elementos envolvidos na sua construção, inclusive com um papel central, mas o acontecimento-objeto foi fruto de ações de diversos atores. Alguns atuaram de forma deliberada e consciente, visando à criação de um pseudo-acontecimento, como quem concebeu aquela estratégia. Outros, completamente alheios

a tal intenção, foram apanhados na trama do acontecimento através do seu próprio envolvimento na mesma, como os públicos e a mídia. Da mesma forma, não é possível entender o caso como uma mentira que se tornou real apenas por uma imagem que foi tratada como verdadeira pela mídia – o processo se mostra muito mais complexo.

Ao focar a segunda vida do pseudo-acontecimento, Mera Coincidência permite vislumbrar algumas questões importantes de seu processo de criação estratégica. Cabe destacar, em especial, a forma gradual de construção do revestimento simbólico que é adotado no filme, necessário para influenciar o contexto que permitirá a vinculação de atores diversos à trama dos acontecimentos. Esta trama foi-se desenvolvendo, dificultando cada vez mais a identificação do pseudo-acontecimento, pois sua segunda vida se tornou demasiadamente complexa. Boorstin sugere que um dos motivos pelo qual acreditamos cada vez mais nos pseudo-acontecimentos é pela sua “capacidade de dar origem a novos pseudo-acontecimentos em uma progressão geométrica” (BOORSTIN, 1992: 19). Mas talvez seja possível ir além: não se trata apenas de gerar novos pseudo-acontecimentos, mas principalmente de provocar acontecimentos reais.

Durante a obra diversos eventos ocorreram de fato. A conferência de imprensa, por exemplo, “aconteceu”. O público efetivamente se manifestou, jogando seus sapatos, assim como a mídia, através dos comentários dos jornalistas e debates sobre a situação. Esses acontecimentos reais, frutos em determinada forma do pseudo-acontecimento, acabam por reforçar e justificar o mesmo. Através deles, os fatos se emaranham, e também as interpretações. Com isso, a própria formação da opinião pública se dá como uma trama complexa.

Analisado a partir da abordagem hermenêutica sobre o acontecimento, o pseudo-acontecimento se revela um objeto mais complexo do que aparentava inicialmente, principalmente pela relação existente entre sua primeira e sua segunda vida. Por ser algo pensado justamente por causa de sua segunda vida, seu estudo pode desvendar novos aspectos sobre seu desenvolvimento, abrindo assim novas possibilidades de análises.

Referências

BABO-LANÇA, Isabel. **A configuração dos acontecimentos públicos: o caso República e as manifestações nos Açores em 1975**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2006.

BARSTOW, David; STEIN, Robin. Under Bush, a new age of prepackaged TV news. **The New York Times**, New York, 13 mar. 2005, Washington, p. 1.

BERNAYS, Edward. **Crystallizing Public Opinion**. New York: Kessinger Publishing, 2004.

BOORSTIN, Daniel. **The image: a guide to pseudo-events in America**. New York: Vintage Books, 1992.

DEWEY, John. **Experience and Nature**. New York: Dover Publications, 1925.

DOMENACH, Jean Marie. **A propaganda política**. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>>. Acesso em: 7 jul. 2012.

FOERSTEL, Herbert. **From Watergate to Monicagate: Ten controversies in modern journalism and media**. New York: Greenwood, 2001.

FRANÇA, Vera. O acontecimento para além do acontecimento: uma ferramenta heurística. In: FRANÇA, Vera (org.); OLIVEIRA, Luciana (org.). **Acontecimento: reverberações**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2012.

MERA Coincidência. Direção: Barry Levinson. Produção: Barry Levinson. **New Line Cinema**, 1997. 1 dvd (97 min), son., color.

PUBLIC Relations Society of America (PRSA). **Awards**. Disponível em: <<http://www.prsa.org/awards>>. Acesso em: 7 jul. 2012.

QUÉRÉ, Louis. A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: FRANÇA, Vera (org.); OLIVEIRA, Luciana (org.). **Acontecimento: reverberações**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2012.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos** – revista de comunicação, cultura e educação. ISCTE, Lisboa, N6, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. As novas razões da mentira. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 ago. 2004, Caderno Mais.

SHAHEEN, Jack G. **Arab and Muslim Stereotyping in American Popular Culture**. Washington: Georgetown University, 1997.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

STAUBER, John; RAMPTON, Sheldon. **Toxic sludge is good for you! Lies, damn lies and the Public Relations industry**. Monroe: Common Courage Press, 1995.

SUMMERS, John H. What happened to sex scandals? Politics and Peccadilloes, Jefferson to Kennedy. **The Journal of American History**, JSTOR, New York, n.87, 2010.