

Cartografias de processos político-midiáticos e espetáculo: sujeitos midiáticos e suas adaptações ao ambiente político

Cartographies of political-mediatic processes and spectacle: media subjects and their adaptation to the political environment

Nísia Martins do Rosário¹, Guilherme Fumeo Almeida²

1 Professora e pesquisadora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no curso de Comunicação Social e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Bolsista Produtividade em Pesquisa CNPq. nisiamartins@gmail.com.

2 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). almeidaguif@gmail.com.

Resumo

O objetivo deste artigo é investigar os processos midiáticos de três sujeitos no campo político, Tiririca (o palhaço), Jean Wyllys (o ex-BBB) e Romário (o goleiro), percebendo como desempenharam um papel na Câmara dos Deputados e no Senado enquanto indivíduos com projeção midiática anterior, a partir do estudo da noção de espetáculo e suas relações com as dinâmicas política e midiática. Para tanto, teremos como base os estudos de Debord, Negrini e Augusti e Weber. Nesse momento, traz-se à discussão metodológica uma perspectiva cartográfica atualizada por Kastrup (2009). Faz-se a análise do material midiático, especialmente o audiovisual, de sujeitos midiáticos enquanto celebridades que transferiram sua visibilidade para a esfera política. É possível perceber que Tiririca, Jean Wyllys e Romário se adaptaram ao ambiente político de forma gradual, conciliando as dinâmicas midiáticas com seus repertórios de celebridades.

Palavras-chave

Imagens audiovisuais, poder, espetáculo, sujeitos midiáticos, cartografia.

Abstract

The objective of this article is to investigate mediatic processes of three subjects in the political field, Tiririca (the clown), Jean Wyllys (the former BBB) and Romário (the football player), perceiving how they played a role in the Chamber of Deputies as individuals with previous media projection, from the study on the notion of spectacle and its relations with the political and mediatic dynamics. To do so, it will be based on the studies by Debord (2013), Negrini and Augusti (2013) and Weber (2011). At this moment, it is brought to the methodological discussion a cartographic perspective updated by Kastrup (2009). It is made an analysis of the mediatic material, especially the audiovisual one, of mediated subjects as celebrities who have transferred their visibility to the political sphere. It is possible to see that Tiririca, Jean Wyllys and Romário have adapted to the political environment in a gradual way, conciliating the media dynamics with their repertoires of celebrities.

Keywords

Audiovisual images, power, spectacle, media subjects, cartography.

Este artigo se concentra na abordagem de sujeitos midiaticizados e suas adaptações ao ambiente político, observando como suas trajetórias pregressas se relacionam com seus desempenhos enquanto deputados federais. Para isso, utiliza-se o recorte de três figuras com visibilidade midiática que ingressaram na atividade legislativa em 2011: Tiririca, Jean Wyllys e Romário. O estudo será sustentado pela análise das relações entre política, mídia e espetáculo, e tendo em mente a relação dos três sujeitos com o ambiente midiático e a ligação destes com as suas incursões pelo ambiente político, utilizar-se-á as ideias de Debord (2013), sobre o que o autor chamou de “sociedade do espetáculo”, marcada pela banalidade, superficialidade e transformação de tempo e indivíduos em mercadorias. Completam a discussão os textos de Negrini e Augusti (2013) sobre o legado de Debord nos estudos da sociedade do espetáculo e de Weber (2011) sobre a junção das dinâmicas política e midiática a partir da lógica do espetáculo.

A operacionalização metodológica sobre o empírico encontra na cartografia atualizada por Kastrup (2009) um modo que se delineia em quatro momentos de atenção: rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento. Por meio do *rastreio*, procura-se nas mídias impressas, televisão e internet, pistas e indícios relevantes dos três sujeitos estudados. Com o *toque*, substitui-se a busca da informação pela fruição, a fim de encontrar sinais relevantes para o desenvolvimento do problema, como ritmos variados de relações de sentidos, partindo de vislumbres, que conduzem à seleção, como a diversidade de tipos imagéticos-verbais-sonoros. Esse passo fornece base para que sejam selecionados materiais para um *pouso*, uma “parada”, para perceber o território e voltar-se à problematização dos materiais na relação com o contexto e com a fundamentação teórica. Por fim, chega-se ao *reconhecimento atento*, que exige um olhar aprofundado para os materiais selecionados, a fim de delinear a trajetória dos sujeitos em observação.

Optou-se por analisar uma coleção de materiais midiáticos de Tiririca, Romário e Jean Wyllys, especialmente a partir de seus ingressos na política, durante o primeiro e até a metade de seus segundos mandatos. Por materiais

midiáticos dos três sujeitos em questão entende-se registros em mídias impressas, eletrônicas e, principalmente, audiovisuais (coletados especialmente a partir do YouTube), de entrevistas para programas televisivos, discursos e pronunciamentos no plenário e em comissões da Câmara dos Deputados e do Senado. Registros anteriores às eleições foram levados em consideração nas suas reconstituições biográficas; contudo, no recorte em questão tem-se uma análise que dá prioridade aos vídeos feitos a partir de 2011.

Espetáculo, sociedade e política

Por meio dos materiais midiáticos de três sujeitos midiáticos, que ingressaram simultaneamente na atividade parlamentar, a pesquisa pretende analisar questões relacionadas com o exercício da atividade política por seus agentes e com a política como sistema. Desse modo, dá-se destaque para a problematização da obra de Debord (2013), que define as sociedades dirigidas por um regime de produção moderna industrial como sociedades baseadas na acumulação de espetáculos e na representação, na qual “a especialização das imagens do mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo” (p. 13).

Debord (2013, p. 17) conceitua o espetáculo como um momento histórico de caráter tautológico, em que “o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo”. A conceituação permite relacionar a lógica espetacular e sua superficialidade com a dinâmica midiática, marcada pela rapidez e transformação de pessoas em informações e produtos. São semelhanças que permitem aproximações e que auxiliarão na análise dos processos político-midiáticos e sua relação com o espetáculo.

Para Debord, o mundo do espetáculo mostra, na verdade, o mundo da mercadoria sob a forma em que o poder econômico transformou o trabalho humano em assalariado, em produto. Assim, essa dominação da mercadoria sobre a economia, em um mundo no qual não se enxerga nada além da mercadoria, fez que esta ocupasse totalmente a vida social, pois é pela mercadoria que o

poder econômico se manifesta, e é pelo espetáculo que todas as mercadorias são representadas enquanto símbolos.

Ao problematizar a noção debordiana de sociedade do espetáculo, também é importante ter em mente sua relação com a produção de imagens. Para o autor, são elas que medeiam a relação social entre os indivíduos que constituem o espetáculo, pautando a lógica espetacular de estímulo à superficialidade e à aparência. É nesse sentido que surge sua crítica ao culto às aparências, em que as imagens teriam substituído a vida social, sendo que “toda a realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só não lhe é permitido aparecer naquilo que ela *não é*” (DEBORD, 2013, p. 18, grifo no original).

Analisando o legado da análise de Debord sobre as noções de espetáculo, Michele Negrini e Alexandre Augusti (2013) destacam a crítica debordiana ao excesso imagético e à superficialidade cultivada pela sociedade do espetáculo, na qual a primazia da mercadoria faria que o *ter* prevalecesse em relação ao *ser*. Ao lado do *ter*, ganharia força o *parecer*, a representação como aparência, como imagem superficial, que tem o fim nela mesma, como bem de consumo instantâneo.

Negrini e Augusti relacionam a ideia de representação na sociedade do espetáculo analisada por Debord com a ênfase do homem público no *parecer* definida por Roger-Gérard Schwartzberg (1978). Segundo o autor, o político daria lugar a uma personagem. Essa ênfase nas aparências, na performatividade do político, estará presente na análise das adaptações de Tiririca, Romário e Jean Wyllys à atividade política. Como se verá, os três, cada um à sua maneira, investem em sentidos performáticos, que se relacionam com seus sentidos anteriores à carreira política, ao mesmo tempo que formam suas trajetórias parlamentares.

Assim, a composição do representante político composto por conveniências definida por Schwartzberg se aproximaria da crítica debordiana, segundo a qual “a aparência da mercadoria é mais importante que seu valor de uso, pois é a aparência que atrairá a contemplação do público e fará com que a mercadoria tenha aceitação” (NEGRINI; AUGUSTI, 2013, p. 5). Os autores ressaltam que a

análise de Debord, ao vincular o espetáculo de forma apocalíptica ao fetichismo da mercadoria e ao domínio da superficialidade e das aparências, substitui o debate pela condenação, desconsiderando a importância dos contextos culturais, incorrendo “no erro de só visualizar perspectivas ‘ruins’ em torno da espetacularização, de desconsiderar todo o contexto da sociedade em que ela ocorre e de não mencionar em seus estudos a importância da midiatização no contexto social” (NEGRINI; AUGUSTI, 2013, p. 9). Para os autores, o espetáculo deve ser analisado enquanto fenômeno social de grande importância, mas sem desconsiderar a consciência crítica dos espectadores.

Compartilhando da ressalva dos autores sobre a tendência debordiana de demonização do espetáculo e desconsideração da consciência dos espectadores, destaca-se a importância de colocar a análise de Debord em perspectiva, inserida em determinado contexto político, social e cultural, buscando atualizá-la sem desconsiderar a importância da crítica espetacular do autor. Ao pensar a presença da lógica da sociedade do espetáculo no tempo presente, de forma diferente e aperfeiçoada à detectada por Debord, no caso deste trabalho, dá-se continuidade aos estudos sobre o espetáculo e suas relações com as lógicas midiáticas e políticas.

Maria Helena Weber (2011) relaciona política e espetáculo destacando que, no cruzamento entre ambas, para compreender o resultado dessa mistura de tempos e dinâmicas, é preciso levar em conta as especificidades de cada uma. Ao mesmo tempo destaca que a espetacularização se relaciona com a evolução dos meios de comunicação, principalmente em sua relação com a política, em função dos níveis de dramatização e encenações que envolvem a dinâmica do poder, e ressalta a natureza paradoxal, singular e generalizante dos espetáculos político-midiáticos. Para Weber (2011, p. 195), esses seriam simultaneamente únicos, marcados pela singularidade de determinado acontecimento, ao mesmo tempo que “não há espetáculo midiático genuíno, à medida que o sistema de comunicações depende da apropriação de acontecimentos com qualidade e força para permanecer”.

Relacionando esse contexto político-midiático com a análise debordiana do espetáculo, a autora afirma que seria a partir dos espetáculos que a integração consensual entre sociedade e governantes, ainda que pontual se concretizaria uma vez que, apesar da narrativa do poder sempre ter sido “relacionada a grandes rituais e espetáculos, é com a intervenção da mídia que estes serão potencializados por estéticas e tecnologias que permitem reunir espectadores diante de espetáculos fracionados e grandiosos” (WEBER, 2011, p. 197). Analisadas as discussões teóricas sobre as especificidades do espetáculo debordiano, parte-se de sua abordagem crítica e da relação entre espetáculo e as lógicas política e midiática para a problematização destas, a partir da análise das trajetórias políticas de Tiririca, Romário e Jean Wyllys. Dessa maneira, será possível compreender como se dá a combinação das dinâmicas política e midiática, como uma espécie de mediação espetacular.

O palhaço, o boleiro e o ex-BBB: fama e política em três sujeitos midiáticos

Criado em circos, o cearense Francisco Everardo de Oliveira Silva se tornou, aos oito anos de idade, o palhaço Tiririca, sendo lançado ao estrelato em 1996, com o sucesso da música “Florentina”. Enfrentando uma fase de ostracismo e dificuldades financeiras nos anos seguintes, e depois se consolidando como humorista de sucesso no início dos anos 2000, Tiririca e sua popularidade chamaram atenção do presidente do Partido da República (PR), Valdemar Costa Neto, que, a partir de uma pesquisa em 2009, descobriu que o palhaço poderia ser eleito com até um milhão de votos. Convidado para concorrer ao cargo de deputado federal pelo PR de São Paulo, Tiririca fez uma campanha pautada pelas piadas sobre política³, trazendo, portanto, seu perfil midiático para o cenário político que desejava conquistar.

3 Elegendo-se além da previsão das pesquisas feitas pelo PR – 1,3 milhão de votos –, o palhaço se tornou o segundo deputado federal mais votado do país, em 2010, atrás apenas de Éneas Carneiro (Prona). Em 2002, Carneiro foi eleito, também por São Paulo, com 1,5 milhão de votos. Um grande sucesso popular, o palhaço não se dissociou de sua imagem circense durante a campanha, utilizando-a, pelo contrário, para ser reconhecido e conquistar a atenção dos eleitores – com sucesso.

Eleito, mostrou-se um deputado assíduo e atuante, mas não abandonou a dinâmica do humor que lhe tornou popular. Após anos interpretando esquetes humorísticos em programas de televisão, o palhaço-político aliou o decoro parlamentar à irreverência. Essa convivência da figura cômica do humorista com a do deputado comprometido pode ser observada em vídeos que mostram Tiririca sendo entrevistado por programas televisivos nos corredores do Congresso Nacional ou presidindo sessões de comissões da Câmara dos Deputados, nas quais conta piadas sobre seus tempos de circo ou sobre a aparência física de outros parlamentares.

Sua adaptação à atividade política seguiu a lógica do espetáculo, especialmente no que diz respeito à sua transformação em uma personagem político-midiática, que, ciente de não estar em um palco de circo ou em um esquete de televisão, manteve os sentidos originais do humor fácil e rápido de sua persona. Na análise dos materiais midiáticos, também se destaca a figura do *deputado Tiririca* como exemplo de vedete, a *figura de representação* político-espetacular de Francisco Everardo, especialmente quando dá entrevista e busca atenção à sua persona humorística, trazendo à tona o palhaço que o alçou à fama, à condição de celebridade. Bem-sucedida, do ponto de vista da imagem pública do parlamentar, a fusão entre humor e política, criando um político-palhaço singular, fez que Tiririca, ao disputar a reeleição, recebesse cerca de um milhão de votos. Em sua segunda campanha política, o palhaço-deputado continuou adotando o tom humorístico.

Até a primeira metade de seu segundo mandato, Tiririca adotou uma postura similar à do mandato anterior: sem discursos na tribuna, postura discreta e assiduidade nas sessões plenárias e comissões, em uma constante discrição durante a presença em plenária, que continuou a conciliar com a faceta humorística do palhaço-político quando era entrevistado, ou quando tinha que se manifestar. Além das piadas em comissões, em outubro de 2015, fez humor com a figura presidencial. Perguntado sobre a possibilidade da saída da presidenta Dilma Rousseff, quando o processo de impeachment ainda não tinha iniciado, Tiririca

disse que era contra: “*A bailarina do Faustão saiu do Programa do Faustão, aí posou pelada, a outra ganhou A Fazenda, saiu e posou pelada. Por isso que eu sou contra a saída da Dilma*”. Em seguida, quando o entrevistador diz que a maioria da população seria a favor do impeachment, dá uma resposta adequada a quem já se adaptou à dinâmica do espetáculo político: “*A voz do povo é a voz de Deus, cara. Nós estamos com o povo, eu sou povão e o povo sabe o que faz*” (TIRIRICA..., 2015). Estratégia corriqueira, mas ainda muito usada entre políticos, aparentemente convincente.

Assim como Tiririca, o ex-jogador de futebol Romário de Sousa Faria se elegeu deputado federal pelo Rio de Janeiro nas eleições de 2010, dois anos depois de se aposentar do futebol profissional. Na Câmara dos Deputados, Romário passou a conciliar a imagem de craque malandro e irreverente, sem meias palavras, que lhe fez a fama enquanto boleiro, com a de parlamentar comprometido com causas de interesse público. Entre elas, destaque para a fiscalização das obras e gestão da Copa do Mundo de 2014 e a defesa dos direitos das pessoas com deficiência e doenças raras, como sua filha Ivy, portadora da Síndrome de Down.

Nesse aspecto, a faceta contestadora da personalidade do ex-jogador foi ressignificada por sua atuação política, em momentos como quando se dedicou a criticar os gastos com as obras da Copa do Mundo, especialmente quando a data de realização do evento se aproximava. Romário não poupou críticas aos governantes e dirigentes das instituições responsáveis pela organização do evento, como o então presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), José Maria Marin, e o da Federação Internacional de Futebol (Fifa), Joseph Blatter. Essa postura, no entanto, é apenas uma faceta da personalidade incorporada por Romário, mostrando que a adequação do ex-jogador à dinâmica do espetáculo político levou em conta todas as complexidades envolvidas ao exercer essa atividade.

Em 2014, em ampla articulação local com partidos de esquerda, Romário conseguiu disputar uma vaga ao Senado, tornando-se o senador mais votado da história do Rio de Janeiro. Com o slogan “Coragem pra mudar”, o ex-jogador se colocou como candidato dedicado a causas populares, evocando o passado

nos campos – “com a bola no pé ele soube mostrar como é que se faz”, dizia sua música de campanha (ROMÁRIO..., 2014), cuja letra evoca sua imagem de ex-craque do futebol e pretensa capacidade política, mas sem referência direta à experiência como deputado – e a imagem de proatividade para mostrar-se alguém capaz de propor, no Senado, projetos socialmente relevantes. A mistura entre celebridade midiática e mundo político está clara.

Pensando na relação entre imagem, superficialidade e espetáculo, é possível problematizar a transformação e consolidação da figura de Romário enquanto político-celebridade, tendo como exemplo suas duas propagandas eleitorais, em função da necessidade que os candidatos têm de se firmarem como mercadoria que merece a escolha do eleitor, em uma lógica ágil e superficial diretamente ligada à dinâmica do espetáculo, afinal, é nele que todas as mercadorias, políticos, nesse caso, são representadas enquanto símbolo. Assim, Romário contou, nas duas campanhas, com o suporte de uma equipe que lhe permitiu criar peças e vídeos que evocavam sua identificação com a população e criavam uma imagem de personificação da esperança. Em 2010, resumia-se no slogan “Ele é o cara!” (DEPUTADO..., 2010) e na promessa de transformação do ídolo do futebol em político responsável e, em 2014, na ideia da mudança aliada a propostas mais concretas. É como se, em quatro anos, Romário ainda se mostrasse como promessa de homem de origem humilde, comprometido com a população mais carente, porém, com mais experiência para ocupar um cargo no Senado, e no funcionamento do espetáculo político, utilizando imagem e representação a favor da aceitação popular à sua personagem política.

Em seus primeiros dezoito meses como senador, Romário pareceu seguir uma postura similar à adotada na Câmara dos Deputados, alternando momentos de confronto com silêncio e frieza do cálculo político, agora mais ambientado ao funcionamento da dinâmica do espetáculo político, e sua preocupação com a performance e a aparência, representada neste caso pela postura de defensor da ética do futebol, ao mesmo tempo que não deixa de construir alianças. Em dezembro de 2015 (CPI..., 2015), como presidente da CPI do Futebol, enfrentou o

atual presidente da CBF, Marco Polo Del Nero, afirmando em audiência pública: “O senhor, para mim, é uma das pessoas que mais fazem o mal ao futebol brasileiro e, conseqüentemente, ao futebol mundial”, pedindo a Del Nero para renunciar ao cargo.

Nascido em Alagoinhas, Bahia, o professor universitário Jean Wyllys de Matos Santos se tornou uma celebridade nacional ao vencer a quinta edição do *Big Brother Brasil*, reality show exibido pela TV Globo, em 2005. Após trabalhar em programas da Rede Globo, Jean Wyllys voltou a se dedicar exclusivamente à carreira acadêmica, até 2010, quando se candidatou a deputado federal pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL).

Eleito com uma pequena votação, cerca de 13 mil votos, Jean Wyllys exemplifica um tipo diferente de famoso em relação a Romário e, especialmente, Tiririca (sua maior exposição midiática havia se dado cinco anos antes, quando entrou no *BBB*, após sair do programa evitou a participação maciça em programas televisivos). Sua atuação no espetáculo midiático era mais discreta, mas a exposição no *Big Brother* foi fundamental para firmar uma imagem de homossexual intelectualizado, que foi ainda mais legitimada durante sua carreira política, dentro de uma adequação à dinâmica dessa carreira.

Eleito no Rio de Janeiro, Jean Wyllys se tornou um político especialmente dedicado à defesa dos direitos LGBTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros). Jean foi o primeiro congressista brasileiro homossexual assumido e defensor da condição de militante dessa causa, publicizando postura de orgulho em relação à orientação sexual, acrescida na atividade parlamentar por uma luta pela ampliação das garantias legais para os grupos LGBTs, como o casamento civil igualitário. Ao incluir em sua agenda como deputado a defesa dos direitos LGBTs, Jean Wyllys se expôs ao debate com políticos e religiosos que manifestavam opiniões diferentes sobre o tema, como o deputado federal Jair Bolsonaro (PP-RJ) e o pastor evangélico Silas Malafaia, com quem travou uma discussão durante uma audiência na Câmara dos Deputados, em que o pastor deveria falar em função de sua formação como psicólogo.

Analisando o vídeo da audiência (JEAN..., 2012), é possível perceber que, além de questionar as declarações do pastor, Jean Wyllys se coloca como exemplo de homossexual bem-sucedido e orgulhoso de sua sexualidade. Dentro da dinâmica do espetáculo político, o deputado opera uma construção gradual de personagem política, em que o conhecimento da linguagem midiática, pronunciamentos inflamados e o engajamento com questões relacionadas aos grupos LGBTs têm papel fundamental.

Enquanto parlamentar, Jean Wyllys redirecionou a figura midiática de ex-BBB, militante, educador e gay, para uma atuação política pautada pela defesa dos direitos da comunidade LGBT e autopromoção. Destaca-se, neste exemplo, que a autopromoção pretende apontar apenas uma conduta político-midiática de um deputado, que toma para si a identidade de homossexual orgulhoso de sua sexualidade, e representante legítimo desse segmento social. Com essa postura, Jean Wyllys consolida sua imagem enquanto parlamentar dentro do espetáculo político, destacando-se pelas especificidades de sua atuação e representação enquanto deputado.

Essa conduta foi assimilada com sucesso pelo eleitorado carioca, que viu em Jean Wyllys a validade dessa representação política, fazendo que, em 2014, o deputado federal se reelegesse com 144 mil votos, cerca de dez vezes maior em relação ao obtido em 2010.

Assim como nas campanhas de Romário, ao problematizar a consolidação da figura de Jean Wyllys enquanto político-celebridade, a partir de suas propagandas eleitorais, é possível notar mudanças significativas em quatro anos. Em 2010, o ex-BBB fez uma campanha com poucos recursos, em que contou com o apoio de artistas, como Caetano Veloso e Wagner Moura, e firmou uma imagem de renovação, “Um novo candidato para uma nova política”, que se viu ressignificada quatro anos depois. Em 2014, o deputado fez uma campanha baseada na multiplicidade de vozes, com a presença de várias pessoas, entre anônimos e artistas, como a atriz Elisa Lucinda, em que se firmava enquanto candidato da representação diversa – dos gays, negros, homens, mulheres cisgêneras e transexuais – sendo, como essas vozes destacavam, “um de nós”, como dizia seu slogan.

Além da defesa das mesmas pautas do primeiro mandato, como direitos humanos e direitos da comunidade LGBT, até o momento, o segundo mandato de Jean Wyllys teve como bandeira principal a crítica ao ex-presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Quando o Supremo Tribunal Federal aprovou o afastamento de Cunha da presidência da Câmara e do mandato de deputado, Jean Wyllys fez uma transmissão de vídeo ao vivo. Além de exercer seu lado jornalístico, narrando os acontecimentos em uma transmissão (QUEDA..., 2016) disponibilizada em seu perfil na rede social Facebook, o deputado não deixou de se posicionar sobre o afastamento de Cunha, *“festejando a queda desse corrupto, a queda desse manipulador, dessa pessoa odiosa que jogou o país em um abismo, junto com os seus aliados aqui dentro, praticamente em um sindicato de bandidos”*, mostrando a permanência de uma faceta combativa em sua atuação política, adaptada à dinâmica espetacular.

A crítica à Cunha, nesse caso, tem como cenário o ambiente por ele antes presidido, dentro de uma narrativa construída por Jean Wyllys durante o vídeo. É a forma em um ritmo dinâmico dominando o conteúdo e exemplificando, neste caso, como Jean Wyllys se destaca, em relação a Tiririca e Romário, ao fundir com mais desenvoltura as dinâmicas política e midiática em seu desempenho enquanto parlamentar, utilizando ambas para demonstrar sua facilidade de expressão e divulgação de seus pronunciamentos em diversas mídias, como as redes sociais.

Considerações sobre espetáculo, mídia e política

Feitas as considerações sobre os desempenhos políticos de Tiririca, Romário e Jean Wyllys, e a relação deles com a dinâmica do espetáculo, faz-se uma adaptação da abordagem de Debord (2013) sobre o espetáculo para o estudo das imagens midiáticas dos três sujeitos durante suas adaptações à atividade política e suas permanências na atividade, a fim de aprofundar a problematização desses desempenhos a partir do eixo teórico escolhido. Assim, de maneira geral, é possível apontar a transformação de sujeitos midiáticos em uma espécie de mercadorias políticas. Nesse contexto, inserem-se as trajetórias midiático-políticas de Tiririca, Jean Wyllys e Romário, que,

enquanto palhaço, ex-BBB e jogador de futebol, respectivamente, foram rotulados e expostos midiaticamente a uma visibilidade que lhes alçou à categoria de produtos-mercadorias, também durante suas atuações políticas.

É igualmente válido analisar o grau imagético do espetáculo, muito calcado na promoção da superficialidade e da aparência, especialmente tendo em mente a figura da vedete, que, para o autor, apresenta com banalidade a chamada *representação espetacular do homem vivo*. Apesar de, anteriormente, só ter relacionado Tiririca, é possível incluir Romário nesse âmbito, visto que seu estilo vedete fazia referência a diversos momentos de seu período de jogador de futebol, marcado pela superficialidade em seus depoimentos, pelo fato de estar acompanhado de garotas bonitas, frequentar grandes festas e constantes mal-entendidos com colegas e treinadores.

Para Debord, essa vedete seria, enquanto agente do espetáculo, o oposto e o inimigo do indivíduo, ao mostrar-se como modelo de identificação espetacular e grande símbolo consumista. O mundo do humor, o futebol e os *reality shows*, onde se inserem as personagens analisadas, eram fortes espaços criadores de vedetes, seres espetaculares, superficiais, mantidos pela aparência.

Pensando na análise de Weber (2011) sobre o que a autora chama de espetáculo político-midiático, que misturaria as temporalidades da política e da mídia em determinado momento, o momento final da análise da presença do espetáculo na carreira política de Tiririca, Jean Wyllys e Romário vai se dedicar ao pronunciamento dos três durante um acontecimento específico: a transmissão ao vivo da votação do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, os dois primeiros durante a etapa da votação na Câmara dos Deputados, em 17 de abril, o último na etapa do Senado, em 12 de maio. Em um momento exemplar da dinâmica do espetáculo político-midiático, é possível problematizar a atuação política desses três sujeitos midiáticos em um grau de continuidade. Assim, enquanto Tiririca, que pela primeira vez em sua carreira política discursava no plenário da Câmara dos Deputados, foi breve, dedicando seu voto a favor do impeachment (O VOTO..., 2016), Jean Wyllys fez um discurso contundente e

espetacular, dentro da acepção do termo problematizado durante este trabalho – palavras fortes, expressividade de feições e gestos, com a representação dinâmica e superficial dando o tom em uma transmissão ao vivo.

Jean Wyllys votou contra o impeachment, em um processo que considerou farsesco (VOTAÇÃO..., 2016). Já Romário, dentro de uma atmosfera e tempo diferentes (enquanto na votação da Câmara dos Deputados, cada parlamentar tinha um minuto para declarar seu voto, os senadores contavam com até quinze), usou cerca de cinco minutos para fundamentar sua opção pela admissibilidade do impeachment, usando o espaço para dotar sua fala de uma mensagem, e de se ligar, por meio da retórica, a uma imagem de político e cidadão preocupado com o futuro do país: *“Não podemos desperdiçar essa oportunidade de repensar o país que queremos. Um novo Brasil passa por uma nova política”* (DISCURSO..., 2016).

Apontamentos para um reconhecimento atento

A partir da análise das imagens de sujeitos midiáticos e de sua associação aos conceitos utilizados durante a pesquisa, é possível perceber que a adaptação deles ao ambiente político se deu de forma gradual, sem grandes mudanças de postura entre o primeiro e metade do segundo mandato. Seguindo os quatro passos da cartografia de Kastrup (2009), a procura de sinais de modificações nas imagens audiovisuais no rastreamento, fruição dos tipos imagéticos no toque e seleção de imagens no pouso, foi por fim possível chegar ao reconhecimento atento. Nessa etapa, verificou-se na trajetória política de Tiririca, Romário e Jean Wyllys predomínio da combinação de convivência entre gradualidade e mudanças, muito mais a título de adaptação que de rompimento.

Considerando uma transformação em determinados aspectos, mas nunca por meio de submissão total à dinâmica da política, é possível perceber, por meio dos materiais midiáticos analisados, que Tiririca, Jean Wyllys e Romário modificaram-se enquanto figuras públicas, combinando sentidos anteriores com os quais se tornaram enquanto deputados. Suas trajetórias midiático-políticas são vistas, neste caso, como paradigmáticas na relação contemporânea entre mídia,

política e espetáculo, que mostram que suas adaptações ao ambiente político foram bem assimiladas do ponto de vista eleitoral. Tanto é verdade que foram reeleitos com número de votos significativo.

Tiririca, Jean Wyllys e Romário, cada um à sua maneira, souberam aproveitar da dinâmica espetacular em seus desempenhos políticos, mas compreendendo que essa dinâmica precisava ser ressignificada para suas adaptações, em um espaço diferente ao que costumavam atuar, considerando públicos distintos. Importante destacar que essa adequação ao corpo político tem como enfoque, na pesquisa em questão, três sujeitos com repertórios muito diversos, que se posicionam como políticos por meio de estratégias diferentes.

Dessa maneira, Tiririca, enquanto o deputado-palhaço que se mantém fiel à dinâmica do humor, mostra-se como vedete, capaz de fundir em si o humor e a política em um espetáculo unificado. Já Romário é o ídolo do futebol que, em quatro anos, passa de deputado federal a senador, canalizando sua “marra” para uma crítica aos gastos públicos em um grande evento esportivo, ao mesmo tempo que planeja, com frieza e ambição, seu futuro político, negociando candidaturas e cargos em empresas públicas para aliados. Jean Wyllys, por fim, sendo o acadêmico que potencializa sua dinâmica, militante dos direitos LGBTs, utiliza sua capacidade de oratória e seu conhecimento do funcionamento da lógica midiática para promover-se enquanto representante desse segmento social e se posicionar de forma ostensiva sobre acontecimentos políticos do momento.

Referências

CPI do futebol: Romário faz questionamentos a Del Nero. *Romário de Souza Faria*. YouTube. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qwdLsiZUK5o>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DEPUTADO Romário: melhores momentos de campanha 2. *DeputadoRomario*. YouTube. 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KzP9eDdeNuU>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

DISCURSO de Romário na votação no Senado sobre o impeachment de Dilma. *CAMFWAYNE WORLD*. YouTube. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gup3QAK5em8>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

JEAN Wyllys e Silas Malafaia se enfrentam ao vivo em audiência pública. *MrTheTopVideos*. YouTube. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zyylGgPyTGU>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

KASTRUP, V. O método da cartografia e os quatro níveis da pesquisa intervenção. In: CASTRO, L. R.; BESSET, V. L. (Orgs.). *Pesquisa intervenção na infância e juventude*. Rio de Janeiro: Nau, 2009.

NEGRINI, M.; AUGUSTI, A. O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Covilhã, 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/2hxaox7>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

O VOTO de Tiririca (impeachment) 17 04 16. *CONEXÃO 92*. YouTube. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cEtWBfPy4hA>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

QUEDA de Cunha. *Jean Wyllys*. Facebook. 2016. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jean.wyllys/videos/1084928238221849/>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

ROMÁRIO 400 – Clipe jingle – Com participação do Mc Koringa. *Romário de Souza Faria*. YouTube. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JRNIDh6BX9g>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. São Paulo: Difel, 1978.

TIRIRICA é contra a saída de Dilma. *Jhone Sousa*. YouTube. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=64wn7v3GYK4>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

VOTAÇÃO do impeachment – Dilma – 2016 – Dep Jean Wyllys – voto pela democracia, a favor do Brasil. *Bruno Moraes*. YouTube. 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PUN_3oA7rOg>. Acesso em: 7 jul. 2017.

WEBER, M. H. Do acontecimento público ao espetáculo político midiático. *Caleidoscópio*, Lisboa, n. 10, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/2q4ajIp>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

submetido em: 8 fev. 2017 | aprovado em: 12 abr. 2017