

NA MÍDIA E NA POLÍTICA: O COMUNICADOR-POLÍTICO NO BRASIL

Into Media and Politics: the Political-communicator in Brazil.

En los medios y en la política: el político-comunicador em Brasil.

Pedro Pinto de Oliveira

Professor adjunto da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

E-mail: ppo@terra.com.br

Resumo

Pesquisa de orientação pragmatista, analisamos um tipo de personalidade pública da política e da mídia do Brasil em interação com o público: o comunicador-político – categoria que definimos como a figura que atua na TV ou no Rádio simultaneamente ao exercício do seu mandato eletivo. O comunicador-político ocorre em todos os estados brasileiros. Destacamos, entre os achados da pesquisa, um discurso que aciona preconceitos homofóbicos e a mistura do político e o religioso.

Palavras-chave: Comunicação. Política. Mídia. Performance. Eleições brasileiras.

Abstract

In a pragmatically oriented research, we analyzed the interaction between one type of public character in Brazil's politics and media: the politician-communicator – defined as someone who presents either TV or Radio shows during his or her term in office. The politician-communicator is a phenomenon in all Brazilian states. We highlight, among the research findings, a discourse that triggers homophobic biases whilst mixing politics and religion.

Keywords: Communication and Politics. Media. Relevance. Performance. Brazilian elections.

Resumen

En una investigación de orientación pragmatista, analizamos un tipo de personalidad pública de la política y de los medios en Brasil en su interacción con el público: el comunicador-político. Se trata de una categoría definida por una figura que actúa simultáneamente en la TV o en lo Radio al ejercer su mandato electivo. El comunicador-político es un fenómeno en todos los estados brasileños. Entre los hallazgos de la investigación, destacamos un discurso que activa prejuicios homofóbicos, además de mezclar política y religión.

Palabras-clave: Comunicación. Política. Medios. Desempeño. Elecciones brasileñas.

* Trabalho apresentado no 9º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), “Comunicação e Transformações Sociais”, no Grupo Comunicação e Política. Coimbra – novembro de 2015.

Ao longo de quase cem anos de República (e até antes disso, no tempo da monarquia), os políticos brasileiros eram membros da elite econômica – da aristocracia agrária, do meio empresarial nascente. Constituíam também uma elite cultural – com frequência eram diplomados em curso superior, muitos em Direito (os chamados “bacharéis”), mas também médicos e engenheiros. No final do século XX, acontece uma mudança e começam a surgir representantes de extração mais popular e de diferentes origens.

Dentro desse novo perfil, uma categoria específica começa a ganhar presença nas duas últimas décadas (e particularmente a partir da entrada no século XXI): o comunicador-político. Estamos chamando de comunicador-político o personagem que atua no cenário midiático, mantendo-se, simultaneamente, na função de apresentador de programas de rádio e televisão e no exercício do mandato eletivo.

Se os políticos sempre procuram marcar presença e tirar partido dos meios de comunicação (era muito frequente, por exemplo, a compra de jornais, a luta pela concessão de canais de rádio e televisão), esse comunicador-político de que estamos falando não necessariamente se confunde com o dono das emissoras, mas é a celebridade midiática que tira proveito de sua visibilidade à frente de diferentes programas para se eleger – mantendo, concomitantemente, seu posto midiático.

Buscamos situar o surgimento do comunicador-político, nova categoria de celebridade midiática e figura política. Entendemos, portanto, que não é suficiente usar como fatores balizadores o controle dos meios de comunicação pelos políticos ou de pessoas ligadas direta ou indiretamente ao poder político ou a simples ampliação do espaço do popular midiático no país, com a criação e produção de diversos novos programas populares e da circulação de seus conteúdos em outras mídias e nas redes sociais.

Os fatores balizadores devem ser compreendidos como complementares e em conexão. O controle das concessões dos meios é, certamente, uma condição privilegiada de poder, mas não explica por si só o sucesso dos comunicadores que conseguem entrar na política. Isso porque muitos desses profissionais não são os efetivos controladores dos canais de comunicação. A grande maioria é, na verdade, apenas empregados das emissoras.

É desse lugar, do popular na mídia, que o comunicador-político conversa com o seu público – o lugar de onde buscamos analisar esse personagem da nova categoria de celebridade midiática e figura política. Nosso objetivo foi fazer uma reflexão que pudesse dar conta tanto do ator desempenhando os seus papéis na situação dada quanto da trajetória de vida desse indivíduo.

Nosso objeto de estudo é exatamente um comunicador-político – trata-se de Everton Pop, apresentador de TV e vereador de Cuiabá, capital de Mato Grosso. Ele é uma figura emblemática que representa uma grande gama de políticos brasileiros.

Panorama nacional

Traçamos um resumo do surgimento do comunicador-político no Brasil. Não se trata de um levantamento sistemático, mas de alguns exemplos que atestam a força dessa presença no cenário nacional.

Começamos nosso panorama com um “quase-fato” marcante nas eleições de 1989, que foi o anúncio do lançamento da candidatura a presidente da República do apresentador e dono de emissoras de TV, Silvio Santos. Poucos dias depois de lançado, o famoso apresentador de TV alcançou logo a liderança das pesquisas de intenção de voto, mas a sua candidatura foi impugnada pela justiça eleitoral por uma série de irregularidades. O parecer do Ministério Público Eleitoral à época apontava para a necessidade de proteção da normalidade e a legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso de função. Silvio Santos não se afastara da apresentação do seu programa três meses antes da data da eleição como determinava a lei. Não foi dessa vez, ainda, que o Brasil teve um apresentador de TV como candidato a presidente.

Silvio Santos é o marco “famoso” do processo de surgimento de uma nova categoria de personalidade pública que atua na mídia e na política. Mas é importante destacar que esse tipo de celebridade ocorre, majoritariamente, no âmbito das redes locais em todo o país. Daí não chamar tanto a atenção das pesquisas em comunicação, cujas análises estão mais centradas em acontecimentos verificados apenas nas grandes redes nacionais. A mídia local engloba, no Brasil, dezenas de milhares de pequenas publicações e emissoras,

quase sempre desprezadas pela pesquisa acadêmica, na falta de trabalhos de alcance desse contexto nacional.

O comunicador-político é uma celebridade local, ainda que já tenhamos registro dos primeiros comunicadores-políticos que ocupam espaço na programação das redes nacionais. Tal personagem que desempenha, em superposição, dois papéis sociais, de comunicador e de político (personagem de origem em qualquer matiz ideológico), é uma figura do cenário midiático cada vez mais presente e em processo de crescimento a cada eleição.

Para exemplificarmos essa noção da ocorrência do fenômeno nas redes regionais, apresentamos alguns desses personagens e seus programas populares que ocupam a programação nas emissoras de rádio e TV de duas grandes cidades brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo. Os personagens descritos aqui foram selecionados para atestar, como julgamos importante enfatizar, a força dessa presença, uma vez que a montagem e análise de um quadro geral brasileiro não foram objetos centrais da pesquisa.

No Rio de Janeiro, o caso mais notório de comunicador-político é o do deputado estadual Wagner Montes (PDT), que seria “inspirador” da criação do personagem semelhante apresentado no filme “Tropa de Elite II”, do diretor José Padilha. No site da TV Record do Rio de Janeiro, o apresentador de TV/parlamentar é descrito como personalidade de origem humilde, tendo adquirido “na infância pobre os alicerces para construção de uma carreira sólida”. O programa do comunicador-político, celebridade da TV carioca, é exibido de segunda a sexta, ao vivo, com duas horas e meia de duração. A emissora descreve o gênero do programa: reportagens sobre problemas comunitários, segurança pública, comportamento, lazer e cultura popular.

Em São Paulo, registramos a ocorrência de outro famoso comunicador-político que apresenta programa em rede nacional de TV, o deputado federal Celso Russomanno. Ele foi candidato a prefeito de São Paulo em 2012 – é apresentador do programa “Balanço Geral” da TV Record, cujo foco principal é o direito do consumidor. O comunicador-político ganhou fama em 1990 quando filmou e colocou no ar imagens de um hospital onde sua ex-mulher morreu com infecção generalizada decorrente de meningite. O Tribunal de Justiça de São Paulo absolveu o hospital denunciado por Russomanno.

Russomanno assume a sua condição de celebridade midiática. Em plena campanha na eleição para prefeito da cidade de São Paulo, em entrevista ao jornalista Morris Kachani, da *Folha de S. Paulo* (2012), Celso Russomanno assim se definiu enquanto personalidade pública: “não sou um político. Sou um artista, dou autógrafos. É assim que sou visto na rua pelo povo”.

Panorama regional: Mato Grosso e Cuiabá

Em Mato Grosso, o surgimento do comunicador-político enquanto nova categoria de personalidade pública também se deu a partir das duas últimas décadas do século passado, consolidando-se a cada eleição.

Apontamos dados que evidenciam a força da presença desse tipo de personagem e o indicam como um fenômeno em expansão no âmbito regional: os registros do Tribunal Regional Eleitoral (TRE) de Mato Grosso apontam um quadro geral da conexão entre a comunicação e a política no estado. Identificamos as candidaturas de comunicadores nas eleições municipais de 2004, 2008 e 2012 e nas eleições estaduais de 2006 e 2010.

A tabela I mostra o quadro geral da série histórica referente às eleições estaduais em Mato Grosso, com as candidaturas dos profissionais da mídia:

Eleições Estaduais em Mato Grosso

Ano	Comunicadores candidatos	Eleitos	Cargos
2006	13	2	Deputados estaduais
2010	11	3	Deputados estaduais

Fonte: TRE/MT

A tabela 2 apresenta o quadro geral das eleições municipais, em Mato Grosso, de 2004, 2008 e 2012, no qual verificamos o crescimento constante do número de comunicadores candidatos.

Eleições Municipais em Mato Grosso

Ano	Comunicadores candidatos	Municípios	Eleitos	Cargos
2004	90	44	17	16 vereadores e 1 prefeito
2008	92	45	13	11 vereadores e 2 prefeitos
2012	116	55	17	15 vereadores e 2 prefeitos

Fonte: TRE/MT

O breve panorama nos aponta que o achado mais relevante é a frequência das candidaturas, e a tendência de expansão – mesmo que o número de eleitos não seja tão grande frente ao número alto dos comunicadores que se candidatam a cada pleito, em especial nas eleições municipais.

Françoilson Everton “Pop” Almeida da Cunha

Definimos como objeto de estudo o apresentador de TV Françoilson Everton Almeida da Cunha, conhecido pelo nome “artístico” e “político” de Everton Pop, eleito em 2008 para uma vaga na Câmara de Vereadores de Cuiabá pelo PP, com 5.280 votos (depois, durante o exercício do mandato, Pop trocou de partido, filiando-se ao PSD) – foi a quarta maior votação proporcional de um vereador cuiabano nas quatro últimas eleições municipais.

A origem do apelido Pop – nome “artístico” que foi levado para a política, usado por ele na urna como nome de candidato – foi explicada pelo próprio Françoilson em uma entrevista concedida ao programa “Agora Quando” da TV Universidade, canal 2, em abril de 2010:

(...) se eu falar meu nome perco audiência, perco voto. Françoilson, cara! A minha mãe diz que é uma homenagem, porque o seu pai Francisco, seu avô Wilson. Eu falava: o que eu tenho com isso? É Françoilson Everton Almeida da Cunha. Eu consegui há dois anos colocar o Pop no meu documento. A origem do Pop: aos

15 anos, como eu gostava de tocar os ‘tuc-tuc’ no programa na rádio, eu tinha um coordenador de programação que dizia: para de tocar esses ‘pop, pop, pop’. Daí, numa chamada eu tive uma chance de associar o Pop. É um nome certo, fácil, rápido (EVERTON POP, abril de 2010).

No seu percurso da câmera de televisão para a Câmara Municipal de Cuiabá, Everton Pop falou também sobre os momentos da sua decisão de ser candidato a um cargo político. A decisão dele não foi apenas pessoal e nem teve origem em uma deliberação de ordem partidária. O apresentador de TV precisou, antes de tudo, contar com a aprovação da direção do grupo de comunicação do qual fazia parte, onde outros comunicadores, antes dele, foram “trabalhados” pelo dono da emissora para disputar eleições.

Lá dentro do grupo onde eu trabalho, faz 12 anos, eu manifestava vontade (de ser candidato), só que nós tínhamos colegas, já com experiência maior, com a mesma vontade de maior data e isso a gente tem que respeitar. Então foi feito um trabalho em cima desses profissionais, e na vida a gente tem que ter muita habilidade para esperar a nossa vez. As vezes a gente fica achando que a nossa vez não chega. E o parâmetro que a gente usa é sempre do semelhante, do mais próximo: poxa, fulano, cicrano, e é errado. A gente tem que ter paciência pra esperar a nossa vez e fazer por onde ela acontecer (EVERTON POP, abril de 2010).

A escolha de Pop

Pop tem uma experiência relativamente grande como profissional da mídia, tendo começado a trabalhar bem jovem, de auxiliar técnico aos 14 anos, e desde os 15 atuando como locutor. Ele comandou o programa “Baixada 40 Graus” por seis anos, tempo relativamente curto, mas expressivo, se considerarmos a realidade regional.

O jogo instável de força e fraqueza do comunicador-político, expresso na trajetória de Pop, despertou nosso interesse em tê-lo como objeto de estudo. Essa pequena trajetória e essa banalidade são exemplos de um aspecto do fenômeno: a fugacidade. Se rapidamente os comunicadores querem tirar dividendos da fama proporcionada pela visibilidade, estes nem sempre se sustentam. É a sua fraqueza. O outro lado é

o propósito que almejam alcançar, anseio na verdade, como, de resto, de todos os tipos de celebridades: a perenidade. É o ponto de força. A longevidade da carreira, acompanhada da avaliação positiva do público que, no caso do comunicador-político, se traduz pela fama com credibilidade.

Outro aspecto que nos chamou a atenção para a escolha de Everton Pop como objeto de estudo foi o gênero do seu programa, diferente da maioria dos comunicadores-políticos. Ao contrário do gênero majoritário dessa categoria, policial sensacionalista, ele apresentava um programa do gênero de entretenimento. Observar como o comunicador-político estava submetido ao enquadramento dado pelo gênero de entretenimento foi, portanto, outro aspecto de nosso interesse.

Fundamentação e procedimentos metodológicos

Nosso referencial teórico-metodológico teve como base o paradigma relacional da comunicação, de visada pragmatista, com ênfase na obra do filósofo John Dewey. A globalidade do processo comunicativo investigado foi o eixo central da nossa estratégia metodológica – perspectiva colocada em ação pelo método do pragmatismo que define o conceito de comunicação pela reflexividade: nossa capacidade de controle e organização intencionais, implicando sempre o critério de seletividade diante de alternativas de uma ou outra reação/adaptação recíproca na interação entre os sujeitos.

A conduta inteligente é o resultado da interação social, na comunicação que produz e faz compartilhar significações; é a ação inerente à inteligência humana, ao intercâmbio de significados simbólicos entre sujeitos em relação que dá sentido à realidade social.

A perspectiva interacional, dessa maneira, entende a comunicação enquanto troca e intensificação imediata da vida, ação prática da construção de sentidos pela reflexividade – entendimento que nos orientou para a identificação do contexto comunicativo e as características das situações em nosso estudo de caso.

A visibilidade midiática tornou-se fator preponderante ao desempenho dos atores que encenam seus papéis – na preocupação com a imagem pública e a busca constante do julgamento positivo do público. Outro desdobramento desse percurso foi um traço da mídia massiva que é o entreteni-

mento, a atração pelo agradável, que também se insere na prática política midiática. Traço que é levado em conta pelos atores e seus especialistas na gestão de imagem – ou seja, a articulação de gêneros e estratégias comunicativas. Nosso personagem do popular midiático atuava enquadrado no gênero do entretenimento.

Evidenciamos os conceitos de Thompson, com os quais podemos verificar que a personalidade pública vive uma relação de tensão, de enfrentamentos na mídia – que se situa hoje como o lugar central de embates sociais – a condição irreversível da mídia na era da visibilidade, convertida num lugar privilegiado para a “palavra política”.

A noção de visibilidade midiática nos permitiu avançar na reflexão sobre os aspectos específicos da interação televisiva, em especial a “ordenação” dos produtos televisivos. Essa padronização de formas em sintonia com o público foi aspecto relevante na relação estabelecida com o nosso personagem em sua performance nos papéis de comunicador e de político.

A inter-relação encontrada entre política e comunicação nos indicou a pertinência de resgatar mais alguns conceitos, além da mediatização e dos valores, trabalhando também o conceito de **comunicabilidade**, que construímos a partir da noção relacional e dos papéis sociais vividos pelo indivíduo. “Através do falar, uma pessoa identifica-se com atos e feitos potenciais; desempenha muitos papéis, não em estágios sucessivos da vida, mas num drama contemporaneamente representado” (DEWEY, 1964: 189).

Definimos o termo *comunicabilidade*¹ como os esforços feitos pelos sujeitos em interação para serem melhor compreendidos. E, em sua natureza pragmática, a dimensão ética e política da *comunicabilidade* pelos esforços de conversação entre os diferentes grupos sociais. Conceito que abarca, ainda, a consciência da palavra que se dirige a um interlocutor. “Tornar o outro cômico da possibilidade de algum uso ou de uma relação objetiva é perpetuar aquilo que seria de outra forma

¹ A comunicabilidade não é dada a priori, ela é elaborada no próprio processo de interação (transação) com o outro e o mundo. É essa relação entre os esforços de entendimento e o processo de interação entre os sujeitos que confere uma natureza pragmática à comunicabilidade. Ressaltamos que tais esforços podem ou não serem reconhecidos e aceitos pelos sujeitos na interação em seus diferentes graus de complexidade, resultando em acordos, conflitos ou na própria interdição da comunicação. A comunicabilidade é uma qualidade da comunicação, com diferentes graduações – noção construída a partir da filosofia pragmatista, é tanto fim quanto meio.

um incidente, tornando-o um instrumento: a comunicação é uma condição da consciência” (DEWEY, 1964: 199).

Analizamos as cadeias de ação do nosso personagem, o comunicador-político Everton Pop, em cada um desses momentos biográficos escolhidos: suas ações e falas, expressando suas intenções para acumular capital político, mostrando-se ator confiável e adequado ao papel de parlamentar; seus esforços para manter a sua fachada e os riscos dessa manobra no cenário midiático; como dava o tom do quadro e estabelecia as mudanças no *footing* na ponte de um papel para o outro – nos quais constatamos as tensões e fragilidades nas operações de passagem de um papel para outro.

As características da performance de Pop

O estilo de Everton Pop era sustentado pelos valores de juventude, modernidade, naturalidade e humildade. Um perfil construído por ele e o seu público com atributos que são o que *parecem* ser – e expressos na encenação de seus papéis. Ele se apresentava como jovem, descontraído, representando o comunicador moderno e o “novo” na política – por vezes, parecendo o cidadão comum que tinha identificação popular. Depois de eleito, esse estilo sofreu alteração. Pop passou a incorporar atitudes arrogantes que não combinavam com a imagem de jovem de origem humilde, em especial no papel de político que se mostrava diferente – melhor – dos seus concorrentes.

Houve uma mudança no estilo Pop a partir da sua passagem à condição de comunicador-político, forçado a sustentar os dois papéis, e na campanha pela reeleição. O jovem simples, comunicador brincalhão e divertido, precisava conformar-se com um estilo de político sério, capaz e com conteúdo para oferecer ao eleitor. As diferenças de estilo, incorporadas pelo personagem, de dois papéis sociais criaram *situações problemáticas* tanto para o apresentador de TV quanto para o vereador.

Uso de um discurso político-religioso

A construção de um discurso político-religioso era fundada na formulação de que a ação política é uma ação divina movida pela mão de um político – híbrido de populismo e messianismo. A forma da fraseologia usada, com

citações bíblicas, e o conteúdo de moral costumeira, configuravam o discurso de Pop nos seus programas de TV e na campanha eleitoral.

O que constatamos no seu discurso é que o valor da ação política constitui-se um valor religioso. Esse ponto de vista naturalizado acerca do mundo social e político era articulado por Pop em seu discurso na mídia, de acordo com os sistemas de relevância dominante – aquilo que faz parte de um sistema social preestabelecido e na forma de hierarquias de crenças e juízos de valores sedimentados na sociedade.

Manutenção de valores conservadores

Apesar da atitude “jovem” e de se esforçar em parecer como o “novo” na mídia e na política, o comunicador-político Everton Pop sustentava valores sociais antigos da moral costumeira não reflexiva. Dewey define a distinção entre os tipos de moral, costumeira e reflexiva (diferença que considera “revolucionária”):

A distinção intelectual entre moralidade costumeira e moralidade reflectiva apresenta-se claramente demarcada. A primeira coloca o padrão e as regras de conduta nos hábitos ancestrais; a segunda apela para a consciência, a razão e a algum princípio que inclua o pensamento. A distinção é tão grande quanto definida, porquanto muda o centro de gravidade da moralidade. É, entretanto, mais relativa do que absoluta (DEWEY, 1964: 5).

A posição de Pop, na análise das ocorrências, demonstrou que ele não desloca os costumes de sua posição tradicional. Ao sustentar um discurso conservador, não desloca as ideias e crenças; em consequência, não promove mudanças dos sistemas de relevâncias dominantes dele e do seu público.

O seu discurso político-religioso, como registramos, expressava valores conservadores e interesses de grupos religiosos. Mas existem outros valores expressos por Pop que estão calcados em juízos morais preconceituosos, como as recorrentes insinuações à homossexualidade do produtor do programa, chamado de Carioca, sempre no tom do deboche, bem-humorado e nunca agressivo. O produtor era transformado em alvo constante das brincadeiras de Pop, caracterizado como o “gay” do programa. No contexto dos programas, Pop sempre faz referências à sexualidade do Carioca,

com piadas de fundo homofóbico.

As performances marcam identidades. Nosso ator ajusta e atua em seus papéis onde seus valores emergem. Realizador de suas ações, o comunicador-político Everton Pop não tenta mudar nada, ao contrário, articulando valores conservadores, mantém o estado de coisas de preconceitos e juízos morais ancorados no passado.

Busca de distinção

O valor da diferença, da distinção, é um capital cobiçado, na era da visibilidade, por todos os tipos de celebridades, conforme destaca Marshal (2006). No caso do comunicador-político, adquirir o valor da distinção – parecer diferente dos concorrentes da mídia e da política – é uma preocupação permanente, e quase obsessiva. O valor da distinção parece ser um investimento da celebridade na longevidade da sua fama – que é condição necessária para que uma personalidade pública valha alguma coisa para além da fugacidade, como aponta Inglis (2012).

Tal condição, contudo, vai além da questão temporal, a distinção é o valor a ser perseguido para conquistar e manter a fama com credibilidade. A credibilidade é o verdadeiro capital político a ser amealhado. Everton Pop se movimentava nesse sentido, buscando mostrar que era diferente de outros comunicadores e de outros políticos, com conduta e caráter que sustentam tal lógica do ser diferente: sou melhor, porque sou diferente dos outros. No seu inverso, o argumento também se sustenta: sou diferente, por isso sou melhor do que os outros.

Capital comunicativo

Outros traços importantes que destacamos em nossos achados são as habilidades de comunicabilidade postas em ação pelo nosso personagem em seu programa de televisão. Tais habilidades são expressas no tom de humor e respeito, no uso das formas de senso comum com conteúdos populares – seus bordões de humor e citações bíblicas, entre outros – articulados por ele na interação com o público, visando angariar simpatia e um juízo de valor positivo.

Essas habilidades, que no conjunto formam o capital co-

municativo de Pop, revelavam o seu carisma, suas intenções de buscar a aprovação do outro na interlocução televisiva, suas estratégias comunicativas e sua agilidade de se safar de situações onde sua fachada era ameaçada.

No programa ao vivo, seja nas entrevistas ou nos esquetes de humor, Pop usava das suas habilidades para manter, e se manter, no quadro do gênero do programa de entretenimento. As situações de improviso eram sempre um risco, mas realizadas para que o programa mantivesse o seu tom de diversão, ainda que a sua fachada pessoal ficasse potencialmente vulnerável. Essas condições arriscadas de um programa ao vivo e com esquetes de improviso colocavam as habilidades comunicativas de Pop à prova.

Superposição e alternância estratégica de papéis

O apresentador de TV ajusta o alinhamento da situação para que o ator político possa atuar. Esses modos de administração do comunicador-político Everton Pop – a ponte para que o papel do comunicador possa servir ao melhor desempenho do ator no papel do político – foram constatados na nossa pesquisa em diversas situações.

A análise da encenação do nosso personagem trouxe como achados os modos de operação de transição de um papel para outro em dois eixos: a) o comunicador servindo de ponte para o político: na performance de Pop quando muda o tom descontraído para um tom de seriedade e b) a hibridização das dinâmicas dos quadros midiáticos, onde o entretenimento e a propaganda política aparecem num mesmo programa.

A passagem de um papel para o outro é sempre demarcada pelo comunicador que lembra o contrato com o público, o programa de entretenimento, mas, ao mesmo tempo, abre o espaço para a encenação do papel do político, liberando-se nessa passagem para o desempenho alternado. Esse modo diz respeito à habilidade comunicativa, à sensibilidade do nosso ator para saber o momento adequado para a encenação do papel oportuno, e, a partir daí, de como modelizar o papel e a melhor maneira de desempenhá-lo.

O segundo aspecto é do próprio enquadramento do gênero. No caso, o programa de entretenimento quebra seu contrato ao incorporar valores da retórica da propaganda dados pelo personagem na performance do papel de político

– na alternância aberta pela ponte do papel de comunicador. Dito de outro modo: nesses momentos, quando o papel do político domina a cena do programa de entretenimento, a passagem desloca a retórica da diversão própria do gênero (sem compromisso com a persuasão e a realidade), abrindo espaço para o discurso do parlamentar.

Assim, entendemos que, nesse jogo de papéis, os discursos da mídia e da política se alternam no mesmo quadro – modo de operação deliberadamente articulado pelo profissional da mídia e parlamentar Everton Pop.

A marca do discurso midiático é a sedução e a do discurso político, a argumentação. Isso serve como um modelo geral de distinção entre os dois papéis. Como comunicador, Pop buscava a elevação da audiência, a adesão do público e a identificação. Como político, seu discurso era de cunho ideológico – a política trata de poder e repartição de poder. No caso do nosso personagem, o aspecto diferencial é que a alternância de discursos se dá no mesmo quadro e essas passagens de um papel para o outro estão sob sua administração.

Nos achados também identificamos que essas alternâncias de papéis eram *problemáticas*, com transferências mal arranjadas e dificuldades de se reposicionar dentro de cada um dos dois papéis. Algumas performances eram adequadas ao papel do comunicador, mas não estavam adequadas ao tom de seriedade que ele tenta dar quando desempenha o papel de político.

Há um evidente deslumbramento de Pop com a condição assumida de parlamentar. As dificuldades de reposicionamento dentro dos dois papéis expõem um personagem subalterno, cuja atuação na mídia e na política depende do aval do patrão, o dono da emissora.

Em nossos achados, concluímos que Pop demonstrou ser um político sem consistência, assumindo posições moralistas e conservadoras (posições homofóbicas e um discurso político-religioso, entre outros aspectos).

Pop estava subordinado ao gênero de entretenimento, no qual tinha dificuldades de adequar o papel de político sério e de opinião forte – situação mais fácil para os comunicadores-políticos que atuam nos programas do gênero do jornalismo policial sensacionalista.

O tom sério requerido para a encenação do papel de político em um programa cujo propósito era alegrar, fazer rir, colocava o personagem em dificuldades nos momentos de

passagem de papéis – resultando quase sempre em prejuízo para a performance do parlamentar.

Nas ocorrências dos momentos de Pop em campanha pela reeleição, vimos que ele usou como estratégia continuar vinculando os dois papéis. Nas peças de campanha, a forma e o conteúdo de suas mensagens no Facebook, Twitter e *site* eram explícitas na vinculação dos dois papéis. Isso, de certa forma, mantinha a imagem de um personagem “outsider” da política, fragilizando sua posição, ao contrário de buscar fortalecer uma imagem específica de político, de atuação partidária e voz ativa nos embates na mídia. Essas características que identificamos no nosso personagem demonstraram que ele não se esforçou para demarcar uma distinção de político para além do comunicador. As posições se confundiam, ficavam embaçadas pela forte vinculação de papéis que ele sustentou, expressas em suas *relevâncias volitivas*.

Como consequência, tais características criaram para Pop, conforme Dewey, uma *situação problemática* permanente: a “palavra política” do vereador tinha como fator de instabilidade a própria concorrência da “palavra divertida” do apresentador de TV de programa de entretenimento do popular midiático. E, como enfatizamos, essa ponte nem sempre se realizava em favor de avaliação positiva do desempenho do papel de parlamentar.

Escamoteamento das contradições

Selecionamos, entre os momentos biográficos do comunicador-político Everton Pop, a situação problemática da eleição de 2012. A situação problemática, como aponta Dewey, desencadeia um processo de maior tensão de escolhas do indivíduo entre desejos e fins presentes no pensamento. Essa situação de dúvida, criada pela seleção do ator em sua situação biograficamente determinada é, conforme Schutz, citando Dewey, a única coisa que torna possível a deliberação é a escolha.

O que é a escolha? Simplesmente fazer a imaginação martelar sobre um objeto até que este forneça um estímulo adequado para que se volte para a ação aberta. A escolha não é a emergência de uma preferência a partir da indiferença. É a emergência de uma preferência a partir de preferências em competição (SCHUTZ 2012: 168).

Em sua deliberação, Pop escolheu a produção de uma ação não por um ato, mas por uma omissão. O caso dessa abstenção intencional de atuar, como aponta Schutz, implica um estado de coisas – em termos práticos, implicou consequências negativas para o nosso personagem.

No jogo da interação no momento da campanha eleitoral de 2012, a escolha de Everton Pop, no papel de candidato à reeleição de vereador, foi a de não falar sobre questões polêmicas. Ele optou pela omissão, a não ação, calando-se ao ser interpelado pelo público sobre acontecimentos, classificados de escândalos, ligados à figura dele.

A consequência da estratégia escolhida foi um estado de fragilidade da candidatura de Pop. Ao não confrontar, não agir, não construir um discurso de oposição aos rumores dos escândalos da privatização da água e da compra de votos, Pop deixou de oferecer aos seus simpatizantes, e potenciais eleitores, argumentos que pudessem sustentar a defesa da sua candidatura.

Considerações finais

Poderíamos dizer que essa breve história do comunicador-político Everton Pop teve um desfecho amargo para ele: não conseguiu a reeleição – reprovado nas urnas pelos eleitores – e perdeu o programa na TV Cidade Verde – demitido, segundo a mídia política local, pelo dono da emissora logo após a divulgação do resultado eleitoral. Mas, se o dilema de uma celebridade é viver, para toda a sua existência, na tensão entre o fugaz e o longo, a estrela Pop talvez tenha sofrido apenas um apagamento provisório.

Pop negou que tenha sido demitido, garante que pediu para sair. E, em junho de 2013, retomou a sua carreira de apresentador de TV, comandando um programa, no mesmo gênero de entretenimento, em outra emissora local – TV Brasil Oeste, afiliada da CNT. Pop também já anunciou publicamente que tentará voltar à cena política, novamente como candidato a vereador de Cuiabá na eleição municipal de 2016.

Nosso propósito não foi, e nem poderia ser, apenas com este estudo, explicar por que Everton Pop não foi reeleito para a Câmara de Cuiabá. Mas, entre a câmera e a Câmara, encontramos aspectos que ajudam a explicar a sua reprovação popular nas urnas. Ele fez muito mal, como vi-

mos, a junção dos dois papéis, e, ao que parece, nenhum dos lados ganhou.

A força da sua imagem enquanto comunicador era a naturalidade, alegria e até certa ingenuidade. Esses atributos ficaram enfraquecidos na sua passagem à condição de comunicador-político. Isso porque o papel de parlamentar precisava ser encenado no tom de seriedade para capitalizar uma imagem de credibilidade (valor a ser conquistado), mas a ponte de um papel para o outro, em meio a esquetes de humor e com um discurso agressivo e arrogante, não funcionou para a encenação do político, comprometendo também a performance do comunicador.

Nosso trabalho abre perguntas colocadas para outros futuros estudos: picado pela mosca da política, um comunicador-político reassume da mesma maneira seu lugar na mídia? O gênero de entretenimento é limitador para a performance de um político que também atua como comunicador? Quais transformações na identidade dos comunicadores de televisão e rádio levam a cada eleição que mais profissionais da área sejam candidatos em todo o país? E, afora as características dos comunicadores e do contexto, levantamos mais uma questão a ser desdobrada em novas investigações: para além da visibilidade midiática, qual a credibilidade e quais expectativas os eleitores depositam nesses candidatos?

Certamente são cenas dos próximos capítulos de outros trabalhos sobre a trajetória desse tipo de personalidade pública que atua na mídia e na política, representado aqui, no nosso estudo de caso, pela trajetória do comunicador-político Everton Pop.

Finalizando, destacamos que este foi um primeiro trabalho explorando as interfaces do comunicador-político. A intensidade do fenômeno – o número crescente de comunicadores candidatos e a presença de comunicadores-políticos em todos os estados brasileiros – mostra a necessidade de entender melhor os estímulos e motivações desses personagens, acompanhar seu desempenho na mídia e na política, assim como as avaliações e o julgamento do público eleitor.

Referências

- ARENDDT, Hannah (2007). *O que é Política?*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- CARLSON, Marvin (2010). *Performance: uma introdução crítica*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- CORREIA, João Carlos (2005). *A Teoria da Comunicação de Alfred Schutz*. Lisboa: Livros Horizonte.
- DEWEY, John (1950). *Logica. Teoría de La investigación*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DEWEY, John (1964). *Teoria da vida moral*. São Paulo: IBRASA.
- FRANÇA, Vera R. Veiga (2012). A TV e a dança dos valores: roteiro analítico para tratar da relação entre televisão e sociedade. In FRANÇA, Vera R. Veiga, CORRÊA, Laura Guimarães (Org.) (2012). *Mídia, instituições e valores*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- FRANÇA, Vera R. Veiga (2000). Comunicação e política: edifica-se uma tradição?. In IX Compós, Belo Horizonte/MG.
- FRANCO, Augusto de, POGREBINSCHI, Thamy (Org.) (2008). *Democracia cooperativa – Escritos Políticos Escolhidos de John Dewey*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- GOFFMAN, Erving (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor Books.
- GOFFMAN, Erving (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Londres: Harper and Row.
- HOOKE, Sidney (2000). *John Dewey. Semblanza intelectual*. Barcelona – Espanha: Paidós.
- INGLIS, Fred (2012). *Breve história da celebridade*. Rio de Janeiro: Versal.
- LAGE, Nilson (1998). *Controle da opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MARSHAL, P. D. (2006). *The celebrity culture reader*. New York: Routledge.
- MEAD, G. H. (1953). *Espiritu, Persona y Sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- POGREBINSCHI, Thamy (2005). *Pragmatismo – Teoria Social e Política*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- QUÉRE, Louis (2003). Le public forme et comme modalité d'expérience, in CEFAL, D., PASQUIER, D. (Org.) (2003). *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*. Paris: Presses universitaires de France, p.113-133.
- RIZO GARCÍA, Marta (2010). As contribuições do pragmatismo de William James e da fenomenologia social de Alfred Schutz à Comunicação. Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Universidade de São Paulo, 2.
- ROJEK, Chris (2008). *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco.
- SCHUTZ, Alfred (2008). *El problema de la realidad social – Escritos I*. Buenos Aires: Amorrortu.
- SCHUTZ, Alfred (2012). *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis (RJ): Vozes.
- SCHUTZ, Alfred (1974). *Estudios sobre teoria social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004). *Identidades, Media e Política – O Espaço Comunicacional nas Democracias Liberais*. Lisboa, Livros Horizonte.
- SIMMEL, Georg (2008). *De La esencia de La cultura*. Buenos Aires, Prometeo Libros.
- SIMMEL, Georg (2006). *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar.
- STREET, John (2004). *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*. London: The British Journal of Politics & International Relations.

TCHAKHOTINE, Serge (1967). A mistificação das massas pela propaganda política. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.

THOMPSON, John B. (2008). A nova visibilidade. Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Universidade de São Paulo, 2.

THOMPSON, John B. (2002). O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis (RJ): Vozes.

Últimas publicações do autor:

OLIVEIRA, Pedro P. Contribuições do pragmatismo e da fenomenologia social para um roteiro de análise da globalidade do processo comunicativo midiaticizado. In: Interfaces sociais e textualidades midiáticas. Cuiabá, MT: EdUFMT, 2014.

OLIVEIRA, Pedro P. Documentário de comunicação científica: uma proposta de texto audiovisual científico sobre os fenômenos da comunicação. In: Divulgação Científica: debates, pesquisas e experiências. Cuiabá, MT: EdUFMT. (No Prelo)