



Documento padrão para submissão de trabalhos ao VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul

Seu Creysson: retrato do brasileiro*

Lilian Carla Muneiro**

Doutoranda Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Resumo

A personagem Seu Creysson, exibida pelo programa **Casseta & Planeta, Urgente!**, veiculado pela TV Globo, foi elaborada a partir de fragmentos provenientes da história política, econômica e artística do país. Além disso, estabeleceu, em maior ou menor escala, relação direta com um “tipo” brasileiro. Este artigo demonstra as características que dão forma a esta personagem já reconhecida no cenário cultural a fim de perceber os traços imaginários que despertam a construção de uma identidade nacional.

Palavras-chave

Comunicação; televisão; política; imaginário; carnavalização.

Corpo do trabalho

Há bastante tempo, os *media* nos apresentam personagens compostas por recortes e múltiplas colagens de brasilidade, numa tentativa planejada para a busca da caracterização da cultura nacional. Criada com recortes do cotidiano, a personagem Seu Creysson, interpretada pelo humorista Cláudio Manuel e exibida pela Rede Globo de Televisão desde 2002, deu mostras de que estabeleceu relação com muitos brasileiros, sob diferentes aspectos e circunstâncias, entre eles o vocabulário com neologismos e sua composição visual. Seu Creysson virou livro e, de acordo com dados extraídos da revista *Veja*, durante 22 semanas ficou entre os dez mais vendidos no país, no segmento da literatura de não-ficção.

Em meio ao processo eleitoral para a presidência do país, em São Paulo, seis mil pessoas, segundo a polícia militar, estiveram na praça da República, no dia 28/09/2002, numa sexta-feira, para o comício apresentado por Seu Creysson ao lado de artistas

* Trabalho apresentado ao GT Aduiovisual, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

** Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná, doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, docente na Universidade do Vale do Itajaí (SC). lilian.muneiro@univali.br

conhecidos do público. *Ciro Gomes*, no mesmo local, no dia seguinte, não conseguiu mais que duas mil pessoas para ouvir suas propostas (Agora São Paulo, 29/09/2002).

A personagem *Seu Creysson* merece destaque, pois através da serialidade – apresentação descontínua e fragmentada do sintagma visual (MACHADO, 2003) – traz à tona características da cultura nacional mediante enunciados, fragmentos históricos, mazelas nacionais, humor, ironia, deboche, escárnio, crítica da própria televisão e o grotesco personificados na sua atuação.

A composição da personagem *Seu Creysson* foi produzida como uma pintura ou um retrato. A interpretação dos traços, da textura e da luz dão forma e vida à personagem e levam à caracterização sintética de uma identidade nacional, realizando a tradução dos principais acontecimentos nacionais, por meio do emprego de estratégias enunciativas. Assim, através do humor e suas ações, *Seu Creysson* faz referência à política, à ignorância do povo brasileiro. Este artigo demonstra as características que dão forma a esta personagem já reconhecida no cenário cultural, a fim de perceber os traços imaginários que despertam na construção de uma identidade nacional.

Seu Creysson como texto

Para compreender a personagem *Seu Creysson* é preciso lê-la também como um texto não verbal, já que muitos sinais podem reforçar, substituir ou inverter a fala. Não há como fugir da observação dos gestos, da expressão facial, da postura, da ocupação do espaço em que está inserido. O quadro escolhido para análise foi exibido no dia 01/10/2002. *Seu Creysson* aparece como candidato à presidência do País, num comício realizado na praça da República, em São Paulo, para seis mil pessoas, no dia 28/09/2002. O evento editado rendeu 20 minutos de exibição em âmbito nacional.

No episódio em que a personagem é revestida com elementos que a caracterizam como candidato à presidência da república, verificamos a ênfase da comunicação não verbal em toda a gestualidade que se expande como se a personagem estivesse em um palco: o estúdio em substituição ao palanque eleitoral. Esta alteração de espaço físico exigiu da personagem performance diversa da adotada por um político. “Num comício, o orador faz gestos largos, repetidos, acompanhados de movimentos de todo o corpo. Na TV, ele os evita para não ocupar grandes espaços na tela e não parecer agressivo” (ALCURE, 1996, p. 29).

Também é preciso levar em conta as condições de leitura manifestadas através do visual, que englobam o estranhamento, a seleção de uma dominante, a observação, a analogia e a comparação. Vale elucidar que o estranhamento pode ser entendido como a



produção de uma inferência que permite ler o que está sendo apontado, porém em uma percepção mais difícil, porque não oferece os habituais condicionamentos de orientação receptiva. Ferrara (1986, p. 35) fala de forma objetiva sobre o estranhamento e, levando em conta o pensamento de Chklóvski, apresenta uma base sintética: “Estranhar consiste em construir, através da linguagem, circunstâncias singulares de recepção”.

Podemos dizer que Seu Creysson causa estranhamento, porque a personagem é apresentada como um produto de superposição de índices que referenciam o contexto e que a identificam antes das próprias ações. Bergson (2004, p. 37) diz que a impressão de comicidade acontece quando temos claro o “sentimento dessa superposição”.

O telespectador é envolvido pela personagem e seu ambiente e passa a ser mais um no comício televisivo. Portanto, as imagens reapresentam e representam uma mostra do cotidiano social que o brasileiro já conhece. O estranhamento e o humor viriam do resultado do confronto entre a inferência gerada com o cenário proposto, já que o olhar do telespectador é conduzido pela enunciação.

Cabe registrar que o humor é uma das variedades do cômico ao lado da sátira e da ironia. Vazquez (1992, p. 281) explica que a sátira busca a desvalorização “Só pode promover a antipatia do leitor ou espectador”. Quanto à ironia, diz ser uma crítica oculta que para compreender é necessário ler nas entrelinhas. “Quanto mais oculta, mais sutil e talvez mais profunda”. No caso de Seu Creysson, verificamos a predominância da sátira.

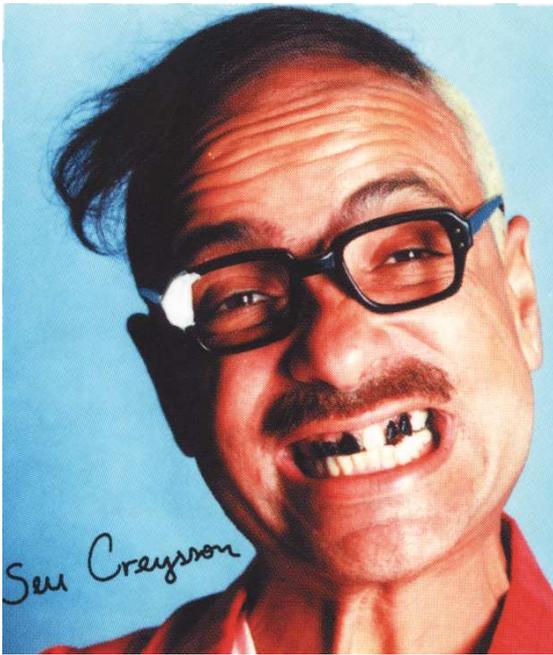
Com relação ao humor, o mesmo autor, na obra *Convite a estética* (1992, p. 277), reuniu de forma sintética algumas definições:

O humor é a seriedade oculta dentro da gozação”. Schopenhauer; “o humor é a ironia que termina em seriedade (Vladimir Jankelechi), o humor “é um pouco da intrusão do maravilhoso no raciocínio , ou no mecanismo normal da vida humana”; “debaixo do humorismo sempre existe uma grande dor” (Mark Twai) ; “ o humor é a sutileza de um profundo sentimento”(Dostoieviski), o humor é “a manifestação mais alta dos mecanismos de adaptação de indivíduo (Freud).

Por meio das marcas da enunciação (actantes, tempo, espaço) e, também, apoiados nas idéias propostas pelo autor, podemos concordar que no humor está presente uma “desvalorização do real e é, portanto, uma forma de crítica”. Vazquez (1992, p. 278) enfatiza que se trata de uma crítica compreensiva e compassiva. “ Uma crítica que, ao mesmo tempo em que desvaloriza e afunda o que [...] se apresenta tão

elevado, abre os braços para que esse afundamento não seja total. E nesse abrir de braços é exposta a simpatia ou cumplicidade que provoca o sorriso”.

Voltando para a personagem televisiva, numa primeira leitura, é possível interpretá-lo como uma síntese particular do presente com o resgate de velhos problemas e trejeitos que ainda fazem parte do cotidiano e da cultura do brasileiro. A constituição da face de Seu Creysson deflagra traços que podem ser analisados. O óculos consertado com esparadrapo e a falta de dentes em contraste com a posição de um candidato, coloca-o como caricatura de boa parte dos brasileiros, todos os que não têm acesso à tratamento odontológico.



A imagem que a personagem representa, em função da superposição de índices, remete, também, ao grotesco que surge na antiguidade e é composto pela caricatura, sátira, ironia e entendido como: “Um tipo de criação que às vezes se confunde com as manifestações fantasiosas da imaginação e que quase sempre nos faz rir”. (SODRÉ, 2002, p. 19).

Sodré (2002) explica que as injunções políticas presentes na literatura em que o grotesco aparece determina sua estética composta pela caricatura e pelo ridículo, além da ironia, desmistificação e da crítica através do riso. Na personagem em questão, o ridículo apresentado é resultado da transformação da ironia (tida como crítica oculta) e isso constitui a clara inserção da caricatura no território da paródia.

O grotesco revela que os bem-aventurados também se danam e que estão todos no mesmo plano, apesar dos diferentes modos de ser. É uma revelação sem ressentimento, mas ferozmente sarcástica, como se a parte considerada inferior risse da outra, presumivelmente superior. (SODRÉ, 2002, p. 26)

Para representar um candidato à presidência e subverter o que é mostrado, Seu Creysson, por meio da paródia, vai apresentar temas e figuras presentes no discurso de referência, ou seja, presentes nas falas dos políticos. A paródia, portanto, “Imita a cena



narrada, mas a subverte. Como a todo o enunciado está pressuposto o sujeito da enunciação, a enunciação parodística subverte também a ética que sustenta o discurso de referência” (DISCINI, 2005, p. 166).

Para Discini (2005), a mobilidade parodística remete à pressuposição recíproca entre o texto parodiado e a paródia. Assim, ao participar do comício de Seu Creysson, os figurantes remeteriam aos telespectadores, assim como Creysson tem como referência o político que imita e subverte. O humor é o resultado da inadequação propositalmente presente e percebida no discurso apresentado em comparação àquele que é de conhecimento do público “A paródia legitima então o *outro*, pela imitação, mas subverte-o” (DISCINI, 2005, p. 167).

Assim, podemos entender o grotesco como um antivalor socialmente estabelecido já que não se ridiculariza apenas a personagem, mas a própria tendência de identificação nacional através da criação de um ícone heróico. Seu Creysson, portanto, não corresponde ao anti-herói uma vez que não rompe a norma social, pelo contrário, associa-se a ela e se apresenta como um representante, às avessas, da cultura vigente.

Neste momento, verificamos a presença da carnavalização, fenômeno que deve ser entendido como:

[...] um espetáculo sem palco e sem separação entre atores e espectadores, derruba todas as barreiras: sociais, de idade, de sexo. Representa a fuga ao cotidiano, ao oficial, à divisão da sociedade em classes; em resumo “é o mundo às avessas” na qual se abolem todas as distâncias entre os homens para substituí-los por uma atitude carnavalesca especial: um contato livre e familiar entre os interlocutores. (BAKHTIN, 1970, p. 170 apud FÁVERO in BARROS, 2003)

Seu Creysson como notícia

“O carnaval” feito pela personagem atraiu a atenção de veículos de comunicação, mais uma prova da interação promovida pela personagem. De acordo com matéria publicada pelo jornal *O Estado de São Paulo*, em 08/09/2002, os integrantes do programa *Casseta & Planeta* optaram por trabalhar o humor em torno das eleições, marcadas para 27 de outubro de 2002, por meio de candidaturas fictícias para presidência da república, “com o objetivo de trabalhar o processo eleitoral sem correr o risco de repressões do Tribunal Superior Eleitoral”.

Várias matérias jornalísticas foram elaboradas em função do evento e, se levarmos em conta a hipótese contemporânea de pesquisa em comunicação, denominada *agenda-setting* (1) que apresenta a mídia como responsável por influenciar

a agenda do leitor/espectador através dos assuntos apresentados, poderemos encontrar elementos que sinalizam a “sugestão” para inclusão da performance de Seu Creysson na pauta dos assuntos do telespectador. Além da *agenda-setting*, podemos dizer que a personagem, por ter virado notícia, também fez parte de outra hipótese de pesquisa em comunicação denominada *Newsmaking* (2) que vai referenciar aspectos vinculados ao valor da notícia como brevidade e atualidade e, também, relativas aos meios de informação como bom material visual e texto verbal.

Segundo a matéria publicada pelo jornal *Agora São Paulo*, em 28 de setembro de 2002, alguns candidatos pegaram carona no comício fictício. Cabos eleitorais de Geraldo Alckim (governador, PSDB), Romeu Tuma (senador PFL) e Turco Loco (deputado estadual¹ PSDB) distribuíram santinhos. Isso significa que os referidos políticos não perderam a oportunidade de “marcar presença” e não dispensaram a carona da “política ficcional” já que as pessoas na praça (eleitores) estavam fazendo parte de uma simulação com a personagem (candidata/fictícia), numa alusão direta ao que vivenciavam em mais um momento eleitoral.

Pimenta da Veiga, fonte entrevistada na mesma matéria, coordenador político da campanha de José Serra declarou: “É ruim induzir pessoas a brincadeiras com o principal instrumento democrático, que é o voto”. Para analisar a frase proferida pelo político, vale recorrer aos ensinamentos da semiótica greimasiana. É Greimas quem afirma (apud HERNANDES, 2005) que a interpretação envolve tanto o reconhecimento como a identificação, sendo a verdade reconhecida nesses termos, mediante uma operação de comparação entre o que é proposto pelo enunciador, no caso, Seu Creysson, e aquilo em que o enunciatário já acreditava. Sendo assim, a análise do político foi impensada já que através da brincadeira proposta pelos humoristas e encenada pela personagem estava sendo apresentada crítica, não só aos políticos, mas a toda a sociedade, uma vez que todo este cenário já é de conhecimento do grande público.

1 - A formulação clássica da hipótese do agenda-setting foi apresentada por Shaw (apud WOLF) em 1976, e defende que “em consequência da ação dos jornais e da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência de incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (WOLF, 2001, p. 144).

2 - *Newsmaking*: outra hipótese contemporânea de pesquisa em comunicação. Relacionada com a sociologia das profissões de acordo com Mauro Wolf (2001), particularmente ao jornalismo. Segundo Holfeldt (2001) a hipótese enfatiza a potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícias.

Efeitos do real

A eficácia do discurso de Seu Creysson contou com a presença dos procedimentos textuais que auxiliam na compreensão da enunciação, além do grotesco, da caricatura, da carnavalização. É importante mencionarmos o “efeito de realidade” que vai articular e atar os temas explorados a nomes e fatos de conhecimento das pessoas, estes aspectos são obtidos através da ilustração.

Aumont (2004, p. 111), na obra *A imagem*, explica didaticamente este recurso:

O efeito de realidade designa, pois, o efeito produzido no espectador pelo conjunto dos índices de analogia em uma imagem representativa....Trata-se no fundo de uma variante, recentrada no espectador, dá idéia de que existe um catálogo de regras representativas que permitem evocar, ao imitá-la, a percepção natural. O efeito de realidade será mais ou menos completo, mais ou menos garantido, conforme a imagem respeite convenções de natureza plenamente histórica.

Na análise em questão, vemos o efeito de realidade evocado por todos os elementos que compõem a cena política desenvolvida na praça, no caso do comício: político, artistas, cabos eleitorais, povo. Além disso, a personagem estabelece conexão com o imaginário coletivo: a vida dura dos brasileiros e a performance dos políticos.

Outra figura que atua como conector isotópico é a metáfora, entendida por Citelli (2004, p. 21) como a figura de linguagem capaz de ser elemento de associação e responsável pela transferência ou transposição “operação de passagem do plano de base (a significação própria da palavra, ou expressão) para o plano simbólico (representação, figurativo)”.

Segundo Citelli, o eufemismo, a hipérbole e as metáforas, entre outros mecanismos, atuam na retórica como elementos persuasivos no discurso. O autor apresenta de forma sintética três desdobramentos contidos no discurso persuasivo. O primeiro estaria relacionado à formação de novos comportamentos e hábitos. O segundo em reformar. “Muitas vezes, os hábitos, pontos de vistas, atitudes de comportamentos já existem não sendo preciso formá-los. Trata-se, portanto, apenas de mudar a direção deles” (CITELLI 2004, p. 45). O último desdobramento refere-se à reiteração do que já existe, trata-se dos conceitos, produtos e serviços que Citelli denominou conformar.

No simulacro proposto por Seu Creysson, entendido aqui como o “parecer verdadeiro”, podemos verificar a presença do segundo desdobramento apresentado por Citelli, uma vez que foi feita, não só a imitação das aparências, ações e comportamentos que ocorrem em um comício real, mas sobretudo, uma evidente e caricata



transformação. “Uma parte das campanhas políticas também trabalha persuasivamente no sentido de reformar pontos de vista, pois pretende convencer o eleitor do candidato X a votar em Y. Para tanto busca mecanismos ao mesmo tempo desqualificadores de X e enleadores de Y” (CITELLI 2004, p. 46).

Para Baudrillard (1991, p. 10) simular é fingir ter o que não se tem “[...] A simulação põem em causa a diferença entre “verdadeiro” e o “falso” entre o “real” e o “imaginário”. Para o autor, a simulação parte “do princípio da equivalência; parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência”.

Retornando a análise do programa televisivo, a fala proferida no palanque é destinada a todos aqueles que, de alguma forma, participam do cenário eleitoral. Porém, o discurso não parece ser elaborado, ao contrário, simula ser de improviso, o que remete à lembrança de muitos pronunciamentos políticos. Portanto, a verdade do momento vigora. Seu Creysson é a caricatura do político e representa a politicagem.

No programa televisivo, Seu Creysson, representante do “Partido Çosial”, tem mais tempo de exibição do que seu adversário Vanderlei, que representa o partido da “Sauna Gay”. Assim, Seu Creysson reitera suas promessas, seus trejeitos que são pensados para atingir a todos os públicos, já que o eleitor se dispersa entre várias classes sociais. Além disso, é seu Creysson que exhibe as qualidades que os políticos propagam possuir: ninguém pode fazer mais pelos outros do que ele e, ao contrário dos seus representados, fará tudo o que promete. “Todo o brasileiro vai ganhar o salário do Ronaldinho”. Uma ironia, já que Ronaldinho é um dos jogadores de futebol mais bem pagos do mundo e, no quadro, concentra as aspirações de todos, tornando-se, portanto, metáfora do brasileiro.

Para Barros (2002, p. 29), o fazer persuasivo ou fazer crer por parte do destinador tem como contrapartida o fazer interpretativo ou crer do destinatário “de que decorre a aceitação ou a recusa do contrato”. A autora apresenta tipologia composta por quatro classes de manipulação: tentação, intimidação, provocação e sedução.

A ordem na manipulação dependerá da relação entre manipulador e manipulado. Sobral, quando escreve sobre a relação entre o enunciador e o enunciatário, corrobora neste sentido ao afirmar que o fazer persuasivo é o recurso que leva, no discurso e pelo discurso, à realização do fazer manipulador (SOBRAL apud HERNANDES, 2005, p. 128).

Na performance de Seu Creysson, verificamos a presença da provocação. Quando a personagem, candidata à presidência, interpela um eleitor, durante showmício na praça da República, utiliza a intimidação para fazer valer sua fala. “Você tem medo de quando ficar



velho ficar sem dente?” A resposta vem como um consolo: “ Todo mundo que votar no Seu Creysson vai ganhar uma dentadura e não vai precisar usar fio dental”.

Além da provocação que está relacionada com o poder, Sobral (apud HERNANDES, 2005) acrescenta que a manipulação também pode acontecer segundo o querer (tentação e sedução) e, também, por conta da natureza dos fatos, perceptíveis nos contratos de veredicto que abrangem os fazeres: veredictório, epistêmico e fiduciário.

No caso de Seu Creysson, verificamos que a personagem manipula e, também, faz chantagem. Ao mostrar a cena política, a personagem apresenta a caricatura e o grotesco e, com isso, acaba por deflagrar a politicagem.

Enunciação singular

Para que seja realizada análise com mais propriedade é preciso resgatar a enunciação presente na personagem. Podemos afirmar que, em função da interferência da imagem televisiva como apelo emotivo, a enunciação pode ser entendida como um misto entre a enunciação enunciativa e a enunciação enunciativa. Na enunciação caracterizada por Seu Creysson, verificamos duas tentativas de exercer manipulação: através do discurso objetivo e por meio da subjetividade apresentada.

Na primeira, a manipulação objetivante do sujeito e do saber verdadeiro são marcados por discurso impessoal, com isso, é apresentado um sujeito oculto, verdadeiro e um saber falso. Na manipulação subjetivante “o sujeito seria a garantia da verdade-falsidade; tem se aqui um sujeito explícito falso e um saber verdadeiro oculto” (SOBRAL apud HERNANDES 2005, p. 127).

Para que houvesse a adesão do enunciatário, por meio da manipulação, a personagem Seu Creysson, que se apresenta como candidato político e se intitula um representante do povo “O primeiro presidente sem dente”, observamos que, em todas as promessas feitas, a personagem se esforça para demonstrar o apoio que recebe do povo e dos artistas, além disso, enfatiza ser o candidato que apresenta mais propostas. Maingueneau (2001, p. 138) afirma:

O que o orador pretende ser, dá a entender e mostra: não diz que é simples e honesto mostra-o através de sua maneira de se exprimir. O etos está dessa maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde ao seu discurso, e não ao indivíduo “real” apreendido independentemente de seu desempenho oratório: é portanto o sujeito de enunciação enquanto está enunciando que está em jogo aqui.



Seu Creysson mente, acredita no que diz e o *ethos* que apresenta, e em geral dos políticos, é de mentiroso e enganador que se utiliza do caráter, do corpo e do tom como instrumentos para conseguir persuadir. Mas a personagem vai além, pois as características expressas e evocadas lhe conferem legitimidade no que faz e, como sua performance é no cenário político, traduz e expressa a impunidade social. Ele configura a própria impunidade. A legitimidade que ganha por conta dessa atuação o coloca como estereótipo do político e o remete mais uma vez ao grotesco.

Quanto à presença do grotesco na televisão, Sodré (2002, p. 106) diz que:

caracteriza-se desde o início por uma atmosfera sensorial (um *ethos*) de “praça pública”,... ou como lugar de manifestação do espírito dos bairros de uma cidade, com suas alegrias e violências, grosseiras e ditos sarcásticos, onde a exibição de altos ícones da cultura nacional confronta-se com o que diz respeito ao vulgar ou “baixo: os costumes, e gostos, às vezes exasperados, do populacho.

O episódio em que a personagem é alçada como candidata à Presidência da República foi gravado na praça da República, em São Paulo. O cenário apresentado foi o mesmo freqüentado pelos eleitores e houve uma cópia, com distorções propositais, de uma campanha eleitoral, porém com direito a artistas famosos, cabos eleitorais, faixas e inclusive com a exibição de antigos favores - dentaduras. Quanto ao *ethos*, podemos afirmar que em Seu Creysson, o caráter emblemática a fala política que acontece na periferia, nos morros, nas praças menores e no centro da cidade, ou seja, é dirigida ao povo brasileiro. Não há exigência de um discurso elaborado.

Participaram do evento organizado pela Rede Globo: Jota Quest, Ira, Fala Mansa, Jair Rodrigues, Ultrage a Rigor, Claudio Zoli, Chico César, Maurício Manieri; representantes do samba, forró, MPB, rock dos anos, 80, 90 e desta década. Quem não estava nas listas das bandas mais ouvidas na época já era conhecido das pessoas. Vamos analisar uma estrofe proferida pela banda de rock Jota Quest e a paródia feita com música *Deixa pra lá* de autoria de Rodrigues.

“Animal por animal/ Vote Seu Creysson/ Que é mais boçal”
Deixa que digam que ele fala errádio/ Seu Creysson vai ganhar
E se ganhar o que é que tem?/Ele é ignorantio, você também
Não vai ser o primeiro burro que governa esse trem”

Podemos dizer que o *ethos* exposto nas paródias remete ao grotesco e confere com o do discurso da personagem Seu Creysson, já que critica a política, governantes



anteriores, candidatos e, também, o povo, que, muitas vezes, não tem consciência da importância do voto. É evidenciada uma brasilidade degradada. Portanto, a música presente no contexto atuou como extensão da personagem e da imagem que representa, centraliza a caricatura e atinge tudo e todos que o rodeiam, daí seu poder comunicativo.

No comício, os artistas são chamados de autistas o tempo todo por Seu Creysson. Sabemos que artista é pessoa que tem ou produz talento artístico de qualquer natureza e que autista é a introversão mental caracterizada, principalmente, pelo desligamento da realidade exterior. Na medida em que a personagem chama os artistas de autistas há troca de sentido. O que está em questão é o simulacro de uma língua popular. “Não é só pé rapadio que vota ni mim. Também tenho eleitores autistas”. A presença dos artistas e de pessoas conhecidas do povo também pode ser interpretado como um dos elementos de ancoragem ao lado dos procedimentos adotados nos comícios.

Quando a personagem diz que “os autistas estão aqui porque acreditam ni mim, acreditam tanto que eu vou pagar cachê”, não está somente deixando claro que houve uma promessa de pagamento. Está explícita a crítica aos artistas que frequentemente aliam sua imagem para eleger um político por dinheiro, não demonstrando ou não estando em questão as convicções ideológicas. Além disso, Seu Creysson deixa claro que dará um “calote” em todos eles, afinal está impune.

Fiorin (2004, p. 23) lembra que o enunciatário não é um ser passivo, mas um produtor de discurso, que “constrói, interpreta, avalia, compartilha ou rejeita significações”. Isso significa que a fala da personagem é legitimada pelo “mundo que representa”. Foi apresentado e carnalizado o discurso político que faz parte do cotidiano dos eleitores com direito à exibição de práticas antigas que incluem as promessas que nunca respondem às expectativas da população como aumento salarial e a doação de dentaduras. Portanto, há superposição entre eleitores e enunciatários no envolvimento proporcionado pela sedução da imagem.

Seu Creysson, enquanto candidato fictício, incorpora práticas políticas e interage com as pessoas presentes na praça da República, sai do palanque eleitoral, vai para a rua. No episódio em questão, exibido trinta dias antes da eleição presidencial, “inscreve-se no cenário que, proporcionando essa história atribui-lhe um lugar imaginário”. Sodré (2002, p. 39) diz que o campo social é afetado pelas aparências sensíveis, na ordem do real, do possível e do imaginário. Para o autor o imaginário social instala-se por contágio, pela aceitação do modelo do outro, disseminação e imitação. “Por meio do



imaginário o ser encontra reconhecimento no outro e reconhece-se a si mesmo”(Sodré, p. 14). Podemos dizer que o imaginário decorre de uma multiplicação de imagens a partir de uma base reconhecida.

O conceito de imaginário proposto por Maffesoli vai além do indivíduo e atinge o coletivo ou pelo menos parte dele. “O imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual” (MAFFESOLI, 2001, p. 75-76).

A manifestação do inconsciente coletivo, entendido como a “camada mais profunda da mente humana” é feita através dos arquétipos: “determinado tipo de impressão psíquica como se fosse uma marca ou uma imagem” (ROCHA, 2001, p. 43). Para Duran (2002), representam a ligação entre o imaginário e os processos racionais.

Sodré (2002) salienta que as representações resultam da ação comunicativa e as “representações sociais” seriam empregadas pelo discurso televisivo para figuração de uma realidade qualquer como principal matéria prima. Se aliarmos o pensamento de Sodré ao de Silva constataremos que, através de Seu Creysson, é possível extrairmos práticas corriqueiras na história político econômica do país. Veremos que os fatos vividos ou rememorados se consolidam no imaginário. Isto explica a opinião da maioria dos brasileiros sobre o exercício dos políticos, por exemplo.

Personificação do brasileiro

A personagem televisiva estereotipiza o político, subverte o cenário político (comício) e apresenta elementos como a caricatura, a paródia, a carnavalização que a remetem ao grotesco e estabelece ligação com elementos já conhecidos do povo que constituem o imaginário coletivo. O sucesso da personagem foi obtido através da performance realizada, da apresentação do dueto verbal/ não verbal, vinculada à mídia televisiva, e sua abrangência massiva. A manipulação e a chantagem exercidas por Seu Creysson, associadas ao grotesco, proporcionaram mais uma “radiografia, surpreendente e risonha do real” (SODRÉ, 2002, p. 60).

Considerando a personagem Creysson e o episódio televisivo, observamos que o grupo de humoristas que criou Seu Creysson certamente tomou como referência o brasileiro da última década. A performance da personagem televisiva, portanto, proporciona identificação e participação por parte do enunciário, por conta da síntese



que apresenta com elementos grotescos, caricaturesco e cômicos, que envolvem o humor, a sátira e a ironia.

Através da caricatura, o tema central da narrativa televisiva é a política, exibida como politicagem. No episódio analisado, quando Seu Creysson é candidato à Presidência da República, está explícita, através da condução das imagens e do discurso, a crítica e a falta de consciência diante do maior instrumento de democracia: o voto. Seu Creysson mostra a brasilidade, de maneira degradada, já que usa elementos do grotesco, da caricatura e da paródia para deflagrar crítica. A personagem televisiva personifica a picaretagem e é incisiva quando nos apresenta, no mesmo plano de análise, o povo, a classe política e os dirigentes.

Referências bibliográficas

AUMONT. **A imagem**. 8 ed. Campinas: Papyrus Editora, 2004.

ALCURE, Lenira; SENAC (Coord). **Comunicação verbal e não-verbal**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1996.

BAKHTIN, M. **Dialogismo e construção do sentido**. Beth Brait (Org.). Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

BARROS, D. L. P. de. *Sintaxe narrativa*. In: OLIVEIRA, A. C. e LANDOWSKI, E. **Do inteligível ao sensível em torno da obra de Algirdas Julien Greimas**. São Paulo: EDUC, 1995. p. 81-97.

_____. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2002.

BARROS, Diana; FIORIN, José L. (orgs). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. 2 ed. São Paulo: Edusp, 2003.

BAUDRILLARD, J. Simulacros e Simulações. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BOSI, A. Dialética da colonização. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CANDIDO, A. **A personagem de ficção**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

_____. **Literatura e sociedade**. 3. ed. São Paulo, 1974.



CITELLI, A. **Linguagem e persuasão**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2004.

DISCINI, N. **Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005

DURAN, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FERRARA, L. D. **Leitura sem palavras**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1997.

_____. **O texto estranho**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

_____. **A estratégia dos signos**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FIORIN, José Luiz. *Semiótica e comunicação*. In: **Galaxia 8** – revista transdisciplinar em comunicação, semiótica e cultura / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP. São Paulo: EDUC/CNPq, 2004.

_____. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2002.

FREIRE, G. **Casa Grande & Senzala**. 42. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

GREIMAS, A. J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1989.

HERNANDES, Nilton; LOPES, Ivã Carlos (Orgs.). **Semiótica – objetos e práticas**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

MACHADO, A. **A Televisão levada a sério**. 3 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

MAINGUENEAU, D. **O contexto da obra literária**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MAFFESOLI, G. **O imaginário é uma realidade**. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 15, pp 74-81, agosto 2001

MATTOS, S. **História da televisão brasileira**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

PRIOLLI, Gabriel; BORELLI, Silvia S. H. **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais absoluta de audiência**. São Paulo: Summus Ediotiral, 2000.

PROPP, Vladimir. **As raízes históricas do conto maravilhoso**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.



ROCHA, E. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

SILVA, J.M. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SODRÉ, Muniz, PAIVA, Raquel. **O império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

VAZQUEZ. A. **Convite à Estética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 6. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.