

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL
RELAÇÕES PÚBLICAS

Jaynan Borges Aranda

**MELHOR JÁ IR INTERPRETANDO: BOLSONARO E OFERTAS DE SI EM VÍDEOS
DA CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2018**

PORTO ALEGRE

2018

Jaynan Borges Aranda

**MELHOR JÁ IR INTERPRETANDO: BOLSONARO E OFERTAS DE SI EM VÍDEOS
DA CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2018**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas

Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

PORTO ALEGRE

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Rui Vicente Oppermann
Vice-reitora: Jane Fraga Tutikian

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Karla Maria Müller
Vice-diretor: Ilza Maria Tourinho Girardi

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Chefe: Maria Berenice da Costa Machado
Chefe substituto: Mônica Pieniz

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Coordenadora: Ana Cristina Cypriano Pereira

Jaynan Borges Aranda

**MELHOR JÁ IR INTERPRETANDO: BOLSONARO E OFERTAS DE SI EM VÍDEOS
DA CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2018**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Aprovado em: ____ de _____ de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rudimar Baldissera (Orientador)

Prof^ª. Dra. Maria Berenice da Costa Machado
(Examinadora)

Prof. Dr. Basilio Sartor (Examinador)

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, por todos os papéis desempenhados.

Ao meu pai, pela sensibilidade.

À Jitana, que é a minha alma gêmea dessa e de todas as outras vidas.

Às amigas e aos amigos que dão sentido à palavra que lhes designa.

Aos que foram.

Aos que vieram.

Ao professor Rudimar, por me entender e me guiar.

À UFRGS por enegrecer meu papel político e feminino.

Àquela que me tornei.

A gente logo vê, essa majestade toda vem de peruca, dos sapatos de salto alto e do manto... É assim que os barbeiros e os sapateiros fabricam os deuses que adoramos.

William Thackeray

RESUMO

Este trabalho tem como tema as ofertas de imagem de si por meio do *ethos* discursivo com visão à construção da imagem pública política. Nessa perspectiva, o objetivo que guia esta pesquisa monográfica é analisar o *ethos* discursivo ofertado em vídeos do candidato Jair Messias Bolsonaro durante o pleito presidencial de 2018. Emprega-se a técnica de análise documental em dois momentos: visando à organização de informações referentes às trajetórias militar e política do candidato; também, visando à coleta, seleção e organização dos vídeos analisados. O corpus de estudo consiste em cinco vídeos, três caracterizados como propaganda política obrigatória veiculados na televisão e dois configurando transmissões ao vivo, na internet. O objeto empírico é analisado conforme orientações da técnica de análise e interpretação (Gil, 1994). Com o intuito de atingir os objetivos propostos e fundamentar as análises, o aparato teórico aqui apresentado compreende reflexões sobre as noções de *ethos* discursivo de Maingueneau (2013), concepções sobre imagem (Santaella e Nöth, 2008) Baldissera (2004; 2006; 2008), imagem pública e imagem pública política de Gomes (2004), espetacularização político-midiática (Weber 2007, 2011), bem como as influências que aspectos contemporâneos, como a internet e as mídias sociais digitais, desempenham nos esforços de construção da imagem pública. O principal resultado evidencia que Jair Bolsonaro, como personagem político, oferta imagens de si como salvador do Brasil, protetor da família, deslocando sua figura pública política do próprio fazer político.

Palavras-chave: Imagem pública política. *Ethos* discursivo. Jair Messias Bolsonaro. Propaganda Política. Eleições 2018.

ABSTRACT

This work has as its theme the offerings of self image through the discursive *ethos* aiming at the construction of the public political image. In this perspective, the objective that guides this monographic research is to analyze the discursive *ethos* available in videos of the candidate Jair Messias Bolsonaro during the 2018 presidential election. The technique of documentary analysis is used in two moments: aiming at the organization of information regarding the candidate's military and political course; also, aiming at the collection, selection and organization of analyzed videos. The set of studies consists of five videos, three featured as mandatory political advertisement broadcast on television and two live broadcasts on the internet. The empirical object is analyzed according to the guidelines of the analysis and interpretation technique (Gil, 1994). In order to reach the proposed objectives and to give support to the analyzes, the theoretical apparatus presented here includes reflections on the notions of Maingueneau's discursive *ethos* (2013), conceptions about image (Santaella and Nöth, 2008) Baldissera (2004, 2006, 2008), Gomes (2004)'s public image and political public image, political-mediatic spectacularization (Weber 2007, 2011), as well as the influences from contemporary aspects, such as the internet and digital social medias, upon these public image-building efforts. The main result shows that Jair Bolsonaro, as a political figure, offers images of himself as a savior of Brazil, sent by God, protector of the family, shifting his public political figure from his own political doing.

Keywords: Political public image. Discursive *ethos*. Jair Messias Bolsonaro. Political Advertising. 2018 Election.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Manifestantes solicitando intervenção militar em março de 2015.....	27
Figura 2 - Manifestantes demonstram desejo de novo governo militar em dezembro de 2015...	27
Figura 3 - Bolsonaro, à esquerda, em ocasião da formatura na AMAN.....	50
Figura 4 - Texto de Jair Bolsonaro publicado em 3 de setembro de 1986 pela revista Veja.....	51
Figura 5 - Documento que registra a punição destinada a Bolsonaro.....	52
Figura 6 - Reportagem “Pôr bombas nos quartéis, um plano na Esao”, de outubro de 1987.....	53
Figura 7 - Bolsonaro em seu gabinete em 1995.....	55
Figura 8 - Jornal O Estado de S.Paulo.....	57
Figura 9 - Manifestação contra Jair Bolsonaro no Largo da Batata, na Zona Oeste de São Paulo.....	60
Figura 10 - Manifestação contra Jair Bolsonaro na Cinelândia, no Rio de Janeiro.....	60
Figura 11 - Manifestação contra Jair Bolsonaro no Largo São Sebastião, em Manaus.....	60
Figura 12 - Manifestação contra Jair Bolsonaro em São Paulo.....	60
Figura 13 - Bolsonaro em primeira propaganda eleitoral.....	67
Figura 14 - Bolsonaro em vídeo após sofrer ataque – cena 01.....	69
Figura 15 - Bolsonaro em vídeo após sofrer ataque – cena 02	69
Figura 16 - Bolsonaro em transmissão ao vivo do hospital.....	71
Figura 17 - Bolsonaro na primeira propaganda eleitoral do segundo turno.....	82
Figura 18 - Bolsonaro em última transmissão ao vivo antes das votações do segundo turno.....	84
Figura 19 - Bandeira do Brasil e candelabro compõem cena enunciativa de Bolsonaro.....	87

LISTA DE SIGLAS

AMAN	ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS
CDS	CONSELHO DE DEFESA DA UNIÃO DE NAÇÕES SUL-AMERICANAS
CPDOC	CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL
DAPP	DIRETORIA DE ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS
DOI-Codi	DESTACAMENTO DE OPERAÇÕES DE INFORMAÇÃO - CENTRO DE OPERAÇÕES DE DEFESA INTERNA
FGV	FACULDADE GETÚLIO VARGAS
FIES	FUNDO DE FINANCIAMENTO ESTUDANTIL
IBGE	INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA
IBOPE	INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA
IPC-IG	CENTRO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PARA O CRESCIMENTO INCLUSIVO
IPEA	INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA
LIBRAS	LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS
MDB	MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO
PDC	PARTIDO DEMOCRATA CRISTÃO
PDS	PARTIDO DEMOCRÁTICO SOCIAL
PEC	PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO
PFL	PARTIDO DA FRENTE LIBERAL
PIB	PRODUTO INTERNO BRUTO
PMDB	PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO
PNUD	PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO
PP	PARTIDO PROGRESSISTA
PPB	PARTIDO PROGRESSISTA BRASILEIRO
PPR	PARTIDO PROGRESSISTA REFORMADOR
PR	PARTIDO DA REPÚBLICA
PRONATEC	PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO
PROUNI	PROGRAMA UNIVERSIDADE PARA TODOS

PRTB	PARTIDO RENOVADOR TRABALHISTA BRASILEIRO
PSC	PARTIDO SOCIAL CRISTÃO
PSDB	PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA
PSL	PARTIDO SOCIAL LIBERAL
PT	PARTIDO DOS TRABALHADORES
PTB	PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO
SDD	SOLIDARIEDADE
TCU	TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO
TSE	TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL
UNASUL	UNIÃO DE NAÇÕES SUL-AMERICANAS

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE	17
2.1 História recente da política brasileira.....	17
2.2 Mídia, política e a fabricação do espetáculo.....	28
3 ETHOS DISCURSIVO: OFERTAS DE SI E A IMAGEM NA POLÍTICA	35
3.1 Concepções sobre imagem.....	35
3.2 A noção de <i>ethos</i> discursivo e as cenas da enunciação.....	45
4 JAIR MESSIAS BOLSONARO	49
4.1 Trajetória militar.....	49
4.2 Trajetória política.....	54
5 ETHOS DISCURSIVO: JAIR BOLSONARO E AS OFERTAS DE SI EM VÍDEOS	62
5.1 Procedimentos metodológicos.....	62
5.2 Procedimentos para a seleção dos materiais analisados.....	62
5.3 <i>Ethos</i> discursivo de Bolsonaro na campanha presidencial de 2018.....	65
5.3.1 <i>Primeiro programa eleitoral de Jair Bolsonaro no primeiro turno</i>	65
5.3.1.1 Contextualização	66
5.3.1.2 Análise estrutural e ethos discursivo	66
5.3.2 <i>Quarto programa eleitoral de Jair Bolsonaro no primeiro turno</i>	68
5.3.2.1 Contextualização	68
5.3.2.2 Análise estrutural e ethos discursivo	68
5.3.3 <i>Transmissão ao vivo do hospital</i>	70
5.3.3.1 Contextualização	70
5.3.3.2 Análise estrutural e ethos discursivo	70
5.3.4 <i>Primeira propaganda eleitoral de Jair Bolsonaro no segundo turno</i>	78
5.3.4.1 Contextualização	78
5.3.4.2 Análise estrutural e ethos discursivo	78
5.3.5 <i>Última transmissão ao vivo do segundo turno eleitoral</i>	83
5.3.5.1 Contextualização	83

5.3.5.2 Análise estrutural e <i>ethos</i> discursivo.....	32
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	89
REFERÊNCIAS.....	92

1 INTRODUÇÃO

Partidos políticos, personagens e atores políticos, instituições e ideologias são dependentes de visibilidade para que cheguem até públicos de interesse. Nesse sentido, a imagem pública é fator essencial a esse processo, embora o fator de visibilidade seja cada vez mais espreado, com a internet, por exemplo, ainda assim – e, talvez, exatamente por tantas ofertas informativas -, a imagem pública, admitida como um processo, seja cada vez mais importante às instituições exemplificadas.

Todo esforço de enunciação, quando fazemos referência a nós mesmos ou a outras pessoas, implica em um processo de seleção, tendo em vista que muitas são as possibilidades de descrição. Nesse sentido, as descrições carregam consigo e instigam inferências a partir de si, pois, no processo comunicacional, leva-se em conta os contextos do enunciador e dos coenunciadores *idem*. Não existe, portanto, esforço enunciativo neutro. Trata-se, pois, de construir determinadas verdades e desconstruir outras.

Como já mencionado, a prática política busca, cada vez mais, a visibilidade e os resultados que são oriundos dessa exposição. Isso porque quanto maior for o alcance do discurso político, maior o número de cidadãos atingidos e, conseqüentemente, maior (re)conhecimento do personagem político e dos seus valores e propostas. Nesse sentido, vale ressaltar que a comunicação digital possibilita a veiculação de conteúdo sob demanda, ou seja, não necessariamente tem de seguir o que o agenda *setting* indica. Por esse motivo, a *internet* possibilita, muitas vezes, que a única motivação para produção e veiculação de determinado conteúdo sejam os interesses de quem o faz. A plataforma Youtube é um exemplo de canal digital destinado à veiculação de conteúdo audiovisual sob demanda.

As eleições de 2018 foram as primeiras com regras destinadas à propaganda política na internet regulamentadas pelo Tribunal Superior Eleitoral¹, em especial no tocante ao marketing político online, sumariamente nas redes sociais. Isso porque, pela primeira vez, os candidatos poderiam “impulsionar” o alcance das publicações das mídias sociais e outras plataformas digitais e também teriam disposta a opção de compra de palavras-chave o uso de ferramentas de busca para

¹ JUSTIÇA ELEITORAL. Propaganda eleitoral na internet. Disponível em: <<https://goo.gl/E8E32W>> Acesso em 09 de nov.2018.

atingir a prioridade nas buscas. As alterações foram promovidas pela Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017 sobre a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estipula as normas eleitorais.

Conforme levantamento realizado por Suhet (2018), Jair Bolsonaro era o candidato à presidência com maior número de seguidores virtuais: 7,8 milhões de pessoas o acompanhavam através do Youtube, Facebook, Twitter e Instagram², dados de abril de 2018. Uma diferença de 3,6 milhões de seguidores frente à segunda presidenciável mais popular nas redes, Marina Silva, candidata pela REDE. É factual o crescimento exponencial da visibilidade da figura pública de Bolsonaro.

Considerando as questões expostas, a escolha do tema desta monografia se deu devido às inquietações pela prática das relações públicas e da comunicação institucional, pois, é a partir delas que constroi-se a imagem pública. Além disso, importa constar o interesse de entender processualmente como se dava a construção dessa imagem pública do ator político, surgindo à medida em que Bolsonaro obtinha relevante visibilidade política e social, especialmente nos últimos quatro anos, muito por conta das mídias sociais digitais.

Diante disso, destaca-se que esta monografia objetiva, primordialmente, à análise do *ethos* discursivo de Jair Messias Bolsonaro, ofertado em vídeos durante o pleito presidencial de 2018. Aliado a isso, estudar sua imagem pública construída a partir de material audiovisual institucional divulgado no período eleitoral, identificando as principais estratégias discursivas utilizadas para propor determinadas imagens de si.

O presente estudo, em pesquisa exploratória, inicialmente foi desenvolvido à luz da pesquisa documental, a fim de que investigássemos posições acerca de uma temática e colhimento de dados. Para Fonseca (2002, p.32)

a pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.

Nesse sentido, a técnica de pesquisa de análise documental é empregada em dois momentos desta pesquisa: o primeiro para que se cumpra a organização de informações pertinentes às trajetórias militar e política de Jair Messias Bolsonaro; e, o segundo, constante no quinto capítulo desta monografia, para coleta, seleção e organização do material em vídeo analisado. Importa

² SUHET, Ingrid. Bolsonaro é o presidenciável com mais seguidores virtuais: 7,8 milhões. In: Metrôpoles. Disponível em: <<https://goo.gl/2cZsHs>> Acesso em 09 de nov.2018.

constar que o recorte temporal à qual submete-se o material selecionado é igual àquele que permitiu a veiculação de propaganda política durante as eleições de 2018: 30 de agosto a 26 de outubro. Para Richard et. al. (1999, p. 230), a pesquisa documental é caracterizada por uma série de operações que carrega consigo o propósito da compreensão das circunstâncias que são, dentre outras, sociais.

A técnica de “análise e interpretação” também adotada por este esforço científico é descrita apresentada no capítulo 5, onde se dá a análise dos dados propriamente dita.

Nessa perspectiva, o segundo capítulo desta monografia, sequencial à introdução, apresenta as relações entre as instâncias da mídia, da prática política e da sociedade em si. Nesse sentido, faz uma breve retomada da história política recente do país, desde a primeira vitória eleitoral do Partido dos Trabalhadores, em 2002, até à situação de disputa presidencial prevista para 2018, com o intuito de apresentar os contextos criados, mantidos ou alterados a partir das imbrincações políticas (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003), (Löwy (2015), (RUBIM, 2003), (SOUZA, 2016). Depois, a fabricação do espetáculo político-midiático é apresentada e sustentada pelas ideias de Weber (2007; 2011) Gomes (2004), Rubim (2001), com considerações acerca do espaço eletrônico trazidas por Rubim e Colling (2004) e McChesney (2013).

Subsequente, o terceiro capítulo apresenta a questão do *ethos* discursivo e as concepções acerca das ofertas de si na política. Para isso, apresentam-se concepções do que é imagem (JOLY, 1996), (GOMES, 2004), (BALDISSERA, 2004; 2006; 2008), (SANTAELLA e NÖTH, 2008). Leva-se em consideração o papel da internet no planejamento e nas ofertas da imagem pública (Farrel, 2012; Karlsson, 2013), (Marques et al, 2013). A noção de *ethos* discursivo é apresentada também no terceiro capítulo, (MAINGUENEAU, 2013), (AMOSSY, 2013), (ARAÚJO et. al, 2017), e traz as noções de pathos e logos (Eggs, 2013).

As trajetórias política e militar de Jair Bolsonaro são trazidas pelo quarto capítulo, por meio de pesquisa documental e exploratória (GIL, 1994), fazendo uso de esforços investigativos conduzidos pelos principais portais de informação do país, como Folha de S.Paulo, Estadão, Veja, El País.

No quinto capítulo apresenta-se a metodologia empregada por esta monografia, tanto para a seleção do material que compõem o corpus de estudo, quanto para o procedimento de análise (GIL, 1994). É também neste capítulo que consta a análise propriamente dita.

O sexto capítulo, que apresenta as considerações finais, traz as inferências surgidas a partir do exercício de análise e os principais achados do esforço proposto.

2 MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE

Neste capítulo resgatamos, de modo sucinto, a história recente da política do Brasil, como tentativa de entender o contexto político atual. O ponto de partida da análise é o resultado das eleições de 2002, quando o Partido dos Trabalhadores (PT) ascendeu ao governo federal pela primeira vez. Há uma apresentação breve do plano de fundo social durante os 14 anos em que o partido comandou o país, até ser impedido, durante o segundo mandato de Dilma Rousseff. Alguns dos dados apresentados são provenientes de fontes de portais de notícias nacionais e jornais, tais como Estadão, G1, El País, dentre outros.

Em um segundo momento, apoiando-nos, principalmente, nas ideias de Gomes (2004), Rubim (2001) e Weber (2011, 2007), procuramos apresentar algumas das relações que existem entre os campos midiático e político. Também discorremos sobre espetacularização política, trazendo à análise desdobramentos político-sociais, como as Jornadas de Junho de 2013 e a Operação Lava Jato.

2.1 História recente da política brasileira

O cenário político de um país traduz muito do que ele é. Ou, de como ele está. Diante disso e para aprofundar as reflexões propostas neste estudo, importa que realizemos uma breve recapitulação da história política recente do país, uma vez que o que passou influencia sobremaneira o presente e o futuro. Segundo Druck e Filgueiras (2007), a questão social passou a ser questão política no Brasil a partir dos anos 1930, com o governo de Getúlio Vargas, onde os ajustes trabalhistas tiveram espaço no modo de fazer política no país. Os autores afirmam que, desde então, o Brasil vive um processo de amadurecimento do modelo econômico liberal-periférico (p.27), cujo início data do governo Collor (1990-1992) e mostrou-se sob uma maneira mais completa no governo Lula (2003-2011).

Nesse sentido, em 2002, o Partido dos Trabalhadores (PT), quando assumiu pela primeira vez a presidência do país, o fez para saciar o desejo de mudança que havia se instaurado devido à crise cambial de 1999 e desvalorização do Real e, em 2001, com o racionamento da energia elétrica adotado (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003). À época, em pesquisa realizada pelo Datafolha, 52% dos respondentes afirmaram que não votariam “de jeito nenhum” em qualquer projeto político

que representasse a continuidade do modo de governar que Fernando Henrique Cardoso adotara nos dois mandatos consecutivos que cumprira (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003). A taxa de reprovação do candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) era superior àquela de aprovação: 36% dos brasileiros consideraram ruim ou péssimo o desempenho de FHC como líder do executivo brasileiro e 34% afirmaram que o país estava pior se comparado ao cenário anterior ao mandato de 8 anos de Fernando Henrique³.

A pesquisa também apontou, como um dos resultados principais, que 28% dos respondentes não viram mudança no país - nem para melhor nem para pior - enquanto o PSDB governava. Questões como desemprego e a expressiva taxa populacional que sofria com a fome e a miséria ganharam ênfase nas falas da população, de modo que a realidade do desemprego foi apontada como o principal problema pelos brasileiros durante aquele período. Outra indicação dessa sondagem do Datafolha indicou que uma parcela da população tinha a percepção de que os grupos sociais mais beneficiados pelo governo de FHC foram os de políticos e empresários, enquanto que a porcentagem de trabalhadores perdia. Apesar disso, a pesquisa apontou que o então presidente era um agente político prestigiado, com imagem pessoal salvaguardada (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003).

Nessa conjuntura que apresentava uma tendência de a oposição política sobressair, o Partido dos Trabalhadores (PT) entendeu os desejos de mudanças que os brasileiros demonstravam e ganhou força eleitoral com Luis Inácio Lula da Silva exercendo o papel do personagem político principal, à medida em que aliou suas estratégias de convencimento aos apontamentos das pesquisas de opinião pública. Segundo os autores Figueiredo e Coutinho (2003), Lula mostrou-se, portanto, uma pessoa de perfil conciliador, vestindo roupas mais formais, com uma equipe de apoiadores formada por especialistas da área administrativa, a fim de compensar o histórico de líder sindicalista organizador de greves e com percurso escolar limitado.

Também, segundo Carro e Felício apud Figueiredo e Coutinho (2003), os eleitores identificaram em Lula uma pessoa que poderia governar com olhar mais inclinado às temáticas sociais e liderar o executivo federal com mais “garra” e “emoção”. É complexo o caráter de toda e qualquer decisão eleitoral, uma vez que leva em consideração inúmeros gatilhos necessários para a escolha do voto. Ainda assim, conforme Almeida (2004, p. 7), a ascensão do PT, à época da

³ FHC encerra mandato com reprovação maior do que aprovação. In: Datafolha - Instituto de Pesquisa. Publicado em 15/12/2002. Disponível em: <<https://goo.gl/ZBCHsF>> Acesso: em 15 set.2018.

primeira vitória de Lula nas urnas, representou “a primeira grande mudança de elites governantes no país desde o final do regime militar, em 1985”, pois, até aquele momento, apesar de o partido fazer parte do grupo dos sete maiores partidos políticos nacionais, sempre desempenhara o papel de oposição.

Cabe ressaltar que além do esforço de mudança do fazer político proposto pelo PT nas eleições de 2002, viu-se um grande investimento em comunicação por parte do partido, com campanhas publicitárias mais profissionalizadas, de modo que estabeleceram-se “(re)significações das anteriores derrotas de Lula agora olhadas como signo de persistência e não mais como perdas inevitáveis” (RUBIM, 2003, p. 14). A proposta do “Lulinha⁴ paz e amor” como estratégia política aproximou, embora dimensionando, duas imagens referentes ao personagem: da imagem de radicalismo sindical que já existia aliada às propostas políticas de enfrentamento social até à concepção da imagem de ator político carismático, diplomático e negociador (RUBIM, 2003). Em termos práticos, Lula, nas eleições de 2002, que foram “vivas sob o signo da visibilidade” (RUBIM, 2003), obteve 46,4% dos votos válidos em primeiro turno e, no segundo, a soma de 63% dos votos válidos. Assim, em 2002, deu-se a primeira vitória eleitoral do PT nas urnas, com iniciativas de esquerda e com um projeto de governo que perduraria por 14 anos, orientado por dois personagens políticos reeleitos, até ser interrompido, conforme se destaca a seguir.

Em 2011, a presidência foi assumida por Dilma Rousseff, indicada por Lula como sua sucessora, a “mãe do povo brasileiro” (PIRES, 2011). Era o terceiro mandato consecutivo assumido pelo PT e a primeira mulher na liderança do poder executivo do país. A estratégia eleitoral adotada pela candidata foi, dentre outras, afirmar a continuidade do modo de governar de Lula e valer-se do ser mulher que lhe cabia. Em entrevista ao jornal El País, em junho de 2010, Dilma declarou:

Vou continuar o modelo de Lula, mas com coração e alma de mulher. Não para repetir, mas para progredir. Para mim, a mulher tem uma grande capacidade de cuidar e ao mesmo tempo de estimular. É claro que o homem também pode ser cuidadoso, mas o olhar feminino é diferente. O programa de assistência Bolsa Família [as famílias recebem dinheiro em troca de que as crianças vão à escola e se vacinem], por exemplo, é administrado pela mãe. Em primeiro lugar porque ela tem um papel chave na coesão da família. E em segundo porque [...] No Brasil, uma das maiores tarefas pendentes é a recomposição dos laços. Melhorar a situação econômica não basta, também é preciso reconstruir a família, porque é chave para melhorar a educação, combater a criminalidade [...]. 52% da população somos mulheres e os 48% restantes são nossos filhos. Não se trata de criar um matriarcado, mas de dar à mulher a importância que tem para a estrutura

⁴ MELO, Murilo Fiúza de. FHC elogia ‘Lulinha paz e amor’. In: **Folha de São Paulo**, 20 de dezembro de 2002. Disponível em: <<https://goo.gl/XhPS85>> Acesso em 15 set.2018

familiar. Lula tem muita sensibilidade para esse tema, ele foi criado por uma mulher forte (MATOS apud PIRES, 2011, s./p.).

O contexto macroeconômico era considerado estável. Segundo os resultados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil teve um crescimento de 1,3% do Produto Interno Bruto (PIB) naquele primeiro trimestre de governo⁵. Havia uma sensação de otimismo político, econômico e social à época da troca de faixas, pois

se os oito anos de FHC e do PSDB, criadores do Plano Real, se notabilizaram pela estabilidade econômica, a marca do período petista é a inclusão social. Com programas educacionais (ProUni, Fies, Pronatec), habitacionais (Minha Casa Minha Vida, Minha Casa Melhor) ou na área de saúde (Mais Médicos), o governo federal aumentou os gastos públicos ao mesmo tempo em que deu gás a transformações sociais. Desde 2003, a proporção de negros no ensino superior cresceu de 25% para 42%, embora a lei de cotas em universidades federais tenha sido aprovada somente em 2012. Grande parte da mudança foi impulsionada pelo crescimento da oferta de vagas no setor privado (VALOR ECONÔMICO, 12/05/2016 apud PINHO, 2016, p.95).

O governo do PT, embora vitorioso nas urnas, inegavelmente é marcado por denúncias de conduta política, amplamente cobertas pelas mídias nacional e internacional. Pode-se destacar, como a primeira das maiores denúncias, o fato de que, em junho de 2005, o Deputado Federal Roberto Jefferson, então presidente do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) - partido da base aliada do PT -, denunciou o sistema de compra de votos parlamentares que visavam à aprovação de projetos propostos pela Presidência no Congresso Nacional. Segundo a denúncia, José Dirceu, do PT e, no período, Ministro-Chefe da Casa Civil foi indicado como o mentor do esquema. Os pagamentos, providos com verba pública, eram realizados mensalmente, o que dá significado ao neologismo “Mensalão”.

Conforme Souza afirma, o final do primeiro mandato de Lula desenhou o início da divisão entre aqueles que concordavam com as políticas de acesso destinadas àqueles menos privilegiados e os que viam essas políticas de cunho social como moeda de troca para angariar votos. “A partir de 2006, um claro recorte de classes dividiu o voto e as opiniões dos brasileiros em duas fatias: a classe média votava nos partidos da elite, e as classes populares, mais numerosas, votavam no PT” (SOUZA, 2016, p. 47). Pode-se dizer que a separação das classes que se viu a partir do governo Lula também trouxe consigo exemplos de racismo e preconceito, tendo em vista que a escala mais

⁵ Brasil mantém crescimento da economia em 2011. In: **Governo do Brasil**. Publicado: 03/06/2011 19h39. Disponível em: <<https://goo.gl/ESCDyK>> Acesso em 15 de set.2018

pobre da população passou a ser atendida por meio dos programas de política social. Porém, o que nem sempre fica explícito é o fato de que ao mesmo tempo, a parcela mais rica também foi favorecida:

O governo Lula, com conjuntura externa favorável, inaugurou o maior período de crescimento e de otimismo em relação ao país, em período democrático, desde Juscelino Kubitschek. Lula adotou uma política de compromisso segundo a qual todos os segmentos sociais auferiram ganhos significativos, muito especialmente os que se situavam nos extremos da sociedade: os muito ricos e os muito pobres (SOUZA, 2016, p. 46).

Cabe ressaltar que as práticas de incentivo estudantil que o governo federal, quando foi guiado por Lula, adotou fez com que um número maior de estudantes pobres e, por consequência, maior número de estudantes negros⁶, tivessem acesso ao terceiro nível educacional e tornaram-se bacharéis. Isso, segundo Cauduro, “tornou o ódio de classe e preconceito racial mais aparentes” (2018, p.38). Nesse sentido, Souza afirma que

o estabelecimento de “cotas sociais”, associado a um sistema de bolsas para os mais pobres e ao aumento significativo de vagas, constituiu uma política de grande alcance para garantir o acesso a pelo menos uma parte significativa de alunos vindos de camadas populares (SOUZA, 2016, p. 53).

O governo de Dilma Rousseff, embora com registros de avanço social, como a diminuição da taxa de desemprego⁷, foi cenário de pelo menos dois momentos de fragilidade política: em 2013, com as Jornadas de Junho e, em 2014, já na sua reeleição, com o prosseguimento da investigação criminal da Operação Lava Jato.

As mobilizações de junho de 2013 têm como estopim o aumento significativo dos valores das passagens do transporte público que ocorreu em muitos estados brasileiros⁸. Algumas capitais, como São Paulo, decidiram por praticar o valor da passagem sem reajuste após algumas semanas de protestos. Mas as iniciais reivindicações concernentes à mobilidade urbana tornaram-se amplas e passaram a questionar aspectos de vida básicos, como saúde e educação e questões sociais, como política e corrupção (BARREIRA, 2014).

⁶ VIEIRA, Isabela. IBGE: negros são 17% dos mais ricos e três quartos da população mais pobre. In: **EBC**. Publicado em 02/12/2016. Disponível em: <<https://goo.gl/nfSYG1>> Acesso em: 20 set.2018.

⁷ FERREIRA, Gustavo Santos. Desemprego em dezembro cai para 4,3%, o menor índice da história. In: **Estadão**. Economia & Negócios - Atualizada às 17h25 de 30/01/2015. Disponível em: <<https://goo.gl/uT5DKX>>. Acesso em: 15 set. 2018.

⁸ Onze capitais brasileiras têm reajuste na tarifa de ônibus em 2013. In: **G1**. Publicado em 30/05/2013. Disponível em: <<https://goo.gl/1H2Ctz>> Acesso em: 15 set.2018.

Nesse sentido, o que inicialmente eram reivindicações oriundas da população estudantil residente das regiões sul e sudeste do país, abriu caminho para que outros grupos sociais e etários também expusessem suas reivindicações, abordando, portanto, variadas questões em exteriorizações públicas registrada em 350 municípios (CAUDURO, 2018). Viu-se, segundo Souza (2016, p.90), bandeiras específicas sendo levantadas nas manifestações que ocorreram: contestações sobre gastos públicos com os preparativos para sediar a Copa do Mundo de 2014, mesmo em meio a uma crise econômica; manifestações frente à Proposta de Emenda Constitucional 37/2011, a PEC 37, que, se aprovada, daria o direito único de investigação criminal às polícias federal e civis dos Estados e do Distrito Federal⁹ e, também, mas num sentido amplo, objeções contra a corrupção, que passaria a ser o reclamo principal daquela que se tornou uma das maiores manifestações públicas do Brasil. Com isso, as Jornadas de junho de 2013, que tinham como gatilho as condutas administrativas municipais no início, consolidaram a federalização do movimento a partir de quando passaram a abordar assuntos como os mencionados. Tratava-se de uma questão nacional.

Em virtude da mudança nos pedidos dos protestos e no aumento de pessoas envolvidas, o governo resolveu agir. Dilma Rousseff fez um pronunciamento favorável à Reforma Política, reforma essa que buscava combater a corrupção, transformando-a em crime hediondo. Além disso, visava alterar o transporte público e destinar 100% do pré-sal à educação. As propostas não avançaram no Congresso nem na imprensa. As marchas de junho foram trágicas para a popularidade da presidente que perdeu 27 pontos percentuais desde o início dos protestos (CAUDURO, 2018, p.40).

Souza afirma que a partir disso a divisão entre as classes sociais do país, desde a perspectiva geográfica que opõe Sul-Sudeste do Norte-Nordeste, à oposição percebida entre a periferia e os centros urbanos das grandes cidades foi reforçada e ressalta que havia uma “pequena vantagem das classes populares mais numerosas” (SOUZA, 2014, p. 104) até aquele momento.

A manifestação perdia seu sentido popular e reivindicativo e se tornava uma “festa popular” contra a corrupção e a ladroagem na política, o que se tornava definitivamente a bandeira central. *O PT e os manifestantes da esquerda foram hostilizados*. Aqueles ligados a partidos políticos foram expulsos. A Fiesp¹⁰ exibiu a bandeira do Brasil em seu prédio (SOUZA, 2016, p.93, grifos meus).

⁹ RODRIGUES, Leonardo. Entenda o que é a PEC 37. In: **EBC**. Publicado em 18/06/13. Disponível em: <<https://goo.gl/8xJa2e>> Acesso: 19 de set.2018.

¹⁰ MELO, Demian. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, maior organização empresarial brasileira. Disponível em: <<https://goo.gl/Qjb14Y>> Acesso em 15 de set.2018

Em outubro do ano seguinte às jornadas, Dilma foi reeleita com 51,64% dos votos válidos¹¹, ganhando de Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). A pequena margem de vantagem eleitoral de Dilma representava em parte o descontentamento que desde as manifestações de 2013 vinha tendo indícios. No mesmo dia em que a reeleição de Dilma foi confirmada, partidários de Aécio saíram às ruas de São Paulo entoando gritos que solicitavam o impedimento do governo da ex-presidente¹². Em fevereiro do ano de 2015, início do segundo mandato de Dilma, uma pesquisa do Instituto DataFolha observou que a popularidade da presidente resultava em 23%¹³, o pior índice desde que iniciou seu governo. No último mês de 2015 o então Presidente da Câmara, Eduardo Cunha, filiado ao Movimento Democrático Brasileiro (MDB), anunciou o acolhimento do pedido de *impeachment* de Dilma¹⁴ realizado pelo jurista Hélio Bicudo - um dos fundadores do PT e justificado pela supostas práticas de atraso nos repasses previstos para bancos públicos, com o intuito de alcançar as metas projetadas no planejamento orçamentário, o que configuraria a chamada “pedalada fiscal”, manobra fiscal reprovada pelo Tribunal de Contas da União (TCU).

A partir disso, o Brasil seria palco de muitas manifestações populares pró e contra o *impeachment* da presidente. Em março de 2016, após o Ministério Público solicitar a prisão preventiva de Lula¹⁵ - simbolicamente em um dia 13 -, foi registrado, segundo alguns portais de notícias¹⁶, a maior manifestação popular da democracia brasileira. Os brasileiros que não aceitavam mais o governo sob a tutela do PT vestiram suas camisas da seleção brasileira de futebol e foram às ruas de 300 municípios gritar que o que desejavam era o impedimento do mandato de Dilma Rousseff.

¹¹ Dilma Rousseff é reeleita presidenta do Brasil. In: **Governo do Brasil**. Disponível em: <<https://goo.gl/Pggwx6>> Acesso: 19 de set. 2018.

¹² Em SP, tucanos gritam '*impeachment*' e petistas pedem choro no Cantareira. In: **G1**. Publicado em 26/10/2014. Disponível em: <<https://goo.gl/PrdW5o>> Acesso em 15 de set.2018.

¹³ Aprovação a governo de Dilma Rousseff cai, e reprovação a petista dispara. In: **Datafolha** - Instituto de Pesquisas. Publicado em 09/02/2015. Disponível em: <<https://goo.gl/h1djSY>> Acesso em 19 de set.2018

¹⁴ PASSARINHO, Nathalia. Eduardo Cunha autoriza abrir processo de *impeachment* de Dilma. In: **G1**. Publicado em 02/12/2015. Disponível em: <<https://goo.gl/d5ssrE>> Acesso em: 19 de set.2018.

¹⁵ MP-SP pede prisão preventiva de Lula no caso do triplex em Guarujá. In: **G1**. Publicado em 10/03/2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Q4Kca9>> Acesso em 21 de set.2018.

¹⁶ Manifestantes fazem maior protesto nacional contra o governo Dilma. Disponível em: <<https://goo.gl/LutrFM>> Maior manifestação da democracia brasileira joga Dilma contra as cordas. In: **G1**. Publicado em: 13/03/2016. Disponível em: <<https://goo.gl/neb3Es>> Acessos em 21 de set.2018.

O impedimento viria nove meses depois. O vice da ex-presidente, Michel Temer, do MDB, assumiu o governo brasileiro em 31 de agosto de 2016 e, em 11 minutos de cerimônia de posse¹⁷, realizada no plenário do Senado apenas três horas após a destituição de Dilma, Temer fez o juramento que lhe cabia à frente de parlamentares, militares, ministros e magistrados.

É importante constar nessa sucinta recapitulação de alguns dos fatos da história política recente do país que os acontecimentos políticos e sociais, desde 2014, são permeados pela condução e desdobramentos da Operação Lava Jato, que afirma ser um esforço investigativo do Ministério Público em conjunto com a Polícia Federal focado no esquema de lavagem e desvio de dinheiro praticados pela Petrobrás - sabidamente a maior estatal do país -, grandes empreiteiras do Brasil e alguns personagens políticos. Segundo Fontes et. al. (2016. P. 245):

As investigações apontam que empreiteiras formavam um cartel e pagavam propina a diretores da companhia para garantir a participação em licitações. Essa rede durou mais de dez anos e envolvia a participação de doleiros, que faziam a intermediação entre os agentes públicos e particulares. O envolvimento de parlamentares e políticos de destaque sempre foi mencionado pela imprensa, mas o foro privilegiado, que lhes permite serem julgados apenas pelo Supremo Tribunal Federal, retardou a divulgação dos nomes dessas autoridades até que os inquéritos fossem abertos em Brasília. A “lista de Janot”, como ficou conhecida, só foi divulgada em 06 de março de 2015 e contou com 49 nomes, nos quais foram citados políticos do PP, PMDB, PT, PTB, SDD, PR e PSDB.

A partir de então, muitas foram as negociações de delações premiadas que os acusados mantiveram com os investigadores, com o intuito de redução da provável pena que cumpririam se condenados. Conforme defende Cioccarri (2015), os episódios das delações transformaram o trabalho dos dois órgãos públicos em um show midiático. Essa afirmação pode ser explicada por Fontes et. al. (2016), quando dizem que, quando inseridos nos modelos contemporâneos sociais, os cidadãos não têm capacidade ativa e contínua nas decisões políticas, de maneira que, por meio do voto, decidem quais serão os personagens políticos que os representarão nos processos de tomada de decisão de assuntos públicos. Por esse motivo, pode-se dizer que exista um interesse natural em sentir-se “fazendo parte” ou, minimamente, tomando conhecimento do que é desmembrado nos bastidores da política.

¹⁷ GARCIA, Gustavo. Em cerimônia de 11 minutos, Temer é empossado presidente da República. In: **G1**. Publicado em: 31/08/2016. Disponível em: <<https://goo.gl/EaK4nJ>> Acesso em 19 de set.2018.

Embora existam canais e instrumentos que viabilizem a prestação de contas do que é público, “na prática, boa parte da mediação entre a esfera política e a civil se dá através dos media, com destaque para as empresas produtoras de informação profissional (i.e. jornalismo) e para as redes sociais online” (FONTES et. al., 2016, p.239). Nesse sentido, Fontes et. al. (2016) defendem que, além do Ministério Público e da Polícia Federal, o campo dos media compõe e exerce o papel do terceiro personagem principal que conduz a Operação Lava Jato.

Nomes de vários personagens políticos importantes do cenário brasileiro foram condenados por iniciativa dessa Operação, tais como Eduardo Cunha, ex-presidente da Câmara, Antônio Pallocci Filho, ex-ministro nos governos Lula e Dilma e Sérgio Cabral, ex-governador do Rio de Janeiro. Em janeiro de 2018, Lula foi condenado a cumprir 12 anos e um mês de prisão, e na data de 7 de abril de 2018, o ex-presidente foi preso¹⁸ em um desdobramento da Operação Lava Jato que o condenou por praticar lavagem de dinheiro e corrupção passiva. Ainda assim, em agosto, Lula registrou sua candidatura às eleições de 2018¹⁹, com Fernando Haddad (PT) como candidato à vice-presidência, formando a chapa “O Povo Feliz de Novo”. Porém, em uma votação de 6 votos a 1²⁰, ocorrida em primeiro de setembro de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) negou, com base na Lei da Ficha Limpa²¹, o direito de Lula concorrer.

Como outro esforço para compreender o contexto político e social, destacamos alguns dos dados de uma pesquisa conduzida em 2018 pelo Ibope²². Conforme a pesquisa, o índice do conservadorismo brasileiro aumentou se comparado aos valores obtidos em 2016. Os dados afirmam que 55% da população²³ apresenta alto grau de conservadorismo. Em 2010, o percentual era de 49%.

O índice reflete a proporção de brasileiros que apoiam ou não cinco temas: casamento de pessoas do mesmo sexo, legalização do aborto, redução da maioria penal, prisão perpétua para crimes hediondos e adoção da pena de morte. O valor mais baixo é atribuído

¹⁸ Lula é preso. In: **Folha de S. Paulo**. Publicado em: 7 de abr.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/nuSmjT>> Acesso em 01 de out.2018.

¹⁹ MACIEL, Edgar. FUSCO, Nicole. Condenado e preso pela Lava Jato, Lula registra candidatura a presidente. In: **Veja**. Publicado em: 15 de ago.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/5wX8fg>> Acesso em 20 de set.2018.

²⁰ BENITES, Afonso. TSE barra candidatura de Lula, mas libera programa só com Haddad na TV. In: **El País**. Publicado em 1 de set.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/UUaJF8>> Acesso em 20 de set.2018.

²¹ A lei da Ficha Limpa é o nome popular para a lei complementar nº 135, de 2010, que regulamenta restrições à elegibilidade de candidatos que tenham sido condenados em segunda instância em processos criminais, cassados ou que tenham renunciado aos respectivos cargos como forma de evitar a cassação.

²² IBOPE INTELIGÊNCIA. Cresce o grau de conservadorismo do brasileiro em alguns temas. Publicado em> 15 de abr.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/NP3ypA>> Acesso em: 20 de set.2018.

²³ IBOPE INTELIGÊNCIA. Cresce o grau de conservadorismo do brasileiro em alguns temas. Publicado em> 15 de abr.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/NP3ypA>> Acesso em: 20 de set.2018.

ao perfil mais liberal e o mais alto ao perfil conservador. [...] Em relação ao índice de 2010, o primeiro da série histórica, há um crescimento significativo na opinião em relação a algumas questões, especialmente entre os mais escolarizados, os mais velhos, famílias com renda entre 2 e 5 salários mínimos, moradores do Norte e Centro-Oeste e os que não são nem católicos e nem evangélicos. (IBOPE INTELIGÊNCIA, 2018, s/p.)

A crescente que se percebe na direção do conservadorismo e das práticas políticas de extrema-direita em absoluto é fenômeno identificado apenas no Brasil. Löwy (2015, p. 633) faz um comparativo entre a ascensão desse modo de governar baseado em fatos europeus e brasileiros e afirma:

O fenômeno não encontra precedentes desde os anos 1930. Em muitos países, a direita xenófoba já havia obtido entre 10% e 20% dos votos durante a última década; em 2014, em três países (Reino Unido, Dinamarca, França) alcançaram de 25% a 30%. Além disso, sua influência é maior do que o seu próprio eleitorado: suas ideias contaminam também a direita “clássica” e até parte da esquerda social neoliberal.

Conforme os dados apurados por Codato et. al.,

em 2014, a direita brasileira voltou a crescer no Parlamento, revertendo o movimento de queda constante do número de representantes na Câmara dos Deputados que se observava desde 1998. Em 2010 os partidos conservadores ganharam 36,3% das cadeiras; em 2014, 43,5%. (2015, p.115)

Os impulsos que dão força ao conservadorismo são diversos entre os dois locais analisados e Löwy diferencia os movimentos europeu e brasileiro destacando que a extrema-direita brasileira pode ser caracterizada pela manipulação demagógica do discurso anti corrupção. O autor afirma que “no Brasil é uma velha tradição, desde os anos 1940, dos conservadores: levanta-se a bandeira do combate à corrupção para justificar o poder das oligarquias tradicionais e, segundo o caso, legitimar golpes militares” (LÖWY, 2015, p.662).

O segundo paralelo entre as extremas-direitas observadas é a chamada “ideologia repressiva” (LÖWY, 2015, p.662), ou, em outras palavras, o culto à violência às vezes torna-se legítimo quando é direcionado às polícias, por exemplo. Sobre a ideologia repressiva o autor assevera: “é o caso na Europa da extrema-direita e no Brasil da “bancada da bala”, fortemente representada no Congresso” (LÖWY, 2015, p.663). Outra equivalência entre os movimentos políticos é a intolerância com as minorias sexuais e, segundo o autor, esse é um “tema agitado, com certo sucesso, por setores religiosos, com referência católica (Opus Dei, Civitas etc.) na França e evangélica neopentecostal no Brasil”.

Por fim, Löwy (2015, p. 663) destaca a característica da extrema-direita do Brasil que considera mais “perigosa e sinistra”: o saudosismo do militarismo. Nas ocasiões das manifestações populares que aconteceram pelas ruas, muitos foram os exemplos de brasileiros carregando bandeiras que pedindo a intervenção militar (Figuras 1 e 2).

Figura 1: Manifestantes solicitando intervenção militar em março de 2015.



Fonte: G1 (2015). Disponível em: <<https://goo.gl/bHwYNt>>. Acesso em 27 set. 2018

Figura 2: Manifestantes demonstram desejo de novo governo militar em dezembro de 2015.



Fonte: El País (2015). Disponível em: <<https://goo.gl/RHyAnP>>. Acesso em 27 set. 2018.

Löwy (2015) reforça que esse caráter de apelo aos militares não tem equivalente direto no conservadorismo europeu. E expõe que as três maiores características da extrema-direita brasileira são identificadas em discursos políticos atuais que propõem, por meio dessas medidas, prefaciarem mudanças no fazer político brasileiro. Nessa lógica, a retomada de alguns fatos da história política recente do país é importante para auxiliar na compreensão de alguns dos fatores que levaram determinados personagens políticos a ganharem força política e popular.

Além da importância de conhecer-se o cenário político-social para viabilizar o entendimento de determinados acontecimentos, cada vez mais se faz necessária a compreensão da relação existente entre os produtos midiáticos e as arenas sociais, como é o caso da política. Esse é o esforço empreendido a seguir.

2.2 Mídia, política e a fabricação do espetáculo

A atividade política pressupõe, por si própria, formulação e disseminação de determinado conjunto de valores e conteúdos simbólicos que participem ou representem determinada ideologia ou aquilo que o valha. Rubim (2003) afirma que a contemporaneidade e a realidade em rede (CASTELLS, 1996; 1998) à qual estamos inseridos proporcionaram um redimensionamento de vários campos como a cultura e a política, e, nesse último caso, em sobremaneira em seu momento eleitoral, que é singular. Essa reestruturação da política se deu de modo que isso a ressignificou

como uma política realizada em redes eletrônicas (telepolítica²⁴); através do aparecimento de novos ingredientes políticos e pela redefinição do funcionamento e dos formatos da política realizada em territórios, espaços geográficos determinados (aqui representados pela metáfora da rua), pela virtualidade da sua possível absorção em redes midiáticas (definidas pela noção metafórica de tela) (RUBIM, 2001, p.8).

Tomando a ressignificação da política impulsionada pelo cenário que é formatado pelas mídias como ponto de partida, faz-se necessário entender quais as novas configurações do fazer político em si (RUBIM, 2001). Política e mídia são dois campos distintos e independentes, mas que cada vez mais possuem interconexão. Nesse sentido, Gomes (2004) afirma que existem dois grandes campos de pesquisa referentes à comunicação e política: um lado apresenta a pesquisa como um fenômeno político, tais como a “propaganda de Estado e as campanhas eleitorais em sua

²⁴ Segundo Ribeiro (2004) o termo ‘telepolítica’ faz referência ao papel medular que a televisão exerce na esfera política contemporânea.

vinculação com a decisão de voto e a opinião pública, que se estabelecem em relação direta com recursos, formas institucionais e meios da comunicação de massa” (GOMES, 2014, locais do Kindle 623); o outro lado é o da pesquisa que traz a relação entre tópicos da comunicação e da cultura de massa quando vinculados à política, exemplifica citando o jornalismo, as relações públicas quando no campo político e o marketing de imagem político, dentre outros.

A midiaticização da política constrói um “lugar”, ou seja, um espaço de realização dela mesma (RUBIM, 2001) e, por conta disso, o autor defende que a mídia, por si só, também executa o papel de personagem político (RUBIM e COLLING, 2004). Ainda assim, elucida que a tela não sobrepe à rua, ou o contrário, e em absoluto se anulam. Sobre esse assunto, Canclini (1997, p. 59) ratifica:

Quero esclarecer, finalmente, que analisar apenas a política como "videopolítica" superestimaria a capacidade manipuladora da mídia. A política também ocorre em outros espaços, nas instituições clássicas e nos microscênicos cotidianos. Mas não podemos ignorar o que acontece muito mais na mídia do que no passado, e que essa ação midiática relativizou a ação de partidos e sindicatos. É muito difícil que parte da política nacional seja algo que, além de acontecer nas ruas, não aconteça nas fábricas, nas organizações de base e não passe pela mídia, se a mídia não repetir esses fatos. Embora outras instâncias sejam reconhecidas, acredito que o problema está em como essas instâncias se relacionam com a mídia.

Rubim reforça que o alinhamento entre as políticas de rua e de tela podem garantir ao personagem político uma potencialidade de atuação, pois, quando não estimulam a contradição, têm capacidade de processo dialógico (2001), (re)afirmando tanto o discurso quanto a imagem proposta. Assevera:

Buscar e produzir “efeitos de mídia” nos acontecimentos de rua, praça, parlamento, etc. aparece como dispositivo fundante da produção de sentidos políticos na atualidade. Um ato vale politicamente não só – ou mesmo primordialmente – pelo efeito induzido nas suas circunstâncias convivenciadas, mas (também) pelas repercussões que produz à distância na realidade-mundo, através da mediação operada pela comunicação midiática. Em outras palavras, pelo “efeito de mídia” que se consegue “introduzir” no ato (RUBIM, 2001, p.10).

Atualmente, pode-se dizer que o sucesso de um personagem político depende fortemente da sua capacidade de visibilidade (WEBER, 2007), ou seja, do quanto à mostra ele se coloca e da repercussão que essa imagem exposta adquire frente à opinião pública e à mídia. A atuação política, cada vez mais, liga-se diretamente aos meios, às linguagens e aos processos inerentes à comunicação de massa. Nesse viés, Gomes (2004) afirma que há interdependência entre sociedade civil e política em relação aos meios de comunicação porque a sociedade necessita dos

instrumentos profissionais da informação para que consiga formular sua própria opinião e interpretar o cenário destinado à política e porque a sociedade política necessita de instrumentos cujo alcance sejam massivos para que consiga externar suas proposições, pessoas e programas à sociedade. Por isso, não é incorreto dizer que a visibilidade é um dos objetivos maiores dos personagens políticos que visam aos postos de gestão pública, pois, justamente, são dependentes dos resultados oriundos dela.

A disputa política é, dentre outros aspectos, uma disputa para impor determinada imagem pública dos atores, bem como uma competição pela produção de percepção dos públicos de interesse: os eleitores. Existe uma associação entre as atividades políticas e a criação e circulação de imagens. Gomes (2004) entende a política de imagem como “a prática política naquilo que nela está voltado para a competição pela produção e controle de imagens públicas de personagens e instituições políticas” (GOMES, 2004, locais do Kindle 4282).

Sobre essa questão, Rubim e Colling (2004, p. 3) defendem que o espaço eletrônico faz com que as telas “se tornem, nos países instalados em uma contemporaneidade de circunstâncias societárias ambientadas pela comunicação, os lugares por excelência da luta política e eleitoral”. Os períodos eleitorais são singulares, pois tratam-se de ritos “periódicos e complexos” (RUBIM E COLLING, 2004, p.4), que, processualmente, oxigenam todo o sistema político de um país democrático. E, por esse motivo,

não é estranho, nem casual, que o episódio eleitoral seja muitas vezes traduzido como festa e/ou solenidade, como cerimônia que, tendo um grau de excepcionalidade, requer ser vivida de maneira diferente da vida política ordinária. Este caráter festivo ou solene apenas torna manifesto a singularidade das eleições como momento especial da política, como episódio extraordinário distinto da dia-a-dia cotidiano da política. (RUBIM E COLLING, 2004, p.5).

Além da disputa por imagem pública que os personagens políticos se dispõem a travar, ainda consta a competição relativa à produção de percepção pública daquilo que propõem - inclusive eles próprios -, quando nas campanhas eleitorais. Acerca desse ambiente competitivo, Gomes (2004, Locais do Kindle 4242-4244) destaca que é

nessa arena que se resolvem, em grande parte, as preferências eleitorais, organiza-se e/ou se mobiliza a sociedade civil ou a comunidade internacional, numa ou noutra direção, tranqüiliza-se ou se excita a opinião pública ou o mercado financeiro, estabelecem-se ou suprimem-se as condições de governabilidade por parte de um partido, grupo ou ator, conquista-se ou perde-se credibilidade.

Nesse sentido, Weber (2007) afirma que existe relação direta e permanente entre a prática política - e, conseqüentemente, disputa de percepção - e a teatralidade, e o que isso implica: fabricação de reis, heróis, figurinos, cantos, palanques e a televisão também. Trata-se da espetacularização da prática política. Isso porque o conjunto que esses dois fatores formam cria uma ilusão de ótica e produz efeitos. Ressalta: “nessa linha, mais do que rituais, existe a idéia permanente da dramatização de situações num jogo permanente entre conflitos e comemorações” (WEBER, 2007, p.2). É fato que a disputa por imagem não é algo recente nem se restringe à atividade política, mas é notório que nela existe uma intensificação e centralização do uso da comunicação para construção e projeção da imagem que se quer atingir e, principalmente, demonstrar.

É sabido que o sistema político democrático contemporâneo não se limitou aos espaços do poder público. Ele atravessa demais espaços sociais, como os meios de comunicação midiática (WEBER, 2007, p.2). Assim, segundo Weber (2007), no desencadear dos acontecimentos políticos, a paixão se faz presente nos discursos jornalístico e político, de modo que o chamado *espetáculo político-midiático* é dependente de interesses mútuos vindos de quatro campos: o das instituições e dos personagens públicos, como os partidos e os Poderes Executivo e Legislativo; das instâncias de produção midiática, como os jornalistas e seus feitos; os espaços de circulação de informações e de opiniões, como os púlpitos, os palanques e os programas; e fundamentalmente a participação da sociedade civil, seja espontânea ou organizada de alguma maneira. O fenômeno “Jornadas de Junho de 2013”, conforme se destacou anteriormente, pode ser utilizado como exemplo de espetáculo midiático, uma vez que aproximou, relacionalmente, os campos da política, da mídia e da sociedade, transformando-os e, também, porque foi capaz de “mobilizar indivíduos, sociedade, instituições políticas e se impõem aos meios de comunicação – mídia” (WEBER, 2011, p.189). Segundo a autora, os espetáculos político-midiáticos

são aqueles relacionados ao interesse público, aos direitos humanos, à vida e à morte e, como tal, atraem a imprensa, as instituições públicas e privadas e desequilibram a ordem das coisas, devido ao seu impacto. [...] Quando um acontecimento – programado ou inusitado – é suficientemente poderoso para provocar impactos na vida dos indivíduos e na sociedade, ele se impõe aos meios de comunicação de massa e atrai as instituições políticas e essa convergência permite identificar a existência de um espetáculo hibridizado entre a política e a mídia (espetáculo político-midiático) como espaço estratégico de visibilidade e projeção de sujeitos e instituições. Esse processo exige enquadramentos do acontecimento na estética e linguagem da mídia, bem como sua entrada como pauta e conseqüente tradução para o jornalismo, propaganda e entretenimento, de modo a mobilizar a atenção pública. Como tal, será comercializado e consumido dentro dos

princípios do marketing, gerando lucros financeiros e institucionais. (WEBER, 2011, p.189-190)

Mas pode-se citar, em paralelo, os ambientes eleitorais, como os debates e, também, as cerimônias de posses presidenciais. Assim,

se a evolução do espetáculo político se dá pela absorção e utilização das linguagens da propaganda e da expressão teatral, a Modernidade nos ofereceu o caminho para o deslocamento do espetáculo da rua para os meios de comunicação midiática. O espetáculo político-midiático é construído, portanto, a partir de qualquer acontecimento capaz de estabelecer algum nível de convergência entre o campo da política, o sistema de comunicação midiática e a sociedade. Cria-se assim uma interdependência e repercussões, simbolicamente benéficas. (WEBER, 2007, p.3)

Sob essa perspectiva, Gomes ratifica: “a política se encena” (2004, Locais do Kindle 5199). Ao afirmar isso, o autor emprega a metáfora dramaturgical para tratar de aspectos da política, quando esta última propõe a produção e administração das impressões do público (Locais do Kindle 5238). Ressalta que, por óbvio, os personagens políticos não são apenas atores e os eleitores não são apenas uma plateia, mas, ainda assim, o autor vale-se da metáfora para descrever “o modo como os sujeitos políticos se apresentam publicamente, os meios empregados para dirigir e regular a impressão que o público faz a seu respeito, as coisas que podem fazer ou dizer, bem como aquelas que não podem ser feitas nem ditas enquanto estão diante do público” (GOMES, 2004, Locais do Kindle 5247-5249).

O fenômeno da produção de boas representações, segundo Gomes (2004) é baseado em três elementos: a necessidade da composição do enredo da encenação; a criação de uma caracterização dos sujeitos políticos para que se estabeleça sua personalidade. Esse elemento abarca tanto as características psicológicas e morais do personagem, quanto aquelas que compõem sua expressão linguística, pela qual expõe suas reflexões e, por consequência, configura-se sua identidade; e o último elemento é o modo como são compostos os meios da representação, como “a linguagem, o ritmo, a melodia [...] e o cenário” (GOMES, 2004, Locais do Kindle 5289).

Em síntese, o autor afirma que

a construção de personagens conforme perspectivas de ganhos eleitorais controladas por sondagens de opinião, o controle sobre os textos e sobre os modos da sua recitação, a programação e a administração das emoções do público, a adaptação do que se diz e do modo como o personagem político se apresenta em conformidade com os auditórios, a economia narrativa que busca construir e distribuir os conflitos, a luta pela ocupação dos lugares narrativos do “herói”, do “condutor”, do “competente”, a constituição planejada de figurinos e maquiagem... tudo isso constituiu o último ato (o mais recente, não o

derradeiro) da dramaturgia política brasileira. (GOMES, 2004, Locais do Kindle 5225-5230).

Considerando o contexto tecnológico atual, é importante ser mencionado o papel que as chamadas novas mídias digitais têm assumido no cenário político-social contemporâneo e dos resultados que seus atravessamentos dão origem. Como destacado por Petry (2015), o adjetivo “novas” não se limita apenas à cronicidade dessas mídias, mas, principalmente, ao diferencial que carregam consigo quando comparadas àquelas mídias anteriores. Segundo Recuero (2009), a internet possibilitou e, cada vez mais possibilita, que atores sociais comuniquem-se entre si, de forma interativa e que, a partir disso, construam redes sociais. Essa possibilidade de expressão mobilização dos atores articulados através da interação mediada pelos computadores é, para a autora, uma das mudanças fundamentais que a internet trouxe consigo.

Para Mirzoeff, o encontro que acontece entre trabalho e lazer, mediado pelas telas, acaba tornando a “experiência humana mais visual e visualizada do que em qualquer momento da história” (MIRZOEFF, 1999, p.1). Isso porque, segundo o autor, “a vida moderna acontece na tela” (1999, p.1) e, pode-se dizer que, cada vez mais, essa tela está sendo segurada pelas mãos das pessoas, de modo que os produtos daí oriundos, como as fotografias e os vídeos, e, por consequência, o compartilhamento de conteúdo por meio, principalmente, da internet, é cada vez mais democrático.

Nas palavras de McChesney, “a internet há muito deixou de ser opcional” (2013, p.2). Sob esse prisma, o alcance de conectividade que as novas mídias digitais possibilitam àqueles que as utilizam é difícil - se não impossível - de ser mensurado. Acredita-se que a partir e, também, por conta disso, a visibilidade de algo ou alguém pode ter inúmeros gatilhos, uma vez que o compartilhamento e o acesso às informações, atualmente, têm facilitadores e múltiplas plataformas. Para Sibilia (2013, p. 130), através das telas,

há que exibir na pele a personalidade de cada um, e esta exposição deve respeitar certos requisitos. As telas – do computador, da televisão, do celular, da câmera fotográfica ou do que quer que seja – expandem o campo de visibilidade, esse espaço onde cada um se pode construir como uma subjetividade alterdirigida. A profusão de telas multiplica ao infinito as possibilidades de exibir-se ante os olhares alheios para, desse modo, tornar-se um eu visível. Nesta cultura das aparências do espetáculo e da visibilidade, já não parece haver motivos para mergulhar em busca dos sentidos abismais perdidos dentro de si mesmo. Pelo contrário, tendências exibicionistas e performáticas alimentam a perseguição de um efeito: o reconhecimento dos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto. Cada vez mais, há que aparecer para ser. (SIBILIA 2013, p.130 apud BUITONI 2016, p.73).

Nessa linha, pode-se dizer que a fabricação do espetáculo e, por consequência, a fabricação do espetáculo político-midiático é impulsionada pela visibilidade extremada que a sociedade em rede é seduzida a praticar. Pode-se dizer que o Brasil viu, nos últimos anos, seu próprio contexto político ebulir, e o que era considerado pertencente ao bastidor do fazer político é colocado cada vez mais à mostra, como, por exemplo, trechos de delações premiadas da Operação Lava Jato ou a justificativas de votos à época do *impeachment* de Dilma Rousseff foram desdobramentos políticos midiáticos.

Aliado a isso, no contexto nacional, também está o fato de o Brasil, nos últimos anos, ver seu próprio contexto político ebulir e ter aspectos dos seus bastidores tão à mostra, o que faz com que a temática esteja presente em muitos ambientes sociais e, por consequência, nos digitais também.

Com o exposto, fica clara a importância da análise tanto do contexto do qual se faz parte quanto das mensagens das quais se é o público. Destacado por Weber em 2007, “os valores nem sempre estão presentes, mas a visibilidade sim” (p.11) e, embora vivendo a Era da Informação, ainda assim deve-se visualizar - ou, tentar -, a real intenção de cada personagem encenar do jeito que encena.

3 *ETHOS* DISCURSIVO: OFERTAS DE SI E IMAGEM NA POLÍTICA

Desde os tempos rupestres o homem se comunica por meio de imagens que representavam momentos de sua própria realidade antes mesmo de fazer uso das palavras. Sabe-se que o contexto contemporâneo é imagético. Do posto de “consumidor de imagem” (JOLY, 1996, p.9) que cabe a todos, cabe também a tentativa de compreensão do que é a imagem que é consumida. Mas, é importante entender que a imagem que é visual não encerra as possibilidades que o termo “imagem” carrega consigo.

Neste capítulo, discorre-se acerca dessa temática, trazendo as concepções de Gomes (2004) acerca da chamada “imagem pública”, que é mental, não apenas sensorial como a primeira. Apresentam-se também as imagens físico visível, imagem-linguagem e imagem-conceito, que são conceitos propostos por Baldissera (2008). Ao final do capítulo os estudos de Dominique Maingueneau são apresentadas quando se discorre sobre o *ethos* discursivo e as imagens que o locutor dá de si por meio de processos comunicacionais.

3.1 Concepções sobre imagem

As primeiras tentativas de definição do que é uma imagem datam dos estudos de Platão e Aristóteles (SANTAELLA e NÖTH, 2008). A partir das primeiras aproximações, alguns campos de estudos tomaram a temática como um de seus objetos de análise, como, por exemplo, a Semiologia e as Relações Públicas. Na perspectiva deste estudo, importa destacar o fato de que, conforme Gomes (2004), é cada vez mais compartilhada a concepção de que a atual prática política, mais do que nunca, é uma disputa por dois motivos: pelo fazer político propriamente dito e por imagem. Busca-se a imposição da imagem planejada dos atores e interesses políticos. O que Gomes apresenta dialoga com o que é proposto por Baldissera (2008), quando salienta a importância de estudar-se a polissemia que cerca o termo imagem, tendo em vista que “cultura, imaginário e processos identificatórios parecem enunciar, em uníssono, que “imagem é tudo”, e as práxis tendem a corroborar e a (re)afirmar tal sentença” (BALDISSERA, 2008, p. 197). Com a perspectiva da polissemia que o termo “imagem” carrega consigo, Joly destaca que

o mais impressionante é que, apesar da diversidade de significações da palavra, conseguimos compreendê-la. Compreendemos que indica algo que, embora nem sempre

remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual e, de qualquer modo, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece. (JOLY, 1996, p.13)

Assim,

Mesmo quando não se trata de imagem concreta, mas mental, unicamente o critério de semelhança a define: ora se parece com a visão natural das coisas (o sonho, a fantasia), ora se constroi a partir de um paralelismo qualitativo (metáfora verbal, imagem de si, imagem de marca) (JOLY, 1996, p.39).

Diante disso, e considerando as necessidades de aprofundamento teórico para os objetivos deste estudo, não se pretende recuperar todos os autores e teorizações sobre imagem, mas acionar alguns autores e reflexões sobre a noção de imagem que permitam fundamentar as análises a serem realizadas.

Parte-se da compreensão de Santaella e Nöth (2008, p.15), que afirmam que

o mundo das imagens se divide em dois domínios. O primeiro é o domínio das imagens como representações visuais: desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, holo e infográficas pertencem a esse domínio. Imagens, nesse sentido, são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual. O segundo é o domínio imaterial das imagens na nossa mente. Neste domínio, imagens aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais.

Em perspectiva semelhante, Gomes afirma que há “duas espécies do gênero imagem, de forma que como há uma imagem visual, haveria também uma imagem social ou pública, ambas podendo ser consideradas espécies de representação ou apresentação de algo da ordem da realidade. (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4341-4343).

Se, por um lado, é possível dizer que há certa convergência entre os pensamentos dos autores, por outro é preciso cuidar, pois alguns dos pressupostos são distintos. Por um lado, ambas orientações consideram que as diferentes concepções de imagem têm a questão da representação em comum. Porém, as orientações também apresentam aspectos distintos. Nesse direção, conforme Santaella e Nöth (2008, p. 15), os dois domínios de imagem são interdependentes, ou seja, “estão inextricavelmente ligados já na sua gênese. Não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais” (SANTAELLA, 2008, p.15). Por sua vez, Gomes afirma que há casos em que “aspectos físicos

visuais nem sequer fazem parte da imagem pública de alguém (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4364).

Ainda sobre as diferenciações dos tipos de imagem, é interessante trazer a concepção apresentada por Baldissera (2006 e 2008), quando o autor introduz a classificação das imagens em: “imagem físico-visível”, “imagem-linguagem” e “imagem-conceito”. Conforme o autor, imagem físico-visível é o nível mais básico da imagem, ainda sem significação, e, portanto, refere-se à dependência que a imagem carrega consigo da existência da luz e do objeto, que é seu refletor. O mundo, como alteridade, manifesta-se visivelmente por meio de reflexos e dá de si a partir disso. Antes que se consiga atribuir significação ou entendimento da imagem que vemos, a luz está para nós como “tom, matiz, existência” (BALDISSERA, p.197, 2008).

A imagem físico-visível é formada quando o reflexo do mundo é captado através da visão. Embora a imagem e sua formação implique na dependência de feixes de luz e lhe caiba uma “mediaticidade eco-fisiológica e sensibilidade psíquica não-significada” (BALDISSERA, 2008, 197), todos os atravessamentos que residem nesse processo têm capacidade de constituir-se em impressões que podem ser convertidas em informações, quando combinadas e compostas de significação. O autor afirma que o mundo, quando mediado por imagens, acaba por sensibilizar a psique daqueles que o vêem e, pelo fato de o próprio existir ser em relação (a algo ou alguém), é que se formam as impressões que nos definem e à nossa identidade também.

Considera-se imagem-linguagem a imagem físico-visível dotada de significação e codificação, de modo que, a partir disso, passa a assumir característica de linguagem imagética e, então, é admitida nos processos comunicacionais. Essa dinâmica proposta é possibilitada graças às convenções socioculturais, quando definem que imagens físicas, se captadas, codificadas podem ser empregadas como mensagens nos processos comunicacionais. Baldissera (2008) convida a levar em consideração as imagens que são formadas na mente dos indivíduos, quando o gatilho são as articulações de linguagens, especialmente a linguagem verbal. Cita Calvino quando este distingue dois tipos de processos imaginativos: o primeiro “que parte da palavra para chegar à imagem viva e o que parte da imagem viva para chegar à expressão verbal” (CALVINO, 2001, p.99 apud BALDISSERA 2008, p.198). Essa diferenciação conversa com a chamada “imagem mental” proposta por Sartre (1989), que é a imagem representada por nós a partir das configurações mentais que fazemos.

Segundo Baldissera (2006), a imagem-conceito, por sua vez, é aspecto estabelecedor das relações político-econômico-sócio-culturais e é um processo independente dos indivíduos articulados direta ou indiretamente em uma específica tensão relacional. A imagem-conceito é

[...] compreendida/explicada como um construto simbólico, complexo e sintetizante, de caráter judicativo/caracterizante e provisório, realizada pela alteridade (recepção) mediante permanentes tensões dialógicas, dialéticas e recursivas, intra e entre uma diversidade de elementos-força, tais como as informações e as percepções sobre a entidade (algo/alguém), o repertório individual/social, as competências, a cultura, o imaginário, o paradigma, a psique, a história e o contexto estruturado (BALDISSERA, 2004, p. 278).

Assim, as imagens, além de se realizarem como físicas ou linguagens, também podem se revelar como resultados de juízo de valor, conceito que alguém ou um grupo de indivíduos podem atribuir a outro indivíduo, algo ou a alguma coisa, como uma pessoa pública, uma organização, instituição etc. O autor destaca que imagem-conceito é pertencente àquilo que é simbólico, cultural e imaginário. O valor simbólico é atribuído a partir do momento em que os sujeitos passam a perceber, apreender e interpretar e julgar a alteridade, mesmo que a significação dada não seja adequada ou verdadeira (BALDISSERA, 2006).

Cabe ressaltar o fato de que a imagem-conceito não mantém relação direta com o que é verdadeiro, não depende disso, não é da qualidade da precisão; está relacionada, sim, àquilo que parece ser, àquilo que se reconhece que seja, que se julga ser. Gomes (2004, locais do Kindle 6866-6867) é categórico quando afirma que “ser é bom, parecer também é bom, mas parecer sem ser é ainda melhor, pois quem parece ser sem o ser realmente pode mudar mais facilmente conforme seja conveniente”. Trata-se, aqui, de atentar para o fato de poder existir distanciamento entre imagem-conceito e a identidade que representa, revelando a não equivalência, o desajuste entre imagem-conceito e a entidade que representa. Essas inferências refutam as concepções de que “discursos fabricam imagens favoráveis”, direcionando a opinião pública na direção pretendida, pois

a imagem-conceito não é uma questão de verdade ou de coerência. Nem o é de transparência ou de ética. Tampouco se reduz à comunicação. Antes, transcendendo a essas questões isoladas, constrói-se na/sobre a significação que resulta da complexidade relacional entre as entidades (materiais, fantasiosas, virtuais e/ou oníricas) e suas alteridades (sujeitos/públicos). Dessa relação dialética/dialógico-recursiva, irrompe em associações, expurgos, transformações, transposições e tudo mais o que a competência semiótica do sujeito/público permitir e puder realizar (BALDISSERA, 2004, p. 283).

A preocupação com imagem, nome, reputação se faz presente desde os imperadores. (GOMES, 2004). Pode-se dizer que a preocupação e dedicação com a imagem é acompanhante da prática política. Aspectos como a esfera da visibilidade política e a comunicação de massa, por exemplo, acentuam ainda mais essa preocupação.

Também no mundo político vem se impondo a convicção de que grande parte da disputa política - da batalha eleitoral ao jogo político normal, incluindo a conquista da hegemonia por partidos ou atores da esfera política ou, pelo menos, a imposição das pretensões de partidos e atores na esfera pública deliberativa - se resolve na forma de uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político. (Gomes, 2004. Posições do Kindle 4243-4244).

O autor afirma que existem três materiais com os quais se produzem imagens: as “mensagens”, os “fatos” e as “configurações significativas”. Forma-se a imagem de alguém baseando-se no que ele diz ou no que é dito sobre ele, no que ele faz ou na sua capacidade conhecida de fazer e o que é feito a partir disso, e, também, baseando-se no modo como ele se apresenta: quais suas roupas, seus símbolos, seus emblemas, seus gestos, sua postura corporal e sua aparência externa. Nesse sentido, é interessante observar que a política de imagem, conforme teorizações de Gomes (2004), é em função de inserir um personagem no cenário político, mas, também - e, às vezes, principalmente -, é trabalhada com o intuito de mantê-lo lá. Para tal, vale-se de mecanismos diversos, mas todos construídos sobre enunciação linguística.

A política de imagem é um fenômeno importante da época em que vivemos, quando comparada àqueles fenômenos que circulam em torno do conceito de imagem pública. Política de imagem, segundo Wilson Gomes (2004), é o fenômeno que envolve a prática política e o que se relaciona à competição, produção e controle das imagens públicas dos personagens ou instituições políticas. Não é algo permanente ou definitivo. Pelo contrário, a existência real não é garantia de imagem pública, imagens podem deixar de existir sem que as pessoas ou objetos a que pertençam também o façam, imagens podem alterar-se para melhor ou pior com relação àqueles a quem pertencem ou mesmo de forma absolutamente independente destes, imagens podem ser construídas, destruídas, reconstruídas num processo sem fim e sem garantias (GOMES, 2004).

O autor afirma que o jogo da imagem pública é de suma importância para três grandes classes de atores sociais: o mundo do espetáculo (ligado à cultura, ao esporte, às artes), o mundo do comércio e, claro, o mundo da política. O estudioso sustenta que esses três grupos sociais são

essencialmente dependentes do reconhecimento ou reconhecimento pelos outros, ou seja, a massa.

Nesse sentido,

[...] construção, tratamento, gerenciamento, exposição e circulação da imagem pública de uns e de outros procede segundo as mesmas leis e obedece aos mesmos princípios, engaja os mesmos profissionais, solicita as mesmas atitudes técnicas, ocupa os mesmos meios técnicos e visa resultados que, se não exatamente os mesmos, são, contudo, fortemente assemelhados. (Gomes, 2004, posição do kindle: 4298)

A disputa política traz como maior objetivo a disputa de sentidos. Assim, personagens políticos que disputam visibilidade na Era da Informação têm, cada vez mais, a preocupação de parecer ser o que os eleitores esperam que sejam. Com isso em vista, Gomes (2004) afirma que na contemporaneidade predomina um pressuposto que defende a possibilidade de produção da imagem pública a partir do manuseio das informações, desde de que de maneira adequada àquilo que se pretende demonstrar. Por meio de estratégias institucionais, criam-se, por exemplo, as mensagens-chave daquele personagem.

A este ponto, considerando os objetivos deste estudo, importa retomar uma questão sobre a qual já se discorreu para apresentá-la em mais profundidade. Primeiro, ressalta-se que em um esforço para justificar que “imagem pública é imagem”, o autor dá destaque à analogia conceitual. Explica, diferenciando, imagem visual da imagem que é conceitual, esta última que é social e pública e, por assim dizer, ambas as classificações são representativas ou promovem a apresentação daquilo que é da ordem da realidade, que nos é conhecido. A imagem visual/plástica é visível, se faz presente aos olhos; a imagem social, à mente.

Assim como a imagem, em seu sentido comum, visual, representa ou apresenta algo para alguém, o mesmo acontece com a imagem em seu sentido figurado, a imagem como percepção pública. Gomes, Wilson. (Locais do Kindle 4417-4418).

Sob essa perspectiva, Gomes afirma que é possível que imagem pública não tenha tradução gráfica nem visual. Isso porque a imagem que é pública é construída por meio de ações e, principalmente, discursos Exemplifica:

A imagem de ladrão de PC Farias ou Maluf, a imagem de mau pagador do Brasil, a imagem de seriedade de Adib Jatene, a imagem de lunático de César Maia, a imagem de irresponsável de Itamar Franco, a imagem liberal de Madonna, todas essas imagens existem, a prescindir de representações visuais. Gomes, Wilson. (Locais do Kindle 4440-4444).

O autor é enfático ao afirmar que atributos físicos em absoluto fazem parte da imagem pública de alguém. Compõem, sim, sua iconografia pública, sua “imagem visual gráfica” (GOMES, 2004, posição do kindle 438833) e têm capacidade de representar afetiva e graficamente um ator político. À guisa dessa independência entre as tipologias de imagem, o autor reforça que determinadas configurações da imagem pública carregam consigo elementos visuais, dentre outros componentes, mas que têm possibilidade, quando submetidos a uma “conversão em indícios, pistas, sintomas”, para assegurar determinadas inferências lógicas. Desse modo, se “Henrique veste-se de tal forma é porque é sofisticado e culto, de forma que o seu modo de vestir, a sua configuração visual, coopera na construção da sua imagem de sofisticação e cultivo” (Gomes, 2004, Locais do Kindle 4450-4451). Além dos visuais, outros elementos podem ser configurados para estimular configurações lógicas, como

o que se faz e o que não se faz, o que se diz e o que se deixa de dizer, o tom de voz, o vocabulário, o olhar, a cor da pele, as companhias que se tem, a esposa ou esposo e suas características, os costumes sexuais, tudo pode ser convertido em primeiro termo de um raciocínio inferencial. (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4453-4455).

A imagem pública política de um personagem político é, muitas vezes, uma de suas principais ferramentas quando nos períodos eleitorais. Por essa razão, é estratégico que todas as tentativas de afirmação e propagação dessa imagem pública conversem entre si, pois a coerência tem o poder do convencimento (GOMES, 2004). Dessa forma, além da disputa política prevista para os períodos eleitorais, verifica-se, à mesma época, a disputa pela imagem pública. Sobre essa essa concorrência, afirma que

disputam-se audiência, atenção, interesse e predileção do público, disputa-se o tempo livre do cidadão, disputam-se a memória e a preferência do consumidor, disputa-se o apoio da opinião pública e a eleição das próprias pretensões políticas pelo eleitorado. De tão natural, a competição associada ao jogo da imagem parece fazer parte das condições de vida em sociedades liberais e democráticas, respeitadas naturalmente as diferenças de gêneros. (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4308-4312).

Por esse motivo, personagens políticos - e seus assessores - inserem estratégias de *marketing* nas campanhas eleitorais a fim de, processualmente, criar, reforçar e propagar a imagem que desejam ter frente aos eleitores.

O pressuposto dominante é que se pode, de algum modo, construir a imagem pública de produtos e empresas, através de um manuseio adequado de informação. Para tanto é preciso desenvolver e implementar princípios estratégicos e institucionais capazes de

definir as mensagens-chave, determinar os outros procedimentos (estabelecimento de prioridades, organização estrutural), de acordo com os quais, então, trabalhar-se (*work out*) os formadores de opinião (opinion-leaders) e o público específico (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4318-4322).

Atentando-se para as campanhas eleitorais propriamente ditas, embora havendo simpatia ideológica entre personagem político e eleitores, ainda assim há de se realizar o esforço de conquistá-los, por meio do discurso, da imagem de si e por meio das estratégias de convencimento para que o voto não se destine ao concorrente. Assim, Grandi et al. (1992) propõem que é possível subdividir uma campanha eleitoral em dois grandes momentos. O primeiro é para a definição e posicionamento político, quando ainda não acontecem os combates diretos com os demais candidatos. Nesse momento, definem-se, por exemplo, a equipe de assessoria (política, técnica, de relações públicas, de captação de recursos, de marketing), as táticas eleitorais e avalia-se, por assim dizer, o momento em que o partido ao qual se pertence está no cenário político e os concorrentes. Ao passo que o segundo momento, quando ocorrem os embates diretos, aquele onde as estratégias comunicacionais e de marketing político ganham espaço e são utilizadas para apresentar e repetir o planejamento político idealizado anteriormente.

Nessa perspectiva, Gomes (2004) afirma que a prática política é completamente suscetível à política de imagem, esta última que atribui às funções tradicionais da política a produção, o ajuste e a administração da imagem do personagem político. Segundo o autor, o primeiro momento da política de imagem, que é a que abarca a produção, construção, criação da imagem pública, seja de instituições ou de atores, tem por objetivo não só a presença midiática, mas sim, a presença midiática na “esfera de visibilidade pública dominante, que um público que de alguma maneira se submete a essa esfera de exposição forme uma determinada imagem de tal ator” (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4899-4900). Isso porque não é qualquer imagem pública a que basta na política de imagem, mas sim a condução de uma imagem que dialogue e traduza as intenções políticas do ator político, fazendo uso planejado dos discursos, fatos e apresentação pessoal.

Ainda assim, a primeira fase da produção da imagem pública política, para que construa efetivamente a imagem pública, submete-se a três momentos. O primeiro, que cabe aos atores políticos, compreende a produção de discursos e outros arranjos de expressão que “funcionam como sinais ou estímulos agenciados de tal forma que possam se inserir na esfera de visibilidade pública, controlada pela comunicação de massa (GOMES, 2014, Locais do Kindle 4906-4907). Ou

seja, transitam e seguem as diretrizes do mass media, de maneira que, conforme for a configuração, são inseridos no sistema expressivo da mídia de massa.

Destaca-se o uso da internet e das mídias sociais digitais para a veiculação dessa produção que é arranjada. O meio digital, anteriormente espaço para pedidos de votos e divulgação da rotina dos personagens políticos, hoje também serve como subsídio para que o eleitorado - favorável e não favorável - seja melhor conhecido, a partir de análise do conteúdo ali produzido, e, a partir disso, incorporar à produção da imagem pública as informações ali obtidas (Farrel, 2012; Karlsson, 2013). Marques et al. (2013) afirma que as mídias sociais digitais são espaços que possibilitam, por exemplo, que os indivíduos testem suas ideias, promovendo, por assim dizer, identificação e discussão.

Assim, o esforço de recodificar o material oriundo da primeira fase, transformando-o em uma produção homogênea àquilo o que está na esfera da veiculação cabe aos “agentes da esfera da exposição pública” (GOMES, 2014, locais do Kindle 4911). Esse processo é o que configura o segundo momento da produção da imagem pública. O autor afirma que, nesta etapa, os agentes atuantes na primeira perdem o controle sobre os materiais componentes da imagem, ao passo que outros atores sociais o adquirem. Nesse sentido,

os princípios orientadores da seleção, da hierarquia expositiva, do modo e do tom da exposição agora obedecem aos critérios profissionais de avaliação do que é noticiável e do modo como o pode ser, bem como se submetem aos critérios organizadores das rotinas produtivas. (GOMES, 2014, Locais do Kindle 4914-4916)

O terceiro momento da fase de produção da imagem pública dá espaço ao público em si, como receptor e consumidor daquilo o que a esfera de visibilidade pública oferece. Gomes (2014) afirma que aquilo o que foi recodificado no segundo momento ganha decodificação neste último e, a partir disso, é transformado em imagem pública através das formas de mediar. O autor destaca que neste terceiro momento diferem, novamente, os atores políticos que detém influência na recepção das mensagens e, por assim dizer, são outros fatores que indicam se o que é oferecido é aceito, transformado ou rejeitado, uma vez que

a recepção jamais procede no vazio, devendo, portanto, submeter-se a quadros interpretativos precedentes, de diversa origem, que operam como pré-conceitos ativos na decodificação. A recepção não tende a acontecer no isolamento, mesmo que ocorra em total solidão, na medida em que o intérprete aciona ou pode acionar um circuito de outros intérpretes, presentes e passados, (GOMES, Locais do Kindle, 4920-4923).

O ajuste de personagens reais às expectativas e idealizações dos públicos é o que caracteriza a segunda função da política de imagem. Gomes (2013) afirma que não se trata da criação de uma imagem para um personagem político real, mas, sim, o esforço de “arranjar um ator real para uma imagem”. O curso entre a identificação da imagem que se crê ser ideal e a produção da imagem ofertada por meio de atos e discursos não é uma atividade fácil a ser desempenhada pelos atores políticos. Isso porque, além de se acreditar em um perfil demandado, ainda consta a mutação dessas demandas, “mesmo que nem sempre mudem ou nem sempre mudem muito rapidamente – de maneira que a cosmética de transformação de atores políticos conforme a imagem ideal precisa se dotar de agilidade e rapidez, além de eficiência.” (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4941-4943). Pesquisas de opinião pública, por exemplo, são utilizadas como insumos de inferências daquilo o que é expectado pelos públicos. Conforme Lima (1988, p.61)

A comunicação eleitoral deve fazer com que predisposições (ou tendências políticas), muitas vezes inconscientes por parte do eleitor, sejam estimuladas de forma a se transformarem em uma atitude favorável a candidatura, no menor prazo de tempo e no maior número de indivíduos possíveis.

Adicional a isso, a oferta da imagem que se acredita ideal é dependente das agendas da mídia, no sentido de que pode-se seguir a pauta dominante, ou, ainda, pode-se disputar para impor determinada pauta midiática.

A função de administração, que é terceira fase da política de imagem, visa ao gerenciamento e controle da imagem pública. Como já mencionado, é a que um público tem de alguém ou de alguma coisa. A imagem pública, mesmo que aconteça na recepção, é programada na emissão e circulação à qual será submetida. Gomes (2004) afirma que, apesar de serem processos constantes, não é garantido que o insumo ofertado produzirá a imagem pública ideal ou expectada. Isso porque, além dos considerados ruídos comunicacionais, há a “disputa pelo controle do fluxo interpretativo entre as diferentes classes de agentes das diferentes fases” (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4982).

O autor afirma a arena política é a mais interessada no controle da imagem pública, tanto as instituições quanto os personagens políticos, não apenas em cenários eleitorais, mas à medida em que materiais sejam produzidos e direcionados à terceira fase da política de imagem. Destaca-se como obstáculo ao esforço de administrar a imagem pública os adversários políticos, pois

Trata-se, nesse caso, não apenas de produzir a sua imagem como também de fazer com que o adversário perca o controle da própria imagem. Isso significa introduzir no circuito

sinais que invalidem a imagem que o adversário deseja criar para si e/ou inserir sinais codificados para produzir na recepção uma imagem negativa deste último. (GOMES, 2004, Locais do Kindle 5022-5024).

Nesse sentido, Gomes afirma que “a imagem pública de um sujeito qualquer é, pois, um complexo de informações, noções, conceitos, partilhado por uma coletividade qualquer, e que o caracterizam. Imagens públicas são concepções caracterizadoras (GOMES, 2004, Locais do Kindle 4489). E, ainda, as características estáveis que formam as concepções coletivas de um personagem político também formam seu *éthe*, comumente traduzido como caráter. E, por serem teatrais, também constituem sua personalidade, como o texto seguinte busca identificar.

3.2 A noção de *ethos* discursivo e as cenas da enunciação

Neste subcapítulo é apresentada a noção de *ethos* discursivo da retórica de Aristóteles cuja reformulação, proposta por Dominique Maingueneau, é projetada como uma maneira de análise do discurso e análise pragmática, expandindo as noções de *ethos* apresentada por Ducrot e, também, a de quadro figurativo estudada por Benveniste (AMOSSY, 2013). Conforme Amossy (2013), a proposição de Maingueneau busca dar espaço tanto à enunciação quanto ao enunciador na análise do discurso devido à relação que a noção de *ethos* mantém com a “concepção de reflexividade discursiva e a relação entre corpo e discurso que ela implica” (MAINGUENEAU, 2013, p.70), de maneira que seja possível a análise de como é construída a cenografia da autoridade discursiva daquele que enuncia a si mesmo (CARVALHO, 2011).

A cenografia que Maingueneau propõe não é limitada a um cenário, de forma literal. A metáfora é utilizada para representar a “cena de fala que o discurso pressupõe para que possa ser enunciado” (CARVALHO, 2011, p.85), e é desenvolvida à medida em que as ofertas de si mesmo se dão e, citando Ducrot: o “*ethos* se mostra, ele não é dito” (DUCROT, 1984, p.201 apud AMOSSY, 2013, p.71). Por definição,

a palavra *ethos* — do grego, que significa “caráter moral” — está diretamente ligada a outro vocábulo, ética, também originada do grego, *ethike*, que quer dizer “caráter”, “costume” e “modo de ser”. [...] Para os gregos, o *ethos* corresponde à imagem criada pelo orador, no momento da enunciação, com o objetivo claro de convencer o auditório. Sófocles, na obra literária *Antígona*, define *ethos* como o temperamento dominante da personagem, construído através de vontade, hábitos e paixões. Os romanos, por sua vez, tratam o *ethos* como um “retrato”, dado que a sua significação está ligada diretamente à figura do orador. (ARAUJO et. al, 2017, p.186)

Para Maingueneau,

a questão do *ethos* está ligada à da construção da identidade. Cada tomada da palavra implica ao mesmo tempo levar em conta representações que os parceiros fazem um do outro, e a estratégia de um locutor que orienta o discurso de forma a sugerir através dele uma certa identidade. (MAINGUENEAU, 2006, p.56).

Nesse sentido, a análise do *ethos* discursivo não cumpre completamente o papel da investigação quando sumarizada àquilo que consta apenas no papel, ao texto em si, pois sempre existirá uma “voz” por onde a perspectiva subjetiva do locutor se manifesta, além de essa subjetividade discursiva ser, historicamente, um “corpo enunciativo”, que é sempre inserido em algum lugar no espaço-tempo (MAINGUENEAU, 2013). Assim, infere-se que “voz” e “corpo” não são dissociáveis.

Na verdade, o enunciativo deve se conferir, e conferir a seu destinatário, certo status para legitimar seu dizer: ele se outorga no discurso uma posição institucional e marca sua relação com um saber. Ao mesmo tempo, ele mostra certa maneira de dizer, um modo de enunciação. (AMOSSY, 2013, p.16)

Acerca da temática do discurso político, Amossy afirma que “o candidato de um partido pode falar a seus eleitores como homem do povo, como homem experiente, como tecnocrata, etc. [...] (2013, p.16)”. Com isso em vista, a autora afirma que Maingueneau relaciona a noção de *ethos* à noção de tom, “que substitui com vantagens a noção de voz, à medida que remete tanto à escrita quanto à fala” (AMOSSY, 2013, p.16). A noção de tom que Maingueneau apresenta faz referência à presença de vocalidade que qualquer discurso textual carrega e que, devido a isso, possibilita a correlação entre discurso e fonte enunciativa, identificando quem disse. É um conceito que cabe ao discurso oral e escrito; conversa com a distinção entre caracteres que Gilbert (1977) definiu:

Distinguimos caracteres oratórios de caracteres reais. Isso não apresenta dificuldades, pois, quer alguém efetivamente honesto, quer seja piedoso, religioso, modesto, justo, fácil no convívio com o mundo, ou, ao contrário, quer seja corrompido, [...], aqui está o que chamamos caracteres reais. Mas um homem parecer isso ou aquilo pelo discurso, isso se chama caracteres oratórios, quer ele seja tal como pareça ser, quer pareça mesmo sem o ser. Pois pode-se mostrar algo sem sê-lo; e pode-se não parecer tal, e ainda assim o ser; pois isso depende da maneira como se fala (GILBERT, 1977 apud AMOSSY, 2013, p.18)

A noção de *ethos* em Maingueneau abrange a concepção oral do discurso, mas também as características físicas e psíquicas daquele que é o orador, identificado como “fiador”. Nesse

sentido, é atribuído a ele o caráter de corporalidade que faz referências, além das atribuições físicas, à forma com a qual o orador se veste e se movimenta no espaço cenográfico. Os traços psicológicos compõem o “caráter” do fiador. Sob essa perspectiva,

O *ethos* implica assim um controle tácito do corpo, apreendido por meio de um comportamento global. Caráter e corporalidade do fiador apoiam-se, então, sobre um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apoia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar. (MAINGUENEAU, 2013, p.72).

Apesar do fato de o orador ter “a necessidade de se adaptar a seu auditório, portanto, de fazer uma imagem dele e, correlativamente, de construir uma imagem confiável de sua própria pessoa, em função das crenças e valores que ele atribui àqueles que o ouvem (AMOSSY, 2013, p.19), não é necessariamente objetivo que os ouvintes adiram de imediato ao que o enunciador propõe de si por meio de seu discurso, mas sim que, através dele sejam conquistados, uma vez que o público tem a condição de ignorá-lo ou recusá-lo (AMOSSY, 2013). Sob essa perspectiva, é importante constar que, na cenografia, o ouvinte ou leitor, suas características e seu lugar no espaço-tempo ocupado devem ser considerados na perspectiva da análise dos discursos, tendo em vista que a cena tem de ser legitimada e esse processo engloba todos os personagens nela atuantes. Sobre o proposto, “B é um sujeito no mundo que tem uma representação de A anterior - presente (ou ausente) em sua memória discursiva - ao discurso. É precisamente do confronto dessa representação psicossocial de A com o *ethos* [...] do orador que surge uma figura que é a do outro” (ADAM, 2013, p.109).

Segundo Eggs (2013), o *ethos* discursivo se relaciona com as noções de *pathos* que é aquilo o que remete à paixão, ao afeto. O autor defende que *ethos* e *pathos* estão sempre em situação de relação à situação do discurso (cenografia), o que significa dizer que sempre para aqueles que ouvem, naquele lugar em que o discurso se dá, na voz e tom daquele que é o locutor. O autor afirma que a noção *logos*, que engloba o caráter da inferência, do raciocínio e da argumentação, também é relacional ao *ethos* discursivo. Logo, por assim dizer, tem capacidade de convencimento por si mesmo e em si próprio, o que o difere do *ethos* e do *pathos*. Nesse sentido, a “sensibilização afetiva” (EGGS, 2013, p.41) que pode se originar nos ouvintes é dependente do resultado desses três componentes associados.

Aristóteles ensina que o *ethos* somente poderá ser entendido por meio da correlação direta desse conceito com outros dois: os conceitos de pathos — que corresponde às paixões sentidas pelos espectadores e, portanto, à capacidade do orador de despertá-las — e logos — que se relaciona com o raciocínio constitutivo do discurso em si, ou seja, com a habilidade de o orador conduzir o auditório no percurso do pensamento em construção. (ARAUJO et al, 2017, p.186)

Com o exposto, é clara a necessidade da tentativa de compreensão do lugar que cada um dos personagens envolvidos e necessários em um processo de construção do *ethos* discursivo ocupam, pois, por meio desse esforço, é que se pode inferir o significado, por exemplo, do uso de determinada expressão e da omissão de outra.

4 JAIR MESSIAS BOLSONARO

Conforme se apresentou na introdução deste trabalho, o *ethos* discursivo que se pretende analisar é do político Jair Messias Bolsonaro durante o pleito presidencial de 2018. Devido ao fato de a bibliografia científica sobre o político ser restrita, faz-se uso dos esforços de pesquisa em dados apresentados por portais de notícias, além do material produzido e disponibilizado pelo *site* e outros espaços digitais do próprio ator político. Portanto, importa destacar que neste capítulo já se emprega a técnica de pesquisa documental a fim de cumprir o objetivo de coleta e organização dos dados e apresentação descritiva de alguns dos principais fatos da trajetória do candidato Bolsonaro. Os dados aqui destacados são obtidos a partir de fontes secundárias, tais como portais de notícias e páginas oficiais de Bolsonaro, como mencionado. Cabe ressaltar que, de acordo com Gil (1994), não são apenas os documentos escritos que contêm validade para fins de pesquisa científicos, mas “qualquer objeto que possa contribuir para a investigação de determinado fato ou fenômeno” (p.147), tais como os chamados registros episódicos e privados, “construídos principalmente por documentos pessoais e por imagens visuais produzidas pelos meios de comunicação de massa” (GIL, 1994, p.147). Portanto, esta breve descrição das trajetórias militar e política de Bolsonaro é parte das análises propostas para esta monografia, tendo em vista a perspectiva de apresentação do personagem político.

4.1 Trajetória militar

Bolsonaro nasceu na cidade de Campinas, no interior do Estado de São Paulo, em 21 de março de 1955. Seu pai, Percy Geraldo Bolsonaro e sua mãe Olinda Bonturi Bolsonaro tiveram seis filhos. Viveu da infância até a adolescência na cidade de Eldorado, também no interior paulista. Aos quinze anos, viu Carlos Lamarca, fugitivo da Ditadura Militar, se refugiar na cidade interiorana de Eldorado e o embate que se deu a partir disso: fiscalizações constantes por parte da Polícia como medida de investigação e os bloqueios das estradas. O contato com esse cenário fez com que Bolsonaro tivesse o interesse pelos caminhos militares despertado, segundo informações trazidas por Benites (2018)²⁵. Mais tarde, em 1977, pela Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN),

²⁵BENITES, Afonso et. al. Retrato de um ultra a um passo de governar o Brasi: vida e ascensão do capitão Bolsonaro. In: El País. Disponível em: <<https://goo.gl/NJJwFh>> Acesso em 23 de out.2018.

formou-se oficial e concluiu o curso de paraquedismo militar na Brigada Paraquedista do Rio de Janeiro (Figura 3).

Figura 3: Bolsonaro, à esquerda, em ocasião da formatura na AMAN, em 1977.



Fonte: Nexo. Disponível em: <<https://goo.gl/Xi86Lh>> Acesso em: 31 de outubro de 2018.

Em 1983, concluiu o curso de Educação Física na Escola Física do Exército, alcançando o título de mestre em saltos pela Brigada Paraquedista do Rio de Janeiro, segundo pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Faculdade Getúlio Vargas (FGV, [200-?])²⁶. De acordo com Chapola (2018), há documentado no Superior Tribunal Militar dois processos disciplinares destinados a Bolsonaro. Em 1986, a revista *Veja* publicou um artigo cuja autoria, de Jair Bolsonaro, à época Capitão do Exército, reclamava as condições de política salarial destinada à categoria dos militares. Intitulado “O salário está baixo” (Figura 4), o texto buscou apresentar as motivações que fizeram com que dezenas de militares da Academia Militar das Agulhas Negras solicitassem suas saídas da instituição.

Figura 4: Texto de Jair Bolsonaro publicado em 3 de setembro de 1986 pela revista *Veja*.

²⁶ FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Jair Messias Bolsonaro. Disponível em: <<https://goo.gl/yx72Do>> Acesso em 24 de outubro de 2018.

Ponto de Vista

O salário está baixo

Capitão Jair Messias Bolsonaro

Há poucos dias a imprensa divulgou o desligamento de dezenas de cadetes da Academia Militar das Agulhas Negras por homossexualismo, consumo de drogas e uma suposta falta de vocação para a carreira. Em nome da verdade, é preciso esclarecer que, embora tenham ocorrido efetivamente casos residuais envolvendo a prática do homossexualismo, consumo de drogas e mesmo indisciplina, o motivo de fundo é outro. Mais de 90% das evasões se deram devido à crise financeira que assola a massa dos oficiais e sargentos do Exército brasileiro. Uma crise e uma falta de perspectiva profissional cujos reflexos de desestímulo já atingem a Academia das Agulhas Negras, celeiro histórico da oficialidade da força terrestre — que hoje se encontra ameaçada.

É de conhecimento de todos que o funcionalismo público vem sofrendo muito nos últimos anos. Já no subterfúgio da concessão da semestralidade, a inflação anual referente a 1983 foi dividida: uma parte do reajuste foi concedida em 1.º de janeiro de 1984 e a outra em 1.º de julho do mesmo ano. Esta última data serviu de base da nova referência para os reajustes seguintes. Com isso, a inflação do primeiro semestre de 1984 foi simplesmente considerada absorvida — ou terada — para os funcionários públicos. Agora, na Nova República, novamente sofremos uma grande perda salarial: a maioria dos trabalhadores, através de lutas sindicais que nos são expressamente proibidas, gozava de aumentos, trimestralidade, bônus e outros ganhos que foram incorporados aos salários. Como não tínhamos esse privilégio, perdemos novamente o equivalente a três meses de inflação na época em que ela corria consideravelmente o poder aquisitivo da população. Curiosamente, a reposição que nos foi negada beneficiou a quase totalidade dos funcionários das empresas estatais.

Como capitão do Exército brasileiro, da ativa, sou obrigado pela minha consciência a confessar que a tropa vive uma situação crítica no que se refere a vencimentos. Uma rápida passada de olhos na tabela de salários do contingente que inclui de terceiros-sargentos a capitães demonstra, por exemplo, que um capitão com oito a nove anos de permanência no posto recebe — incluindo soldo, quinquênio, habitação militar, indenização de tropa, representação e moradia, descontados o fundo de saúde e a pensão militar — exatos 10 433 cruzados por mês. Um terceiro-sargento, com o mesmo tempo de permanência e os mesmos adicionais, não passa dos 4 134 cruzados. Estes números, aliás, pertencem a um universo salarial cuja mobilidade — ou perspectiva de ascensão profissional e hierárquica — pode ser medida com dois exemplos: um sargento, para atingir a faixa salarial de um aspirante a oficial, deve ter no mínimo 24 anos de serviço. É um aspirante a oficial, para chegar a major, deve necessariamente ter, no mínimo, quinze anos de quartel, contados a partir da data de sua declaração a aspirante.



Descontentes e sem perspectivas, os cadetes estão abandonando a Academia das Agulhas Negras

Este quadro é a causa sem retrocessos da evasão, até agora, de mais de oitenta cadetes da AMAN. Eles solicitaram desligamento. Não foram expulsos, como sugere o noticiário. Afinal, um homem que dedica os melhores anos de sua vida à carreira militar, enfrentando, nos corpos da tropa, um ritmo de trabalho não inferior a 48 horas semanais, com serviços aos sábados, domingos e feriados, instruções noturnas, marchas, acampamentos e outras atividades típicas da vida dos quartéis, não pode simplesmente pensar em patriotismo — como querem muitos — quando não pode sequer sonhar em constituir condignamente uma família.

Nas constantes transferências a que somos submetidos, para os mais distantes pontos do Brasil, sempre estamos sujeitos a aluguéis residenciais. Com exceção de Brasília, raras são as unidades que oferecem residência a oficiais e sargentos. Como o aluguel, no mercado, quase nunca é inferior a 5 000 cruzados, um capitão casado se vê diante da sombra da catástrofe quando planeja seu orçamento familiar. Com cerca de 60% do salário comprometido apenas com a moradia, restam-rhos 4 500 cruzados para educação dos filhos, alimentação, transporte, lazer, vestuário, fardamento etc. Isso é deprimente para um oficial que tem curso superior e, quase sempre, vários cursos militares.

Não pleiteio aumento salarial. Reclamo — como fariam, se pudessem, meus colegas — um vencimento digno da confiança que meus superiores depositam em mim. Muitos reclamam da não tributação do imposto de renda sobre os vencimentos brutos dos oficiais e sargentos. Ora, se isso ocorrer, depauperaríamos com a inconcebível circunstância de um aspirante a oficial do Exército — homem de elite e cheio de sonhos de carreira — ter que sobreviver com menos de 5 000 cruzados mensais. Um salário inferior ao de muitos técnicos e funcionários sem qualificação de muitas estatais, como o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal e a Petrobrás.

Torno público este depoimento para que o povo brasileiro saiba a verdade sobre o que está ocorrendo na massa de profissionais preparados para defendê-lo. Corro o risco de ver minha carreira de devoto militar seriamente ameaçada, mas a imposição da crise e da falta de perspectiva que enfrentamos é maior. Sou um cidadão brasileiro cumpridor dos meus deveres, patriota e portador de uma excelente folha de serviços. Apesar disso, não consigo sonhar com as necessidades mínimas que uma pessoa do meu nível cultural e social poderia almejar. Amo o Brasil e não sofro de nenhum desvio vocacional. Brasil acima de tudo.

Jair Messias Bolsonaro é capitão de artilharia do 8.º Grupo de Artilharia de Campanha, pára-quedista, 31 anos, casado e pai de três filhos.

154 VEJA, 3 DE SETEMBRO, 1986

Fonte: Veja. Disponível em: <<https://goo.gl/p7crQU>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

No artigo, Bolsonaro escreveu:

Há poucos dias a imprensa divulgou o desligamento de dezenas de cadetes da Academia Militar das Agulhas Negras por homossexualismo, consumo de drogas e uma suposta falta de vocação para a carreira. Em nome da verdade, embora tenham ocorrido efetivamente casos residuais envolvendo a prática do homossexualismo, consumo de drogas e mesmo indisciplina, o motivo de fundo é outro. Mais de 90% das evasões se deram devido à crise financeira que assola a massa dos oficiais e sargentos do Exército brasileiro.

O oficial finalizou o texto afirmando que um “homem de elite e cheio de sonhos”, como ele, pessoa do seu “nível cultural e social” não teria como cumprir com seus desejos básicos considerando o valor de vencimento destinado aos militares. Após essa publicação, Bolsonaro foi preso por 15 dias, pois o Comitê interno do Exército viu a atitude como “indiscreta” (Figura 5), caracterizando “transgressão grave” (VEJA, 2017). Segundo a revista Veja (2017), a prisão de Bolsonaro foi um dos motivos que levou as esposas de oficiais a realizarem uma onda de protestos à época.

Figura 5: Documento que registra a punição destinada a Bolsonaro.

bal que lhe facultasse a correta análise; por ter sido indiscreto na abordagem de assuntos de caráter oficial comprometendo a disciplina; por ter censurado a política governamental; por ter ferido a ética gerando clima de inquietação no âmbito da OM, da GU e da força e por ter contribuído para prejudicar o excelente conceito da tropa Para-quedista no âmbito do Exército e da Na-

Fonte: VALENTE, Rubens. In: Folha de S.Paulo 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/wCWTR1>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

No ano seguinte, na edição de 25 de outubro de 1987 da revista Veja, a reportagem “Pôr bombas nos quartéis, um plano na Esao (Escola Superior de Aperfeiçoamento de Oficiais)” apresentava um plano para explodir bombas em locais estratégicos do Exército do Rio de Janeiro e que teria sido apresentada e explicada por Bolsonaro e um segundo oficial não identificado, alcunhado de “Xerife” (Figura 6). Segundo a reportagem,

O plano consistia num protesto à bomba contra o índice de aumento para os militares que o governo anunciaria nos próximos dias. Caso o reajuste ficasse abaixo de 60%, algumas bombas seriam detonadas nos banheiros da Esao, sempre com a preocupação de evitar que houvesse feridos. Simultaneamente, haveria explosões na Academia Militar das Agulhas Negras e em outras unidades do Exército. [...] Sem o menor constrangimento, o capitão Bolsonaro deu uma detalhada explicação sobre como construir uma bomba-relógio. O explosivo seria o trinitrotolueno, o TNT, a popular dinamite. O plano dos oficiais foi feito para que não houvesse vítimas. A intenção era demonstrar a insatisfação com os salários e criar problemas para o ministro Leônidas²⁷. **De acordo com Bolsonaro, se algum dia o ministro do Exército resolvesse articular um novo golpe militar, ‘ele é que acabaria golpeado por sua própria tropa, que se recusaria a obedecê-lo’. ‘Nosso Exército é uma vergonha nacional, e o ministro está se saindo como um segundo Pinochet’, afirmou Bolsonaro. (VEJA, 1987, grifos meus).**

Figura 6: Reportagem “Pôr bombas nos quartéis, um plano na Esao”, de de outubro de 1987.

²⁷ Leônidas Pires Gonçalves foi ministro do Exército no Governo de Joé Sarney (1985-1990)



Fonte: Veja. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/eZsxUd>> Acesso em 02 de outubro de 2018.

Apesar de a revista *Veja* ter divulgado, em novembro do mesmo ano, cópia dos croquis “feitos à mão pelo próprio Bolsonaro que mostrava a adutora de Guandu, que abastece o Rio de Janeiro, e o rabisco de uma carga de dinamite detonável por intermédio de um mecanismo elétrico instalado num relógio” (VEJA, 2017), e, após, a perícia grafotécnica conduzida pela Polícia Federal afirmar sua autoria e, por conta disso, ter sido considerado culpado pelo Conselho de Justificação, Bolsonaro foi considerado “não culpado”, posteriormente, em 1988, com 4 votos a 8, após recorrer ao Superior Tribunal Militar (STM) (VEJA, 2017) e responder a um Conselho de Justificação, composto por três coronéis (CONGRESSO EM FOCO, 2017)²⁸, conforme matéria publicada pelo jornal *Folha de S.Paulo*²⁹ (2017). No mesmo ano, graças à projeção adquirida nos meios militares, conforme apontado pela FGV (200-[?]), ingressou na Reserva do Exército após vitória na disputa por uma cadeira na Câmara Municipal do Rio de Janeiro. A carreira política de Jair Messias Bolsonaro será abordada no subcapítulo a seguir.

²⁸ Tudo o que você sempre quis saber sobre Bolsonaro, mas tinha medo de perguntar. In: Congresso em Foco Publicado em dezembro de 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/kNYTLW>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

²⁹ VALENTE, Rubens. In: *Folha de S.Paulo* 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/wCWTR1>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

4.2 Trajetória política

Em janeiro de 1989, Bolsonaro assumiu o cargo de vereador pela cidade do Rio de Janeiro, na legenda do Partido Democrata Cristão (PDC). Conforme apontado por Jansen³⁰ (2017), a experiência como vereador o revelou “conservador, pronto a defender os militares, mas pouco participativo nas plenárias, geralmente calado” (JANSEN, 2017). A passagem pela Câmara Municipal fluminense foi curta, pois, nas eleições seguintes à Câmara dos Deputados, em 1990, saiu vitorioso com 67.041 votos válidos³¹, iniciando sua carreira como deputado federal pelo estado do Rio de Janeiro, que duraria 28 anos. No começo do seu primeiro mandato como deputado federal, em janeiro de 1991, passou a integrar a Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público (FGV, [200-?])³². Destaca-se seu voto a favor do impeachment do Ex-Presidente Fernando Collor³³, junto de 441 deputados (SARDINHA, 2016).

Em 1993, após a fusão do Partido Democrata Cristão (PDC) com o Partido Democrático Social (PDS), criou-se o Partido Progressista Reformador (PPR), que passou a ser a sigla adotada por Bolsonaro. Destacado pelo jornal Estadão, Bolsonaro defendeu, em discurso proferido no dia 24 de junho de 1993, ainda no seu primeiro mandato, a “volta de um regime de exceção com tempo determinado e o fechamento do poder legislativo” (MORAES e SENA, s/p, 2018)³⁴, afirmando que os problemas do país não teriam solução em uma democracia - considerada por ele - irresponsável.

Apesar disso, o deputado venceu as eleições de 1994 (Figura 7) com 111.927 dos votos válidos³⁵. No ano seguinte, 1995, Bolsonaro transferiu-se para a agremiação do PPR com o Partido Progressista (PP), o Partido Progressista Brasileiro (PPB). Ainda nesse ano, votou favoravelmente “à quebra do monopólio dos governos estaduais na distribuição de gás canalizado e à mudança no conceito de empresa nacional” (FGV, [200-?]).

³⁰ JANSEN, Roberta. Como vereador, projeto de transporte gratuito para tropas. In: Estadão. Publicado em: novembro de 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/CvkXna>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

³¹ MORAES, Igor. SENA, Victor. Quem é Jair Bolsonaro? Conheça a história do novo presidente eleito do Brasil. In: Estadão. Publicado em: outubro de 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/oPpwf4>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

³² FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Jair Messias Bolsonaro. Disponível em: <<https://goo.gl/yx72Do>> Acesso em 24 de outubro de 2018.

³³ SARDINHA, Edson. Do atual congresso, 42 votaram impeachment de Collor. In: Congresso em Foco. Publicado em: abril de 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/A1ojMy>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

³⁴ MORAES, Igor. SENA, Victor. Quem é Jair Bolsonaro? In: Terra. Disponível em: <<https://goo.gl/SV4yqg>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

³⁵ Tribunal Superior Eleitoral. Eleições 1994. Disponível em: <<https://goo.gl/SBYXx6>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

Figura 7: Bolsonaro em seu gabinete em 1995.



Fonte: Estadão (2018). Disponível em: <<https://goo.gl/VMNTBz>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

Passou a integrar a Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional em fevereiro de 1997. Em novembro, Bolsonaro foi contrário ao projeto que propunha que servidores públicos pudessem ser demitidos por mau desempenho ou se os valores de vencimentos com pessoal ultrapassassem 60% do que o Estado arrecadasse (FGV, [200-?]). Em março de 1998, último ano do seu segundo mandato, Bolsonaro foi candidato à presidência da Comissão de Direitos Humanos da Câmara. A partir disso, enfrentou a reação de alguns setores da sociedade, tendo em vista que, à época, o político “defendeu a pena de morte, a prisão perpétua, o regime de trabalhos forçados para condenados, a redução da maioria para 16 anos e um rígido controle da natalidade como maneira eficaz de combate à miséria e à violência” (FGV, [200-?]). Algumas dessas afirmações eram direcionadas aos 9 sequestradores estrangeiros do empresário Abílio Diniz³⁶. O jornal O Estado de S.Paulo trouxe a fala³⁷ do deputado em matéria publicada em abril de 1998:

O deputado federal Jair Bolsonaro (PPB-RJ) defendeu ontem a adoção de pena de morte para os cinco chilenos, dois argentinos e dois canadenses condenados no Brasil pelo sequestro do empresário Abílio Diniz. Antes da execução da pena, ele ressalta que os “sequestradores devem ser torturados para revelar os nomes de todos os seus cúmplices”. Capitão da reserva do Exército, Bolsonaro defende que esse processo seja aplicado a todos os condenados por sequestro e estupro no Brasil. “Esses vagabundos deveriam estar todos mortos, mas antes devem ser torturados para contar quem são os integrantes de suas

³⁶ Em 1989, o empresário Abílio Diniz foi sequestrado por integrantes do MIR (Movimento de Esquerda Revolucionária), do Chile.

³⁷ MORAES, Igor. SENA, Victor. Quem é Jair Bolsonaro? Conheça a história do novo presidente eleito do Brasil. In: Estadão. Publicado em: outubro de 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/oPpwf4>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

quadrilhas”, pregou Bolsonaro. (Jornal o Estado de S. Paulo. Ed. de 18 de abril de 1998 - p. 24)

Bolsonaro venceu as eleições de 1998 com 102.893 dos votos válidos³⁸, também pelo PPB. Em maio de 1999, em entrevista à TV Bandeirantes, afirmou que o Congresso Nacional deveria ser fechado e que o número de mortos no período da ditadura militar deveria ser maior: “No período da ditadura, deviam ter fuzilado uns 30 mil corruptos, a começar pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, que era das esquerdas, o que seria um grande ganho para a nação (Jair Bolsonaro, Programa Câmara Aberta, na TV Bandeirantes, em 1999)³⁹. Houve reações da Mesa Diretora da Casa à época (Figura 8), como a proposta de suspensão por um mês do mandato do deputado, mas Bolsonaro não respondeu a processo algum e o Presidente da Câmara acabou por censurá-lo, não exigir retratação (FGV, [200-?]). Em agosto de 1999, o deputado foi acusado de nepotismo⁴⁰, devido ao fato de sua companheira, sua cunhada e seu sogro estarem empregados na Câmara. Justificou que estavam em processo de separação conjugal e, por isso, a acusação não se sustentava⁴¹.

Figura 8: Publicação sobre estudo de punição a Bolsonaro.

Cúpula da Câmara estuda punição de Bolsonaro

Deputado defendeu na TV fechamento do Congresso e disse que FHC deveria ter sido fuzilado pelos militares

LEÍDE ALBUQUERQUE

BRASÍLIA - A Mesa da Câmara deve reunir-se hoje e decidir se abre sindicância para apurar declarações políticas do deputado Jair Bolsonaro (PPB-RJ), veiculadas na madrugada de domingo na TV Bandeirantes, no programa Câmara Aberta. No programa, o parlamentar sugeriu o fechamento do Congresso e afirmou que, no período da ditadura, deveriam ter sido fuzilados “30 mil corruptos, a começar pelo presidente Fernando Henrique Cardoso”. Outros de manhã, ele realizou sua última e disse que apenas respeito na entrevista o que costuma dizer na tribuna da Câmara, onde os colegas “já estão acostumados” com suas opiniões.

De acordo com o corregedor-geral da Câmara, Severino Cavalcanti (PPB-PE), “dependendo do lapso de tempo do deputado”, a secretaria pode entrar com uma representação alegando quebra de decoro parlamentar, o que poderá culminar na cassação de seu mandato, após processo. O regimento da Casa prevê, ainda, em casos considerados menos graves de quebra de decoro, que o parlamentar seja suspenso por 30 dias. Ao saber das declarações de Bolsonaro, o presidente do Senado, Antonio Carlos Magalhães



Repetição de deputado diz que colegas “já estão acostumados” com opiniões

ACM SUGERE CASSAÇÃO DO PARLAMENTAR

(PFL-BA) sugeriu sua cassação: “Se ele prega isso, deveriam cassar o mandato dele”.

disse ACM: “Não vi a entrevista e não tenho de tomar conhecimento das locuções de alguns que esten-

dentamente está perdendo o senso e o juízo”. Fernando Henrique comentou, por intermédio de seu porta-voz, Georges Lamazière, que as afirmações de Bolsonaro “demonstram que ele não se converteu à democracia”. Segundo o

do Henrique, que era das esquerdas, o que seria um grande ganho para a Nação”, atacou. Ao ser questionado sobre a possibilidade dos direitos humanos no País, Bolsonaro criticou o secretário-geral de Direitos Humanos, José Giorgio: “É um absurdo o secretário ter ido a São Paulo visitar os seqüestradores de Abílio Diniz (empresário), com isso, ele demonstra ter mais interesse na cabeça do que Sérgio Motta (ministro das Comunicações morto e seu genocídio tinha na cabeça)”, disse.

O deputado criticou ainda o relator da reforma tributária, deputado Marcos Diniz (PFL-PI), que estaria defendendo uma alíquota de 40% no Imposto de Renda para faixa de ganho mais alta. “Este deputado não deve viver de salário para falar um absurdo disso”, disse. Capitão da reserva do Exército, Bolsonaro é conhecido por suas posições radicais, como a mutilação da pena de morte. Outros não descartaram retribuição das declarações: “Aí já tentaram me processar em 1992 porque eu disse que deviam fechar o Congresso”, lembrou.

Ele disse ter “mais medo de ser cassado e impedido de falar o que pensa” do que ser o mandato cassado. Bolsonaro disse que suas declarações estão “protegidas” pela imunidade parlamentar, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), por que não, possuiu o Congresso e o Executivo. “Ele não identifica a quem se refere quando falou de corruptos no Congresso”. “Você que me deitar mal com meus colegas?”, perguntou.

Colaboração Wilson Faria

³⁸ Tribunal Superior Eleitoral. Resultado da eleição 1998. Disponível em: <<https://goo.gl/4QotcE>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

³⁹ Jair Bolsonaro. Programa Câmara Aberta, na TV Bandeirantes, em 1999. Disponível em: <<https://goo.gl/uYxTsf>> Acesso em 03 de novembro de 2018.

⁴⁰ FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Jair Messias Bolsonaro. Disponível em: <<https://goo.gl/yx72Do>> Acesso em 24 de outubro de 2018.

⁴¹ CONGRESSO EM FOCO. Tudo o que você sempre quis saber sobre Bolsonaro, mas tinha medo de perguntar. Publicado em dezembro de 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/kNYTLW>> Acesso em 02 de novembro de 2018.

Fonte: Jornal O Estado de S.Paulo. Ed. 25 de maio de 1999. Disponível em: <<https://goo.gl/hvDfUu>>
Acesso em: 03 de novembro de 2018.

Bolsonaro obteve, nas eleições de 2002, 88.945⁴² dos votos válidos, reelegendo-se como deputado federal pela quarta vez consecutiva. Foi titular das comissões de Constituição e Justiça e de Cidadania; de Relações Exteriores e de Defesa Nacional, e de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado. Em 2003, filiou-se ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). No início de 2005, filiou-se ao Partido da Frente Liberal (PFL). Em abril do mesmo ano, migrou para o Partido Progressista (PP), que passou a ser a denominação do PPB, agremiação pela qual já havia passado.

Ainda sobre seu quarto mandato, a pesquisa realizada pelo CPDOC da Faculdade Getúlio Vargas (FGV) afirma que

Bolsonaro sempre foi crítico das políticas de memória defendidas e implantadas pelos governos civis, defendendo sistematicamente a atuação do regime militar. Dedicou-se a defender em especial a repressão à Guerrilha do Araguaia. Em 2006, quando o governo federal determinou que se fizessem esforços para que os restos mortais dos guerrilheiros desaparecidos em combates com as forças armadas fossem localizados, mandou confeccionar e expôs cartazes com os dizeres “Araguaia: quem procura osso é cachorro”.

Nas eleições de 2006 foi eleito com 99.700⁴³ votos. Na sua quinta legislatura foi membro titular das comissões de Constituição e Justiça e de Cidadania; de Relações Exteriores e de Defesa Nacional, e também de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado, conforme dados apresentados no site da Câmara dos Deputados⁴⁴. 120.646⁴⁵ foi o número de votos válidos que fizeram Bolsonaro vitorioso nas eleições de 2010, pelo PP. No final do sexto mandato, em 2014, Bolsonaro, em sessão plenária, disse à deputada Maria do Rosário (PT-RS) que não a estupraria por ela “não merecer”. Enquanto a deputada deixava o plenário, falou à tribuna: “fica aí, Maria do Rosário, fica. Há poucos dias, tu me chamou de estuprador, no Salão Verde, e eu falei que não ia estuprar você porque você não merece. Fica aqui pra ouvir”⁴⁶. Em 2003 o deputado dirigiu à Maria

⁴² TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resultados das eleições 2002. Disponível em: <<https://goo.gl/mQvPXF>>
Acesso em 03 de novembro de 2018.

⁴³ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resultado da eleição 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/j2wWu1>>
Acesso em 03 de nov.2018.

⁴⁴ CÂMARA DOS DEPUTADOS. Quem são os deputados: biografia Jair Bolsonaro PSL/RJ. Disponível em: <<https://goo.gl/oK6CW4>> Acesso em 03 de nov.2018.

⁴⁵ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Eleições 2010: Estatísticas de Resultados - Resultado da Eleição. Disponível em: <<https://goo.gl/abmq4z>> Acesso em 03 de nov.2018.

⁴⁶ CALGARO, Fernanda. Bolsonaro repete que estupra deputada porque ela ‘não merece’. In: G1. Disponível em: <<https://goo.gl/JTKum6>> Acesso em 03 de nov.2018.

do Rosário fala parecida. Pelo episódio de 2014 tornou-se réu⁴⁷, em um processo por suposta apologia ao crime e injúria, pela Corte do Supremo Tribunal Federal.

Em 2014, depois de 24 anos na mesma Câmara, foi o deputado mais votado do estado do Rio de Janeiro, alcançando o número de 464⁴⁸ mil votos válidos nas eleições. Na sétima legislatura teve sua primeira proposta de emenda constitucional (PEC) aprovada no Congresso Nacional⁴⁹. O texto propunha a emissão de um “recibo” com o intuito de que os cidadãos confirmem os votos depositados nas urnas eletrônicas nas ocasiões de eleição. Conforme pesquisa conduzida por Lindner (2017), Bolsonaro teve dois projetos aprovados, de um total de 171 apresentados, em 26 anos atuante como deputado federal pelo estado do Rio de Janeiro. Os dois segmentos mais abordados nos projetos de autoria de Bolsonaro são o militar e da segurança pública.

Em 2016 filiou-se ao Partido Social Cristão (PSC) e, ainda nesse ano, durante votação do processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff (PT), pelo qual foi favorável, dedicou seu voto ao ex-chefe do Destacamento de Operações de Informação - Centro de Operações de Defesa Interna DOI-Codi, o Coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, que havia sido condenado, em 2015, por sequestro e tortura. Na tribuna, o deputado disse:

Perderam em 1964, perderam agora em 2016. Pela família, pela inocência das crianças em sala de aula, que o PT nunca teve, contra o comunismo, pela nossa liberdade, contra o Foro de São Paulo, pela memória do Coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff, pelo exército de Caxias, pelas Forças Armadas, pelo Brasil acima de tudo e por Deus acima de tudo, o meu voto é sim.⁵⁰

Bolsonaro filiou-se ao Partido Social Liberal (PSL) em março de 2018 e, no discurso de filiação, anunciou sua pré-candidatura às eleições para presidente que aconteceriam dali seis meses. Em 20 de agosto de 2018, em pesquisa divulgada pelo Instituto Datafolha⁵¹, verificou-se que o perfil do eleitor de Bolsonaro, no cenário de concorrência à presidência, era majoritariamente masculino (30%), com ensino superior completo (27%), cuja renda familiar mensal era de mais de

⁴⁷ RAMALHO, Renan. Bolsonaro vira réu por falar que Maria do Rosário não merece ser estuprada. In: G1. Disponível em: <<https://goo.gl/42Ss72>> Acesso em 03 de nov.2018.

⁴⁸ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Eleições 2014: Repositório de dados eleitorais. Disponível em: <<https://goo.gl/ab7b2Y>> Acesso em 03 de nov.2018.

⁴⁹ PRAGMATISMO POLÍTICO. Jair Bolsonaro aprova 1ª emenda em 25 anos de legislatura. Disponível em: <<https://goo.gl/JBr3to>> Acesso em 03 de nov.2018.

⁵⁰ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro homenageia Ustra na votação do impeachment de Dilma”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YDs7gC2CAZY>> Acesso em 04 de nov.2018.

⁵¹ INSTITUTO DATAFOLHA DE PESQUISAS: 39% votariam em Lula; sem petista, Bolsonaro lidera disputa presidencial. Disponível em: <<https://goo.gl/xcl1AQ6>> Acesso em 04 de nov.2018

10 salários mínimos (30%). Importante constar que, também apontado pela pesquisa, na disputa presidencial Bolsonaro era o mais rejeitado pelo eleitorado feminino (43%).

Nesse contexto, iniciou-se a articulação de mulheres por meio da internet, em um grupo virtual no Facebook, que reuniu, em dois dias, mais de dois milhões de usuárias da rede, conforme apontado por Matsuura (2018). O grupo, intitulado Mulheres Contra Bolsonaro, deu força para a criação do movimento #EleNão, tornando público, em atos organizados pelo país, a vontade dos manifestantes de não serem representados por Jair Bolsonaro. A *hashtag*⁵², conforme Simões (2018), cujo primeiro registro data de 12 de setembro teve 1,6 milhões de menções até o dia 24 do mesmo mês. A maior manifestação pública vinculada ao movimento #EleNão aconteceu no dia 29 de setembro (Figuras 9, 10, 11, 12) em 114 cidades distribuídas em todos os estados do país, conforme dados publicados pelo portal de notícias G1⁵³. Nas palavras de Pinto⁵⁴, foi “a maior manifestação de mulheres na história do Brasil” (s/p, 2018).

Figura 9: Manifestação contra Jair Bolsonaro no Largo da Batata, na zona oeste de São Paulo.



Fonte: G1. Disponível em: <https://goo.gl/c7ZCsh> Acesso em 04 de nov.2018

Figura 10: Manifestação contra Jair Bolsonaro na Cinelândia, Rio de Janeiro.



Fonte: G1. Disponível em: <https://goo.gl/c7ZCsh> Acesso em 04 de nov.2018

Figura 11: Manifestação contra Jair Bolsonaro no Largo São Sebastião, em Manaus.

⁵² Conforme Mendes, *hashtags* “são muito utilizadas em redes sociais como forma de indexar postagens com o mesmo tema e facilitar a recuperação de informação, visto que, ao clicar sobre uma hashtag, tem-se acesso a todas as postagens etiquetadas da mesma maneira. Além disso, o uso dessa ferramenta favorece o compartilhamento de informações e a interação nas redes sociais.. [...] Nesse sentido, o uso de uma hashtag pode ser pensado como um elemento definidor de uma comunidade discursiva” (2018, p.216)

⁵³ G1. Protestos contra Bolsonaro ocorrem em 26 estados e DF; atos a favor, em 16. Disponível em: <https://goo.gl/wvxdjj> Acesso em 04 de nov.2018.

⁵⁴ Céli Regina Jardim Pinto em entrevista concedida ao portal BBC Brasil. Disponível em: <https://goo.gl/HoUPLK> Acesso em 04 de nov.2018.



Fonte: G1. Disponível em:
<<https://goo.gl/c7ZCsh>> Acesso em 04 de
nov.2018

Figura 12: Manifestantes contra Bolsonaro em São Paulo.



Fonte: El País. Disponível em:
<<https://goo.gl/qhrwvn>> Acesso em 04 de
nov.2018.

Após breve apresentação das trajetórias militar e política de Jair Bolsonaro, o esforço que se faz no capítulo seguinte é a análise do seu *ethos* discursivo em vídeos durante o pleito presidencial de 2018. Bolsonaro se candidatou à presidência sob a coligação “Brasil Acima de Tudo, Deus acima de Todos” (PSL-PRTB). Os principais opositores políticos foram: Fernando Haddad, na coligação “O Povo Feliz De Novo” (PT/PCdoB/PROS), Ciro Gomes e a coligação “Brasil Soberano” (PDT/AVANTE), Geraldo Alckmin sob a coligação “Para Unir o Brasil” (PSDB/PTB/PP/PR/DEM/SOLIDARIEDADE/PPS/PRB/PSD), Marina Silva na coligação “Unidos para Transformar o Brasil” (REDE/PV).

5 *ETHOS* DISCURSIVO: JAIR BOLSONARO E AS OFERTAS DE SI EM VÍDEOS

Neste capítulo, em perspectiva de responder aos objetivos de pesquisa, realiza-se a análise do material empírico. Nessa direção, e antes da análise propriamente dita, inicia-se por apresentar os procedimentos metodológicos adotados para a coleta dos vídeos de Jair Bolsonaro, bem como destacam-se os critérios que foram empregados para a seleção dos vídeos que compõem o *corpus* empírico. Na sequência, descrevem-se os procedimentos empregados para a análise desses documentos. Por fim, realiza-se a análise dos vídeos com o propósito de evidenciar o *ethos* discursivo de Jair Bolsonaro atualizado nesses documentos.

5.1 Procedimentos metodológicos

Para atingir os objetivos propostos para esta monografia, destacamos que também a organização do *corpus* empírico compreendeu o emprego da técnica de pesquisa documental. Assim, após pesquisa exploratória, seguindo os critérios que serão descritos no próximo tópico, os vídeos foram selecionados e organizados para análise.

Quanto aos procedimentos adotados para análise dos vídeos, cabe destacar que foi empregada a técnica de “análise e interpretação” (GIL, 1994). Conforme Gil (1994), os conceitos de análise e de interpretação são distintos, mas inerentes. Sob a perspectiva do autor, a análise busca a organização dos dados de uma maneira que sejam fontes de respostas aos problemas propostos. A interpretação investiga “o sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos” (GIL, 1994, p.156). Nesse sentido, a análise é integrativa ao universo teórico e ao cenário político-social que serve como contexto às inferências aqui apresentadas.

Nesse sentido, o *corpus* empírico é analisado interpretativamente com o objetivo de explicitar o *ethos* discursivo do candidato Jair Messias Bolsonaro. Para isso, os vídeos são analisados separadamente, sendo que a discussão dos dados é realizada nas considerações finais. Como forma de organização das análises, cada vídeo é apresentado de modo sucinto, destacando alguns aspectos de seu contexto e, na sequência, é realizada a análise estrutural e do *ethos*.

5.2 Procedimentos para a seleção dos materiais analisados

Antes de apresentar os critérios para a seleção e, particularmente, o *corpus* empírico, importa que algumas informações sejam destacadas para melhor explicitar os motivos que levaram à tomada de decisões sobre quais materiais analisar.

A proposta inicial era a de analisar os vídeos produzidos pela assessoria de Bolsonaro e veiculados em seu canal no Youtube no período da disputa eleitoral. Entretanto, ao investigar, em pesquisa exploratória, a produção audiovisual produzida e veiculada pelas mídias sociais digitais do candidato, percebeu-se que a análise de apenas esse material não permitiria alcançar os objetivos propostos pelo presente trabalho, devido ao fato de que grande parte do material veiculado nas páginas oficiais do candidato era de compilados de suas visitas e eventos eleitorais, onde o foco eram as reações de quem o recebia em ocasiões desse tipo. Nesse sentido, avaliaram-se os demais vídeos disponibilizados nas páginas do candidato e averiguou-se que muito material que ali constava era reprodução daquilo que seus apoiadores produziam. Não se caracterizavam, portanto, como materiais oficiais do personagem político. Sob essa perspectiva, optou-se pela análise dos vídeos veiculados na televisão, no horário eleitoral obrigatório. Mas, devido à regra do Tribunal Superior Eleitoral para tempo de televisão adquirido, os vídeos do candidato Jair Bolsonaro não ultrapassavam os oito segundos permitidos e, após análise de três vídeos veiculados nessas condições, chegou-se à conclusão que, novamente, os objetivos não seriam alcançados.

Nesse contexto, e, considerando-se que o candidato é o que tinha o maior número de alcance virtual, optou-se pela análise, também, de duas das suas transmissões ao vivo que se deram no intervalo de 16 de agosto a 26 de outubro, em consonância com a análise de três vídeos veiculados na televisão no horário eleitoral obrigatório. Para a seleção do material analisado, todos vídeos veiculados na campanha e, também, todas as transmissões ao vivo realizadas no período mencionado foram assistidos e, dentre esses, procuramos priorizar aqueles que pudessem dar mais subsídios à pesquisa e que apresentassem diferentes ofertas de imagem.

Para melhor evidenciar as decisões tomadas, é preciso destacar algumas informações. No dia 06 de setembro, Bolsonaro sofreu um atentado durante evento eleitoral na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. O candidato foi esfaqueado na região do abdômen antes de

realizar o comício programado. Entende-se que o ocorrido configurou-se em um espetáculo político-midiático, pois, conforme apontado por Weber (2011), um acontecimento transforma-se em espetáculo quando carrega consigo poder político e midiático e tem capacidade de impactar, em algum nível, a vida dos indivíduos e da sociedade de alguma maneira. Segundo pesquisa conduzida pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), o ataque de que Bolsonaro foi vítima foi o acontecimento de maior repercussão imediata desde o ano de 2014⁵⁵. Importa constar que o candidato, após o ataque, decidiu por não participar dos debates entre os presidentiáveis, de modo que estipulou uma rotina de transmissões ao vivo diárias, com início sempre às 20h.

Após o episódio, Bolsonaro cresceu nas pesquisas de intenção de voto, conforme divulgado pelo Instituto Datafolha em 10 de setembro de 2018. O candidato cresceu dois pontos se comparado à pesquisa anterior, alcançando a margem de 24%⁵⁶ da pretensão de voto do eleitorado pesquisado. Pelos motivos apontados, optamos pela análise do *ethos* discursivo que foi ofertado pelo personagem a partir desse episódio, através da televisão, pela veiculação da propaganda política dois dias após o incidente e, pela internet, através da transmissão ao vivo que o candidato fez, ainda internado.

Bolsonaro obteve 42.276.897⁵⁷ votos válidos no primeiro turno das eleições presidenciais. Esse resultado o levou ao segundo turno, junto do candidato Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT). Sob essa perspectiva, optamos pela análise das imagens propostas pelo candidato nesse segundo momento da disputa política à presidência em dois lugares. Na televisão, a propaganda política para os presidentiáveis equivale a 10 minutos igualmente divididos entre os dois concorrentes. O material escolhido para analisar as ofertas de imagem de si por meio da televisão foi o vídeo da primeira propaganda política do segundo turno, veiculada no dia 12 de outubro de 2018. As imagens ofertadas por vídeos veiculados na internet serão analisadas com base na transmissão ao vivo que o candidato fez no último dia de propaganda política permitida, dia 26 de outubro.

⁵⁵ OBSERVA 2018. Ataque com faca a Bolsonaro gera 3,2 milhões de menções em 16h. Disponível em: <<https://goo.gl/KyBYrQ>>. Acesso em 13 de nov. de 2018.

⁵⁶ INSTITUTO DE PESQUISAS DATAFOLHA: Presidência: Bolsonaro lidera e quatro empatam em disputa pelo 2º lugar. Disponível em: <<https://goo.gl/pZivjA>> Acesso em 13 de nov. de 2018.

⁵⁷ TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Concluída a totalização de votos do 1º turno das eleições 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/UVyp16>> Acesso em 14 nov.2018.

A partir desses critérios e decisões, os vídeos selecionados para compor o *corpus* empírico deste estudo são: “1º programa eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL) - Eleições 2018” (2018)⁵⁸; “4º programa eleitoral de Jair Bolsonaro do PSL - 8.set.2018” (2018)⁵⁹; “Jair Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital” (2018)⁶⁰; “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10” (2018)⁶¹; e “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno” (2018)⁶².

5.3 *Ethos* discursivo de Bolsonaro na campanha presidencial de 2018

Conforme ressaltado, nesta etapa do trabalho serão realizadas as análises, em separado, dos vídeos escolhidos. Cabe reafirmar que os vídeos pertencem a dois momentos da disputa à presidência: primeiro e segundo turno. Importa destacar, desde aqui (na análise estrutural que se apresenta de cada vídeo há mais detalhes), que o material produzido e veiculado na propaganda eleitoral obrigatória no período do primeiro turno (31 de agosto a 4 de outubro) compreende vídeos com duração de oito segundos, enquanto os vídeos produzidos para veiculação no segundo turno (12 de outubro a 26 de outubro) têm cinco minutos cada. Isso porque a coligação “Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos” à qual Bolsonaro pertence, formada pela agremiação do PSL e do PRTB garantiu apenas 8 segundos no horário eleitoral do primeiro turno. As durações das transmissões ao vivo são variáveis e serão apresentadas em cada análise estrutural.

As análises estão organizadas da seguinte forma: a) cada vídeo é analisado separadamente; b) cada análise compreende os tópicos “contextualização” e “análise estrutural e *ethos* discursivo”. Por fim, ressalta-se, novamente, que a discussão dos resultados será realizada nas considerações finais.

5.3.1 1º programa eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL) - Eleições 2018

⁵⁸ Disponível em: <https://youtu.be/WYUqM2zOcBU> Acesso em 14 de nov.2018.

⁵⁹ Disponível em: <https://youtu.be/VJurj0fPZzU> Acesso em 14 nov.2018

⁶⁰ Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXPJt2I> Acesso em 14 nov.2018.

⁶¹ Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74 Acesso em 14 nov.2018

⁶² Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc> Acesso em 14 nov.2018

Neste subitem realizaremos a análise do vídeo “1º programa eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL) - Eleições 2018 (2018).

5.3.1.1 Contextualização

Produção veiculada no dia primeiro de setembro de 2018, referente ao primeiro dia de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. O vídeo, ao todo, tem 12 segundos, considerando tempo de abertura do canal onde foi divulgado. A produção do candidato compreende oito segundos, conforme mencionado anteriormente.

5.3.1.2 Análise estrutural e *ethos* discursivo

O candidato, na primeira propaganda política oficial na disputa presidencial de 2018, mostra-se animado e sorridente (figura 13). O plano visual é focado no candidato, o que dá uma sensação de proximidade a ele. O fato de o cenário do fundo ser branco em sua completude também afirma que a centralidade deve ser a imagem de Bolsonaro. O texto é curto devido ao tempo adquirido: “Vamos caminhar juntos em defesa da família e da nossa pátria. Rumo à vitória”. A escolha da palavra “defesa” dá a entender que existe, portanto, algo ou alguém que ameaça tanto a família quanto a pátria. Nessa perspectiva, o candidato se mostra como uma opção para “salvar” ambas disso que é renunciado. Há uma atribuição a si da capacidade de “salvar” o Brasil, como recurso de autoridade; desde que saia vitorioso da disputa eleitoral.

Visualmente, o candidato se mostra de maneira bastante formal ao usar gravata e escolher roupas com cores neutras (figura 13). O broche dourado na lapela esquerda referencia o vínculo militar que carrega consigo. O *ethos* ofertado por essa configuração de corporalidade é a de seriedade e, por associação, de respeitabilidade.

Ao fim do vídeo, aparece trecho do jingle que traz a letra: “muda de verdade”. Essa expressão leva à ideia de que, anteriormente, alguém propôs mudança e não a efetivou, portanto, tratou-se de engodo ou falsa mudança, e que, por conta disso, existem dois personagens que poderiam efetivamente realizar a mudança: a) o cidadão como eleitor, no sentido de mudar sua postura política e redirecionar seu voto a um partido ou a um político -

ou ambos -, que nunca conduziram o país; e b) o Brasil, pois, caso Bolsonaro seja eleito, caso saia “vitorioso”, o Brasil mudaria “de verdade”.

Figura 13: Bolsonaro em primeira propaganda eleitoral.



Fonte: Youtube (2018). 1º programa eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL) [vídeo]

As cores presentes na formatação do vídeo indicam uma questão de brasilidade por parte do candidato. A presença do azul, do verde e do amarelo conversam com os movimentos pró-impeachment que se deram em 2016 em que os manifestantes faziam uso dessas mesmas cores para sair às ruas. Isso significa que, além do querer mostrar-se patriota, o candidato também mostra-se defensor das mesmas questões daqueles que eram contrários aos governos do PT. A colocação da bandeira brasileira posicionada ao lado do nome do candidato reforça ainda mais o *ethos* de patriota.

A tradução simultânea para a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) oferta a imagem de um Jair preocupado e atencioso à causa dos deficientes auditivos, o que também dá a oportunidade de vê-lo como um personagem político socialmente consciente, confere-lhe um *ethos* humanitário.

O fato de o nome do aplicativo de campanha do candidato ser “Voluntários da Pátria” remete, principalmente, a duas questões: a primeira de que seus eleitores se voluntariam a favor de algo maior que a campanha do candidato, que é o Brasil por si mesmo, a pátria; a segunda tem referência histórica, pois “voluntários da Pátria”, em 1865, eram os cidadãos comuns que lutaram pelo, à época, Império do Brasil, no início da Guerra do Paraguai, que

⁶³ Disponível em: <https://goo.gl/hJpJyW>. Acesso em: 21 de nov. 2018. Tempo de recorte: 0’05”.

durou até 1870. Inicialmente, a motivação para o alistamento era o sentimento de patriotismo, mas, depois, muitos foram recrutados à força. Escravos e negros alforriados também foram enviados à fronteira para combater em defesa do país. Nesse sentido, Bolsonaro faz entender que, além de uma eleição, o momento político do país é similar a uma guerra e os defensores do Brasil são aqueles que o apoiam, e apoiam a sua campanha. Há o reforço de um *ethos* de defensor do Brasil ofertado e reforçado nessa primeira produção eleitoral.

5.3.2 Quarto programa eleitoral de Jair Bolsonaro no primeiro turno

Neste subitem realizaremos a análise do vídeo “4º programa eleitoral de Jair Bolsonaro do PSL” (2018).

5.3.2.1 Contextualização

Vídeo veiculado no dia 8 de setembro de 2018, dois dias após ser vítima de um atentado a faca, em evento eleitoral. Após o episódio, o candidato cresceu nas pesquisas de intenção de voto, conforme indicado anteriormente.

5.3.2.2 Análise estrutural e *ethos* discursivo

No vídeo veiculado na televisão após o ataque não é o candidato quem fala às câmeras. Ouve-se a voz de um locutor desconhecido enquanto imagens centradas em Bolsonaro em eventos políticos aparecem (figuras 14 e 15). O texto que se ouve é: “o povo brasileiro caminha unido em oração pela vida do nosso Jair Messias Bolsonaro” (figura 14). Enquanto fala, aparece a *hashtag* #ForçaJair. A troca para o discurso pessoal, a partir da adoção do pronome “nós”, indica o tom emocional da produção veiculada, uma tentativa de criar a sensação de pertencimento a um mesmo grupo que englobasse aquele que fala e aqueles que ouvem. Esse grupo talvez seja o próprio “povo brasileiro” mencionado, como se o ser brasileiro fosse intrínseco e dependente do “caminhar em oração” pelo candidato.

Ainda, a produção, nesse vídeo, optou pela menção do nome completo do candidato, prática até então não adotada. Na tradição judaico-cristã, existe uma profecia da vinda de um

humano que reconstruiria Israel e, com isso, promoveria a libertação do seu povo. Essa pessoa é chamada de Messias e ela é considerada a salvadora prometida por Deus. A menção ao segundo nome do candidato, nesse momento, faz entender o *ethos* discursivo aqui ofertado é de salvador do Brasil.

Figura 14: Bolsonaro em vídeo após sofrer ataque - cena 01.



Fonte: Youtube (2018). 4º programa eleitoral de Jair Bolsonaro do PSL - 8.set.2018 [vídeo]

Figura 15: Bolsonaro em vídeo após sofrer ataque - cena 02.



Fonte: Youtube (2018). 4º programa eleitoral de Jair Bolsonaro do PSL - 8.set.2018 [vídeo]

Ao fim do material, é exibido um trecho de um comício onde Bolsonaro fala “Deus acima de tudo”, em seguida agradece aos presentes. Sabe-se que a frase que nomeia a coligação à qual Bolsonaro faz parte é “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. A supressão da primeira parte dessa frase sublinha mais ainda o caráter religioso da produção do material e reforça que, inclusive no caso pessoal do candidato, “Deus ainda assim está

⁶⁴ Disponível em: <https://youtu.be/VJurj0fPZzU>. Acesso em: 19 de nov. 2018. Tempo do recorte: 0’06’’

⁶⁵ Disponível em: <https://youtu.be/VJurj0fPZzU>. Acesso em: 19 de nov. 2018. Tempo do recorte: 0’07’’

acima de tudo” e, portanto, acima do ataque ao qual foi vítima e, com isso, a vontade de Deus permanecerá e a vontade de Deus é Bolsonaro vivo e presidente do Brasil. Além do *ethos* religioso, fica evidente a oferta do *ethos* de salvador, enviado divino que a produção reforça.

5.3.3 Transmissão ao vivo do hospital

Neste subitem realizaremos a análise do vídeo “Jair Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital” (2018).

5.3.3.1 Contextualização

Após ser vítima de um ataque a faca, Bolsonaro teve de passar por cirurgias e, então, permaneceu internado durante 24 dias no hospital após o atentado. No dia 16 de setembro o candidato anunciou pelo Facebook que faria uma transmissão ao vivo direto do hospital em que estava, pois havia recebido liberação do médico que o atendia. O vídeo tem duração de vinte minutos e nove segundos.

5.3.3.2 Análise estrutural e *ethos* discursivo

O vídeo começa com o filho do candidato, Eduardo Bolsonaro, comentando, durante dois minutos, sobre o quadro de saúde do pai. Quando direciona a câmera para Jair Bolsonaro, o candidato permanece de olhos fechados por treze segundos. Conforme apontado por Maingueneau (2005), a enunciação não se limita ao que é dito e, nesse sentido, estando o *ethos* diretamente ligado à enunciação, o público inicia o processo de construção da representação antes mesmo que o enunciador fale alguma coisa.

Aqui, cabe uma diferenciação entre *ethos* discursivo e *ethos* pré-discursivo, pois, neste último, o coenunciador formula uma imagem do enunciador antes mesmo que tome a palavra. Nesse sentido, o *ethos* discursivo pode reformular ou confirmar a imagem inicialmente estimulada no *ethos* pré-discursivo, isso porque ambos relacionam-se mutuamente à medida em que a enunciação se dá. No vídeo analisado, a imagem que o *ethos* pré-discursivo estimula o coenunciador a formular é de uma pessoa fraca, debilitada (figura 16). Conforme o

candidato fala e mostra a si mesmo, pode-se dizer que essa primeira imagem é refutada pelo *ethos* discursivo, pois, apesar de estar internado, o candidato se dispõe a falar acerca do cenário político brasileiro, não apenas de si mesmo, o que demonstra que detém força para tal, ou, que se esforça para fazê-lo, é preocupado em algo maior que sua própria saúde.

Figura 16: Bolsonaro em transmissão ao vivo do hospital.



Fonte: Youtube (2018). Jair Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital [vídeo]

Bolsonaro também traz para essa enunciação referências religiosas, reforçando e *ethos* assim caracterizado, quando menciona, por exemplo, que uma passagem bíblica foi um dos guias de sua campanha. Para Maingueneau (2006), toda enunciação não é apenas uma situação de comunicação, pois ela comporta o que chama de cena da enunciação e que considera o processo de comunicação “do interior” (MAINGUENEAU, 2006, p.250).

Há, na encenação do *ethos* discursivo, três cenas de enunciação. A primeira é a cena englobante e refere-se ao tipo de discurso, às vezes definido pela função social. Na situação da análise, a cena englobante trata-se de discurso político. A segunda cena, cena genérica, equivale ao subgênero que determina os papéis sociais dos participantes. Nesse sentido, a cena genérica do vídeo analisado é a de um candidato político dirigindo-se aos eleitores. A terceira trata-se da cenografia e, segundo o autor, recorrentemente a interação dos coenunciadores se dá através dela tendo em vista que às vezes acaba por colocar em segundo plano a cena genérica. Sob essa perspectiva, pode-se dizer que a cenografia dessa transmissão ao vivo, de uma maneira geral, mostra Bolsonaro não apenas como um político candidato à presidência, mas principalmente como um homem experiente e, também, como um homem religioso. Isso

⁶⁶ Disponível em: <https://youtu.be/NA89SxpJt2I>. Acesso em: 22 de nov. 2018. Tempo do recorte: 09'02''

acontece, segundo o autor, porque “o discurso político é igualmente propício à diversidade das cenografias: um candidato poderá falar a seus eleitores como jovem executivo, como tecnocrata, como operário [...] e conferir os “lugares” correspondentes a seu público.” (MAINGUENEAU, 2005, p.76). Além disso, ao afirmar “Como eu disse, vinha dizendo em palestras ao longo de 3 anos, onde adotei aquela máxima, que seria nossa bandeira. Peguei um versículo bíblico, João 08:32: “conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”⁶⁷, Bolsonaro coloca os eleitores e, portanto, o Brasil como um todo, em um lugar de “prisão”, o que remete à ideia de condenação, penalidade, e por esse motivo teria de ser “libertado” dessa coisa ou desse alguém que o limita. Por esse motivo, há uma necessidade de soltura, livramento, e ele coloca a si mesmo no lugar de salvador. Essa enunciação reforça o *ethos* de escolhido de Deus, de Messias, que, conforme visto, é ofertado desde a primeira produção veiculada no primeiro turno.

Bolsonaro também afirma: “Tá em jogo no momento é o futuro de todos vocês também. Até de você que apoia o PT, você é ser humano também”⁶⁸. Assim, assume a possibilidade de livrar até mesmo os que defendem o PT do “plano” do partido. Portanto, livraria as pessoas de si próprias, de suas próprias escolhas mal feitas. É, então, benevolente e generoso.

Na sequência, o candidato inicia sua fala a respeito do Partido dos Trabalhadores, e menciona (excerto de texto a seguir) que algumas pessoas defendem que, à época de sua criação, na década de 1980, o Brasil vivia sua Ditadura Militar.

Isso no Brasil é o jogo do poder. **É o domínio de uma nação. [...] O PT surgiu em 1980, no período que nos diziam que era ditadura militar.** Onde ditadura surgiu um partido político qualquer que seja, sempre foi um partido único, mas o que interessa no momento: faça uma reflexão. **Eu aprendi desde cedo, lá em Nioaque, Mato Grosso do Sul, com Major Almério, subcomandante,** quando eu tinha um problema com um subordinado meu e eu estava possesso da vida, e ele, o major Almério, que é vivo até hoje, falou: “tenente, quando for tomar decisão contra um subordinado, se coloca no lugar dele”. E eu saí dali, algumas horas depois eu voltei, e a minha decisão foi o contrário. **Eu peço pra vocês:** se coloquem no lugar do presidiário. ⁶⁹ (grifos meus)

⁶⁷ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital (2018). Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXpJt2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁶⁸ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital (2018). Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXpJt2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁶⁹ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital (2018). Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXpJt2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

Quando afirma que “nos diziam que era ditadura militar”, o candidato deixa claro seu entendimento de que o Brasil não viveu esse governo que lhe é contado, que buscam fazer com que acredite, como uma conspiração.

Em seguida, conforme trecho destacado a seguir, o candidato relembra seu tempo como tenente do exército, e compartilha com o coenunciador os conselhos recebidos do seu superior hierárquico, quando este último dizia para Bolsonaro colocar-se no lugar dos seus subordinados nos momentos de convivência conflituosa. Nessa perspectiva, Bolsonaro pede para que quem o assiste coloque-se no lugar “do presidiário”, ou seja, Lula, e dá a entender que já fizera esse exercício de empatia. Nessa fala, Bolsonaro oferta um *ethos* de compaixão, pois, ao afirmar que mudou de ideia após colocar-se, embora ‘possesso’, no lugar de seu subordinado no período militar, mudou de ideia, também oferece o mesmo *ethos* de compaixão e humanidade ao pedir que quem o assiste também o faça. Ainda, o ato de ‘pedir’, no sentido de orientar um comportamento, oferta outro *ethos*, que é o de sabedoria.

Quando Bolsonaro afirma ‘eu aprendi desde cedo’, faz emergir o *ethos* de inteligência, pois, além de aprender, ainda aprendeu rápido. Importa constar o caráter de saudosismo que a referida frase carrega consigo quando o candidato comenta sobre o episódio militar que vivera quando mais jovem. Essa perspectiva de saudade daquilo o que é militar conversa com a descrença de que o Brasil não viveu uma ditadura militar e indica, conforme apontado por Löwy (2015), o apelo aos militares como um dos motivadores à crescente do conservadorismo nacional e internacional.

Para Maingueneau, “a qualidade do *ethos* remete, com efeito, à figura desse “fiador” que, mediante sua fala, se dá uma identidade compatível com o mundo que se supõe que ele faz surgir em seu enunciado” (2005, p.73). Ou seja, a capacidade da persuasão de um discurso é dependente da identificação promovida entre ouvinte/coenunciador e as encenações revestidas de valores histórica e contextualmente especificados. Quando “pede”, aos que o assistem, que “se coloquem no lugar” de uma pessoa, atribui a si mesmo a imagem de alguém que já realizara o exercício da reflexão política e, também por conta disso, tem a liberdade de “orientar”, “guiar” os demais cidadãos para que também o façam e, a partir disso, cheguem à conclusão que ele já chegara. Bolsonaro afirma:

O que eu peço pra vocês: se coloquem no lugar do presidiário que tá lá em Curitiba. Com toda sua popularidade, sua possível riqueza, seu tráfico junto a ditaduras do mundo todo que se auto apoiam, em especial Cuba. Você aceitaria passivamente, bovinamente ir para a cadeia? Você não tentaria uma fuga? Bom, se você não tentou fugir com tudo ao teu lado, é obviamente porque você tem um plano B. Qual é o plano B desse presidiário? Desse homem pobre que, lá atrás que roubou nossa esperança? Eu não consigo pensar em outra coisa a não ser um plano B se materializar em uma fraude favorável ao Lula pelas eleições agora.⁷⁰

Ao mencionar que Lula mantém relações com “ditaduras que se auto apoiam”, indica que o Brasil também é caracterizado como um país que vive sob um regime ditatorial. O que é contraditório quando afirma que o fato que fez com que Lula não fugisse do presídio é o desejo de implementar “seu plano B”, ou seja, não sair mais do poder executivo nacional, instaurando um modo de governar ditatorial através de uma fraude eleitoral programada para as eleições de 2018. Em consonância, o fato de utilizar o pronome “nós”, quando menciona o fato de Lula ter “roubado nossas esperanças”, Bolsonaro promove a imagem de igualdade entre ele próprio, aqueles que se mostraram pró-impeachment e os que o ouvem, embora, como já mencionado, dê orientações para que os demais reflitam. Essa posição é, além de tudo, tentativa de demonstrar humildade, pois se coloca no mesmo nível daqueles que precisam de sua ajuda para definir o voto.

O candidato afirma que, ao candidatar-se à presidência em 2018, o fez para impedir que o PT permanecesse no poder. Isso porque o que está em jogo, naquele momento, não é a sua saúde, mas sim “o futuro dos duzentos e poucos milhões de brasileiros e um pouquinho lá fora também”. Nesse sentido, novamente, procura reforçar seu *ethos* de alguém benevolente, cuja função principal é doar-se para algum bem maior, para que todos sejam protegidos dessa ameaça à qual o candidato faz referência, conforme se pode inferir do excerto a seguir:

Quando eu vi as eleições, a Dilma Rousseff, em 2014, eu pensei comigo mesmo: “não podemos esperar 2018 porque o Lula vem candidato, eles não vão sair mais daí”. Olha como é que tá o Brasil. Pra onde estamos indo, em todos os aspectos, sem exceção? Eu sempre costumava dizer e também falo ainda que **tão ou mais grave que é a corrupção é a questão ideológica. Aí sozinho em casa, resolvi: eu vou vir candidato em 2018.** Mas eu preciso de um partido político. Não vou ter apoio quase nenhum da imprensa. Meu partido político vai ser um partido pequeno. Esses partidos médios e grandes fazem seus negócios. Não vou ter tempo de televisão. **Se eu crescer um pouquinho em pesquisa vão tentar me destruir.** Mas eu segui essa ideia. Vou embora. Em 2015, aproveitei um projeto em andamento na

⁷⁰ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital”. Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXpJt2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

Câmara e mandei o... conseguimos o voto impresso, que era a única garantia que nós tínhamos, em 2018, de dizer que quem votou no João vai contar com o João.⁷¹ (grifos meus)

Também, Bolsonaro afirma que candidatou-se mesmo acreditando no desejo que os outros teriam de “destruí-lo”, caso obtivesse relevância na disputa eleitoral. Com isso em vista, entende-se que, apesar do risco iminente que a candidatura à presidência representava, ainda assim Bolsonaro optou pela disputa política para salvaguardar o país da possibilidade de um novo governo petista. Quando afirma que, após ter decidido que tentaria candidatura presidencial, teria de filiar-se a um partido pequeno e não teria apoio dos veículos midiáticos, o candidato oferta um *ethos* discursivo autopiedoso, indicando complacência. Ao dizer que seguiria “essa ideia”, indica que não planejou sua candidatura à presidência para ofertar e defender um plano de governo ao país, mas, sim, para tentar impedir que o Partido dos Trabalhadores saísse vitorioso pela quinta vez consecutiva. Sob essa perspectiva, explica seu projeto de lei cuja proposta era a impressão de um “recibo” eleitoral, para que os eleitores tivessem comprovação eletrônica sobre em quem depositaram seus votos. E explica que propôs essa alteração em 2015 para impedir que o plano B do PT se concretizasse em 2018, pois essa seria “a única garantia que tínhamos” e que recebeu o veto da então presidenta, Dilma Rousseff, do PT.

Quando, na sua fala, afirma que “tão ou mais grave do que é a corrupção é a questão ideológica” descola, mais uma vez, a sua atuação do fazer político. Isso porque a própria ação política e a existência de partidos políticos se dão como meios de oferta e defesa de ideologias políticas e sociais. A atribuição de uma periculosidade à palavra “ideologia”, configura um esforço enunciativo que permite inferir que o PT é sinônimo de perigo ao Brasil.

Em seguida o candidato comenta sobre a criação do Conselho de Defesa da União de Nações Sul-Americanas (CDS/Unasul), que foi um esforço de um bloco de 14 países regionais para fortalecer aspectos diplomáticos interligados às questões de energia, saúde, desenvolvimento social, educação, cultura, ciência e inovação. Propondo estabelecer, por exemplo, a nacionalidade sul-americana para, dentre outros projetos, proporcionar uma tabela de preços de medicamentos única, facilitar intercâmbios estudantis e laborais, além da criação de uma escola técnica de coordenação eleitoral e uma segunda de defesa dos países

⁷¹ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital. Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXpJt2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

envolvidos. Os dados constam no site do Itamaraty, no portal do Ministério das Relações Exteriores⁷². No entanto, conforme Bolsonaro:

Não podemos deixar de esquecer (sic) que, em 2014, em Quito, - eu não vi isso na imprensa brasileira, pode ser que tenha sido publicado por outro jornal por aí -, **Dilma Rousseff** em Quito, entre outras medidas, **decidiu criar uma unidade técnica eleitoral sul-americana**. O PT descobriu o caminho para o poder: o voto eletrônico.⁷³ (grifos meus)

Ao atribuir única e exclusivamente à figura da ex-presidenta Dilma Rousseff a decisão da criação da Unasul, cujo propósito, segundo a fala do candidato, seria o estabelecimento da unidade técnica eleitoral sul-americana, Bolsonaro, em tom de revelação, afirma que o referido plano B petista se daria através do voto eletrônico, cuja fraude seria respaldada pelas unidades da Unasul. A afirmação de não ter visto referência a esse encontro. Cria-se, portanto, um ambiente de conspiração, atribui-se uma potencial ameaça à liberdade nacional e individual por parte do PT, através da fala do candidato do PSL.

No trecho a seguir, ao dirigir sua fala aos profissionais da imprensa, Bolsonaro pede, ‘por favor’, que leiam o chamado caderno de teses, de 2015, e também a Análise da Conjuntura, de 2016, dois documentos redigidos e publicados pelo PT e pede que os leiam por serem documentos ‘muito importantes’ àqueles que o assistem e, também, porque não ‘não há ninguém que tenha mais consideração’ com os profissionais da imprensa do que o próprio Bolsonaro. Ao solicitar a leitura, o faz em tom de revelação, como se fosse de seu poder alguma informação privilegiada que tenha alcançado a partir da leitura desses materiais.

Mas agora o **que é muito importante pra vocês**: o PT não esconde o que faz mais . Por favor, leiam dois documentos apenas: o primeiro, o caderno de teses do PT de 2015, na Bahia. E depois o outro documento, Análise da Conjuntura, de 2016. Está na página do PT. Ninguém tá inventando isso. Eu quero me referir agora aos jornalistas do Brasil: **ninguém mais do que eu tem consideração para com vocês**. Se vocês lerem com atenção esses dois documentos, entre outras barbaridades, vocês vão ver lá, claramente escrito, que o PT vai buscar, sim, o controle social da mídia. Vocês são perder a liberdade! Sei que nem todos têm hoje em dia, né, mas quem tem alguma liberdade vai perder completamente sua liberdade. E mais: imaginem eles explorando, né, inventando narrativas a meu respeito, igual lá atrás quando descobriram da Polícia Federal e faziam uma operação. Operação tal “agora pega o Bolsonaro”, não pegaram. “Agora pegam”, não pegaram.⁷⁴

⁷² União de Nações Sul-Americanas. In: Itamaraty. Disponível em: <<https://goo.gl/mkDH3N>> Acesso em 24 de nov.2018.

⁷³ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital. Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXPjT2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁷⁴ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro chora em *live* feita direto do hospital. Disponível em: <https://youtu.be/NA89SXPjT2I>. Acesso em 17 de nov.2018.

Nessa fala, Bolsonaro oferece uma imagem de si de responsabilidade com a informação quando afirma que ninguém tem maior consideração com a imprensa brasileira do que ele próprio e, devido a isso, os jornalistas podem acreditar que os dois documentos mencionados comprovam o que vem indicando através da sua fala, como o plano B, por exemplo. Importante constar que, conforme averiguado, o “caderno de teses do PT”, indicado por Bolsonaro, é um documento originado a partir de encontro partidário ocorrido entre 11 e 13 de junho de 2015 motivado pelas manifestações contra o governo petista ocorridas em março do mesmo ano. O documento retoma questões que impulsionaram a criação do partido, para “resgatar o petismo no PT”⁷⁵. O segundo documento mencionado pelo candidato, “Análise da Conjuntura de 2016” é originário do diretório nacional do partido, em um esforço para que os partidários se reúnam e analisem o cenário político pertinente ao ano de 2016, considerando, principalmente, a iminência do impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff. A publicação data de maio de 2016⁷⁶.

Quando Bolsonaro afirma que narrativas em relação a ele são criadas reforça o aspecto de covardia dos oponentes políticos e atribui a si a imagem de personagem perseguido. E a justificativa para essa “conspiração” possa ser a imagem de honestidade que oferece reiteradamente, como quando diz que não foi flagrado por nenhuma “tal operação”.

Além disso, o candidato assume o papel de fiador confiável, pois, mesmo em uma situação de hospital e, portanto, delicada, ainda assim faz o esforço de solicitar liberação médica, ir a público falar sobre o cenário político brasileiro atual e não apenas sobre seu quadro de saúde. Nessa perspectiva, destaca-se o caráter ‘apelativo’ da transmissão ao vivo realizada no hospital uma vez que, apesar da situação delicada da saúde do candidato, dedica 15 minutos, de um vídeo de 20 minutos, para falar sobre seu principal oponente político, o Partido dos Trabalhadores.

5.3.4 Primeira propaganda eleitoral do segundo turno

⁷⁵ Partido dos Trabalhadores: 5º Congresso Nacional. Disponível em: <<https://goo.gl/rALcCa>> Acesso em 24 de nov.2018.

⁷⁶ Partido dos Trabalhadores: Resolução sobre conjuntura. Disponível em: <<https://goo.gl/WHMGvB>> Acesso em 24 nov.2018

Neste subitem realizaremos a análise do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10” (2018).

5.3.4.1 Contextualização

46,70% dos votos válidos⁷⁷ levaram Bolsonaro ao segundo turno das eleições, para disputar a faixa presidencial com Haddad, do PT. Com isso, cada candidato teve direito a produções de cinco minutos cada para serem veiculadas no horário eleitoral obrigatório. O vídeo selecionado para este momento é a primeira propaganda eleitoral do segundo turno, cuja data de veiculação é 12 de outubro de 2018.

5.3.4.2 Análise estrutural e *ethos* discursivo

O primeiro assunto abordado na primeira propaganda política do segundo turno é a apresentação do seu concorrente político, o PT. Bolsonaro, nessa apresentação, atribui ao Partido dos Trabalhadores uma alegoria de ameaça ao Brasil.

O mundo ainda comemorava a queda do muro de Berlim. A Europa se libertava de um marco do comunismo. Enquanto isso, na América Latina, um encontro selava a criação do Foro de São Paulo, um grupo político com viés ideológico comunista, de esquerda, liderado por Lula e Fidel Castro. **A semente de um projeto de doutrinação e domínio político foi plantada em nossa pátria.** As consequências estão sendo sentidas quase 20 anos depois. Cuba é o país mais atrasado do mundo. A Venezuela está devastada. O Brasil, governado pelo PT durante 13 anos está em sua maior crise ética, moral e financeira da história. Estamos à beira de um abismo. **A corrupção é uma chaga, a violência assusta nossas famílias e o desemprego tira a esperança de milhões de brasileiros, como na Venezuela, tão admirada por Lula, Dilma e Haddad.** Fizeram de Brasília um balcão de negócios e muitos deles já estão presos. Mas o vermelho jamais foi a cor da esperança. O vermelho é um sinal de alerta para o que não queremos para este o país.⁷⁸

A caracterização do surgimento do partido no Brasil como uma “semente”, apresenta o adversário como a reprodução e dispersão daquilo o que é desfavorável ao país, no sentido de que os frutos originários dele em absoluto trouxeram ou trarão resultados positivos ou

77

⁷⁸ Fragmento retirado do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10”. Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em 17 de nov.2018.

válidos. Além disso, a ideia de “algo plantado” transmite uma imagem de profundidade, o que significa dizer que as “mazelas” oriundas dos governos petistas são enraizadas, viscerais. As menções aos países Venezuela, Cuba e Brasil, de maneira sequencial, em uma fala que apresenta aspectos negativos sobre determinada questão, cria a sensação de equidade, equivalência. É como se o candidato afirmasse que os três países, ou melhor, as questões problemáticas dos três países fossem iguais devido ao fato de o PT ter governado o Brasil. E, também, como se assim o Partido do Trabalhadores o desejasse, devido ao fato de, conforme destacado, a Venezuela ser ‘tão admirada por Lula’. Nesse sentido, o Brasil, bem como Cuba e Venezuela, são os países mais atrasados do mundo e estão devastados. Essas tentativas de aproximação de cenários configuram uma argumentação com viés de oposição partidária, principalmente, pois não justifica o porquê das afirmações, apenas afirma.

Caracterizar a corrupção como uma “chaga” faz entender que os atos de corrupção no fazer política do Brasil foram inaugurados ou, se não, reforçados pelos governos petistas, apresentando-o, ainda, como o personagem maldoso da história brasileira, pois, a partir dele, ‘a semente de um projeto de doutrinação e domínio político foi plantada em nossa pátria’. A caracterização da corrupção como uma “chaga” reforça a imagem de inerência, como se as consequências negativas dos governos do PT estivessem arraigadas, entranhadas.

Nesse sentido, cabe rememorar que, no passado, o Partido dos Trabalhadores ganhou força nacional ao apresentar-se como a esperança do país. Nesse sentido, a cor vermelha à qual se faz referência é o vermelho adotado nas bandeiras de partidos de esquerda, como o PT. Sob essa perspectiva, Bolsonaro afirma que, ao contrário daquilo o que foi ofertado, o PT nunca foi a esperança do Brasil. Foi, na verdade, uma artimanha, trapaça e, por conta disso, o vermelho em absoluto pode ser simbólico à sensação de esperança.

Ao afirmar que o partido ao qual faz parte não é nenhum partido político, mas sim, o Brasil, conforme trecho a seguir, desloca-se a imagem pública do personagem político do próprio fazer político. Pode-se justificar essa tática porque há estereótipos que atravessam a representação social do que é política e suas interdependências, como a associação com a corrupção e o egoísmo, por exemplo. Ao afirmar isso, o candidato dá a entender que, para salvar o país dos males que o concorrente político representa, teve de vincular-se à política e às práticas políticas, mesmo que as reproduções sociais dessas questões não lhe representem. Além disso, a imagem do “não ser político” que é ofertada também pode servir para que o

interlocutor não infira que Bolsonaro é igual ou parecido com os outros personagens políticos que o próprio vídeo apresenta.

Na sequência do vídeo, o locutor faz agradecimentos aos eleitores pelas formas de apoio e pelos votos depositados em Bolsonaro e o faz antes de relatar a biografia do candidato.

O nosso partido é o Brasil. Começamos esta caminhada com uma simples palavra: gratidão. A Deus em primeiro lugar pela vida de Bolsonaro. **Tentaram tirá-lo do combate**, mas a determinação só aumentou. Gratidão pela votação no primeiro turno de milhões de brasileiras e brasileiros. **Chegamos até aqui com a verdade, com opiniões firmes e com Deus acima de tudo.**⁷⁹

Essa priorização pelo coenunciador ao invés do enunciador oferece uma imagem de humildade e de capacidade de reconhecimento que o personagem político detém. O agradecimento se destina, “primeiramente”, à figura divina, reforçando a imagem de homem religioso, de maneira sequencial, ofertada pelo *ethos* discursivo do candidato. Também, ao mencionar que “tentaram”, no plural, “tirá-lo do combate” há a promoção de uma imagem, em primeiro momento, de ser perseguido por mais de uma pessoa e, em segundo momento, de um “guerreiro”, “batalhador” ou, na perspectiva militar que cabe à sua trajetória, um capitão. Além disso, o candidato chegou ao segundo fazendo uso ‘da verdade para emitir opiniões fortes e, também, porque “Deus quis”, tendo em vista que estando “Deus acima de tudo”, está, também, acima da votação eleitoral.

Importa constar aqui que a escolha pelo substantivo feminino “brasileiras” à frente do substantivo masculino “brasileiros”, em uma fala de agradecimento, oferece uma imagem de valorização e, talvez, enaltecimento às mulheres, uma vez que, para fazê-lo, foge-se à prática gramatical discursiva onde os substantivos masculinos precedem os femininos. É, ainda assim, um esforço de aproximação ao eleitorado feminino, pois, como visto, as mulheres protagonizaram expressivas manifestações contrárias à eleição de Bolsonaro.

Na sequência, apresenta-se a biografia de Bolsonaro. As imagens de marido, pai e militar são oferecidas, mas, a de político não, mesmo que tenha se dedicado à política durante décadas: “Jair Messias Bolsonaro. 63 anos. Casado com Michelle Bolsonaro. Nascido no interior de São Paulo, serviu, com muito orgulho, o Exército Brasileiro de 1971 a 1988.

⁷⁹ Fragmento retirado do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10”. Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em 17 de nov.2018.

Bolsonaro é pai de cinco filhos: quatro homens e seu xodó, a pequena Laura”⁸⁰. Ao mencionar que teve cinco filhos e nomear apenas a filha menina, cria-se um *ethos* doce, pois, ainda, além de mencionada, sua filha também é colocada no lugar do “xodó” do candidato, o que significa dizer que existem afeto e ternura a partir de si.

Durante a enunciação do candidato, compartilha-se com o coenunciador o momento em que Bolsonaro e sua esposa Michelle decidem ter um(a) filho(a). Cabe lembrar que, conforme Barthes (apud MAINGUENEAU, 2005, p. 70), o *ethos* discursivo “são os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: são os ares que assume ao se apresentar [...]. O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: eu sou isso e não aquilo”. Bolsonaro, ao contar que optou pela reversão do procedimento cirúrgico que o impedia de ter filhos diz que é preocupado com a manutenção da sua família e, mais ainda, preocupa-se com os desejos de sua companheira, tendo em vista que o filho foi um pedido dela, conforme excerto a seguir:

Educar um filho homem é fácil, né? Vai jogar bola, dá um carrinho nele, fala palavirão também e quando vem uma mulher é diferente, tá certo? É completamente diferente, né? Inclusive, uma confissão: eu já estava. Eu já tinha decidido não ter mais filhos, estava vasectomizado (sic). E havia combinado isso com minha esposa, que já tinha uma filha, eu tenho uma enteada em casa, a minha esposa era mãe solteira. Ela falou, até pela manutenção do casamento, que a realização de grande parte das mulheres é ter filhos, e eu fui no Hospital Central do Exército, desfiz a vasectomia. Mudou sim, muito, a minha vida com a chegada da Laura que eu agradeço a Deus e a minha esposa por ela.⁸¹

O candidato permaneceu, em silêncio, com os olhos marejados (Figura 17), durante 12 segundos, antes de relatar sobre o processo de decisão de ter uma nova filha.

Figura 17: Bolsonaro na primeira propaganda eleitoral do segundo turno.

⁸⁰ Fragmento retirado do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10”. Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em 17 de nov.2018.

⁸¹ Fragmento retirado do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10”. Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em 17 de nov.2018.



Fonte: Youtube. “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10” [vídeo], 2018

Há diferenciação entre *ethos* dito e *ethos* mostrado. O primeiro cria-se com base nas referências diretas ao enunciador e, o mostrado, às pistas que ele oferta de si próprio e que o coenunciador tende a seguir. O fato de permitir-se chorar em frente à câmera, faz com que se formule o *ethos* mostrado de uma pessoa sensível e que não se importa em demonstrar sê-lo. Adicional a isso, o fato de o candidato mencionar que sua esposa era “mãe solteira” é uma tentativa de atribuir a si mesmo a imagem de que não carrega consigo preconceitos com mulheres em situação parecida.

Embora as afirmações a seguir tenham sido proferidas por um locutor, considera-se parte da comunicação institucional do candidato e, portanto, componente do seu *ethos* discursivo.

No Congresso Nacional, Bolsonaro tem orgulho de dizer que nunca fez conchavo, nunca manchou seu nome ou a sua honra. **Bolsonaro é honesto, raridade hoje em dia na política.** Firme, **sempre defendeu os valores da família** e foi voz forte e dura nos momentos em que o país mais precisou.⁸³

Primeiro, importa ressaltar que, para Ducrot (apud Maingueneau, 2005, p.71), a construção do *ethos* discursivo “não se trata de afirmações autoelogiosas que o orador pode fazer sobre sua própria pessoa no conteúdo do seu discurso, afirmações que, ao contrário, podem chocar o ouvinte, mas da aparência que lhe confere a fluência, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, dos argumentos”. Como já mencionado, o co-enunciador faz uso do aparato de representações sociais e culturais fixas ao qual tem acesso, ou seja, os

⁸² Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em: 22 de nov. 2018. Tempo do recorte: 03’10’’

⁸³ Fragmento retirado do vídeo “Jair Bolsonaro (PSL) - Primeiro programa do Segundo Turno - Presidente 2018 - 12/10”. Disponível em: https://youtu.be/_pgFT_U6k74. Acesso em 17 de nov.2018.

estereótipos. A partir dessas representações, atribuem características ao enunciador e não outras. O fato de ser um personagem político pode carregar consigo a ideia de corrupção e, por vezes, os personagens realizam esforços para deslocar suas imagens públicas políticas dessa representação social. Sob essa perspectiva, pode-se dizer que a imagem de político honesto que o último excerto destacado buscou ofertar, de maneira associativa, a Bolsonaro, caracteriza essa tentativa de deslocamento do fazer político do personagem político propriamente dito e da sua imagem pública política por consequência.

5.3.5 Última transmissão ao vivo do segundo turno

Neste subitem realizaremos a análise do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno” (2018).

5.3.5.1 Contextualização

Na sexta-feira antes do domingo de votações do segundo turno, Bolsonaro realizou uma transmissão ao vivo com duração de 27 minutos e 13 segundos.

5.3.5.2 Análise estrutural e *ethos* discursivo

Logo no início da transmissão ao vivo, Bolsonaro oferta uma imagem de si completamente deslocada do fazer e ser político quando afirma que o momento no qual o país se encontra não se limita a um processo de escolha dos representantes políticos. Transcende-o, pois o “Momento ímpar para o Brasil, não é só uma eleição”.⁸⁴ Na sequência, conforme destacado no próximo excerto, ao falar de maneira crítica sobre o PT oferece todas as imagens que representam o contrário daquilo o que critica no partido opositor. Além disso, atribui a si mesmo um caráter de autoridade para fazê-lo.

Nós temos só duas opções, para direita ou para a esquerda, mas acho que todo mundo conhece, porque é pra onde nós fomos ao longo de 13 anos de PT. Imagina o PT voltando. Fica realmente complicado sonharmos com um Brasil democrático,

⁸⁴Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

um Brasil livre de preconceito, um Brasil que queira realmente ocupar um lugar de destaque no mundo.⁸⁵

O candidato também se esforça (e dedica boa da transmissão ao vivo) para comentar as principais notícias relacionadas à sua figura pública, de modo a atribuir para si o lugar daquele que valida ou invalida as informações veiculadas sobre ele. Disso depreende-se duas imagens: a primeira de que lhe importa o ato de ter a palavra - para ele lhe é valiosa a possibilidade de dar suas explicações, como aferidor auto atribuído confiável e honesto; a segunda de que a ele parecem mais importantes as questões de imagem e, conforme Gomes (2013), os esforços representam a segunda fase da política de imagem, - que é quando busca-se o alinhamento das expectativas às ofertas de imagens e, por consequência, ajuste dos personagens reais - do que as questões do fazer político em si (pois, se o fazer político importasse mais, por exemplo, poderia dedicar parcela maior da sua presença ao vivo à apresentação, explicação e reafirmação do plano de governo que representa).

A presença do deputado federal Hélio Fernando Barbosa Lopes (PSL), que é negro, ao lado do candidato (figura 18), busca aproximar Bolsonaro do eleitorado que é formado por pessoas negras, de uma maneira que se construa a imagem de alguém sem preconceito étnico racial. Os dizeres da camiseta de Helio “meu partido é o Brasil” demonstram que a causa política dele não é em defesa de nenhum grupo social específico e, por associação, de Bolsonaro também não.

Figura 18: Bolsonaro em última transmissão ao vivo antes das votações do segundo turno.



Fonte: Youtube. “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno” [vídeo], 2018⁸⁶

⁸⁵ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁸⁶ Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em: 22 de nov. 2018. Tempo do recorte: 06’01’’

Ainda, quando menciona que o deputado Helio “tem seu valor” (conforme próximo excerto de texto), busca ofertar uma imagem de quem congratula e reconhece. Quando Bolsonaro afirma que a vitória do deputado nas urnas se deu devido ao esforço eleitoral que Helio realizou, mas, também às associações entre as duas imagens públicas dos personagens políticos, busca afirmar que o vínculo entre eles lhe concedeu vantagem eleitoral a Helio, propõe o *ethos* de representante dos anseios políticos dos eleitores, quando afirma que ‘essa sua votação não é por minha causa apenas não, tem o seu trabalho aí também.’

Mais um vez aqui do meu lado o Subtenente do exército brasileiro, Hélio, deputado federal. [...] **Eu tive o prazer de te apoiar, mas você tem o seu mérito, você correu atrás**, conversou com bastante gente, tem o seu valor. **Essa sua votação não é por minha causa apenas não, tem o seu trabalho aí também.**⁸⁷ (grifos meus)

De acordo com o trecho a seguir, quando o candidato afirma “ser escravo” da Constituição brasileira, busca ofertar, ainda que de forma dramática, uma imagem de correção moral, ética e política. E reforça a imagem de personagem político perseguido quando menciona que o conjunto de leis do país o “ajudará” durante a sua governabilidade, uma vez que, entende-se, agirá contra aqueles que não assumem o valor devido que a constituição detém.

Por isso eu sou escravo da constituição. A constituição é a maior defesa que eu posso ter. Jamais eu vou querer uma nova constituinte, não seria competência minha, mas jamais, não me interessa. Essa aqui me interessa. **Mais do que escravo: eu sou, realmente, grato à constituição porque ela vai, sim, nos ajudar na governabilidade.**⁸⁸ (grifos meus)

Bolsonaro, ao falar sobre manifestações de universitários contrários à sua candidatura, conforme destaque do próximo excerto de texto, tenta desenvolver uma comparação entre estas e possíveis manifestações do seu eleitorado, mas o faz equiparando aspectos não relacionais, ou melhor, não contrários entre si, pois, enquanto os universitários contrários à sua candidatura dizem “não ao fascismo”, os seus apoiadores falariam “não à corrupção”, mas em absoluto as formas democráticas de governo são isentas de atos e atores corruptos.

⁸⁷ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁸⁸ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

É a mesma coisa as questões das universidades agora. A universidade botou faixa lá, mais variadas possíveis “ele não”, “não ao fascismo”, “livro sim, arma não”. **Agora, se uma pessoa nossa qualquer quisesse botar uma faixa lá: “corrupção nunca mais”, “abaixo Maduro”, pronto, não teria oportunidade e com toda certeza não botaria essa faixa lá, seria escorraçado e seria agredido violentamente.** A universidade não é lugar disso, mas se querem fazer um ato nesse momento, os dois lados têm que ter o direito de fazê-lo. E eu entendo que a maioria dos universitários, pelo o que eu sei, são do bem, são da paz. A minoria, que é ativista, que vai pra violência. E daí essa minoria ainda prega que eu vou cobrar mensalidade Agora, por falar em fascismo, só pra controle, quem combateu, não só o nazismo, bem como o fascismo, na segunda guerra mundial, fomos nós, os soldados, nosso bravo pracinha da for--ça expedicionária brasileira. Nós combatemos o fascismo.⁸⁹

Assim, Bolsonaro caracteriza os opositores como violentos, quando diz que aqueles que não lhe conferem oposição são universitários “do bem”. Também, esse traço de violência é atribuído quando diz que se um “deles” (dos apoiadores de sua candidatura) pusesse faixa pró-Bolsonaro em universidade seria “escorraçado e seria agredido violentamente”, atribuindo um aspecto de barbaridade e truculência àqueles que são oposição, porque, conforme sua fala, a violência é intrínseca ao ativismo político e social. Na sequência, ao afirmar que os soldados, inclusive os soldados brasileiros, lutaram em combate ao fascismo à época da Segunda Grande Guerra, oferta sua imagem de militar e ao fazer uso do pronome “nós” quando menciona “nós combatemos o fascismo” e indica, além do passado histórico, que a equipe que o apoia e representa politicamente também combate o fascismo, no tempo presente. Essa fala busca desqualificar os argumentos dos opositores políticos, pois afirma que eles se opõem àquilo o que defendem, há uma atribuição de incoerência à oposição aqui. Assim, o sentido ofertado a partir dessa fala é a de defensor da pátria e de tudo o que possa atingir o povo negativamente.

Ao final da transmissão, Bolsonaro sintetiza, em tópicos, as vontades políticas que buscou representar, ofertando imagens que o aproximassem daqueles que, até então, eram os grupos mais contrários à sua eleição: os negros, os homossexuais e as mulheres. Afirma:

Queremos um Brasil livre deste preconceito: branco e negro, homo (sexual) e hétero (sexual). Alguém sabe se eu sou gay? Poxa, e se for, qual o problema? Não podemos admitir é que levem aquela cartilha. É só isso, e mais nada. Vamos ser felizes. Defesa da mulher: duvido quem defenda mais a mulher do que eu dentro do

⁸⁹ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

parlamento com projetos sérios para punir quem faz maldade com mulher, como, por exemplo, a castração química, entre outros. Mas tudo bem.⁹⁰

Assim procura destacar que também ele deseja um país sem preconceitos. Porém, observa-se que em nenhum momento menciona suas estratégias políticas para garanti-lo. Pelo contrário, conforme excerto de texto referido, quer parecer que, caso as pessoas decidam parar de falar sobre esses assuntos relacionados a preconceito (como se os problemas surgissem ao serem tópicos de discussão e não o oposto) e se focassem em “serem felizes”, boa parte dessas questões étnico-sociais estariam resolvidas.

Por fim, para melhor compreensão do *ethos* discursivo da candidatura de Bolsonaro, importa analisar o papel que a bandeira do --Brasil e o candelabro desempenham (figura 19), signos não verbais que, por comporem, também, a cena enunciativa, têm de ser analisados à luz da noção de *ethos*. O oferecimento da imagem de homem patriota que Bolsonaro adotou é sublinhada pelo fato de o maior símbolo brasileiro estar pendurado na parede atrás do candidato, ocupando relevante parte do cenário projetado.

Figura 19: bandeira do Brasil e candelabro compõem cena enunciativa de Bolsonaro.



Fonte: Youtube. “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno” [vídeo], 2018⁹¹

O candelabro, ao fundo, reforça a oferta de si como homem religioso, pois é um objeto que representa, por si só, religiosidade. Não à toa, é símbolo nacional do povo judeu, que regressou à sua terra. Nesse sentido, pode-se dizer que a escolha do candelabro remete às

⁹⁰ Fragmento retirado do vídeo “Bolsonaro: última *live* antes do segundo turno”. Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em 17 de nov.2018.

⁹¹ Disponível em: <https://youtu.be/2py6E3U2wCc>. Acesso em: 22 de nov. 2018. Tempo do recorte: 27'13''

ideias de libertação e independência de um povo. Ainda, conforme a crença religiosa, “a função da Menorah (candelabro) é a de dar luz por meio de suas velas; na Torá e no judaísmo a luz simboliza a sabedoria e a inteligência” (GALARRAGA, 2012, p.1284). Sob essa perspectiva, o candidato, por sua vez, seria o personagem que traria esses atributos religiosos à sociedade.

Com o exposto, pode-se afirmar que as principais ofertas de imagem de Bolsonaro são de salvador do Brasil, que fora enviado por Deus e defensor da família. As discussões sobre os achados das análises serão realizadas no capítulo das considerações finais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se dizer que a análise contemplou três grandes momentos da disputa eleitoral: 1) como o candidato se apresentou na primeira campanha veiculada no primeiro turno; 2) quais imagens ele ofereceu de si em decorrência do atentado que sofreu a partir da propaganda política veiculada dois dias após o ataque e na transmissão ao vivo feita no hospital 11 dias após o atentado e 3) como ele se mostrou na primeira campanha veiculada no segundo turno e na transmissão ao vivo realizada dois dias antes da votação do segundo turno. A partir das análises realizadas, é possível identificar algumas estratégias discursivas que Jair Bolsonaro empregou na produção do material institucional veiculado no período da disputa presidencial, propondo sentidos e reafirmando-os por meio do seu *ethos* discursivo.

As ofertas de sentido sumariamente propostas pelo material institucional de Jair Messias Bolsonaro compõem e sublinham *ethos* discursivos que associam a ele, principalmente, três imagens: 1) de salvador do Brasil, 2) enviado por Deus e 3) defensor da família como instituição. Os demais *ethos* ofertados atravessam e reforçam os três principais.

Sob essa perspectiva, a dedicação de grande parte de sua produção de vídeo veiculada à época da disputa eleitoral ser dedicada a apresentar, sob seu modo, o principal oponente político, o Partido dos Trabalhadores, afirma que Bolsonaro seria o oposto daquilo o que o concorrente político é. Assim, as apresentações dos casos de corrupção do PT, por exemplo, buscam associar a imagem de “homem honesto” a Jair Bolsonaro. Com isso, ao apresentar o PT como uma ameaça àquilo o que *ethos* discursivo de Bolsonaro busca defender, ele oferta a imagem de si como o salvador do Brasil, pois, impedindo nova reeleição do candidato petista, estaria “livrando” o país. A imagem de honestidade que busca associar a si, afirmando, dentre outras falas destacadas no percurso de análise, que “é escravo da constituição”, sublinham o *ethos* de salvador do país.

O segundo *ethos* mais ofertado pelo candidato é o de enviado por Deus. Apoiado na oferta de que pode livrar o Brasil dos aspectos negativos, Bolsonaro, sustentado na argumentação religiosa, apresenta-se como representante daquilo o que é considerado divino, mas, factualmente por dois motivos: o primeiro por associar sua coligação à figura divina, atribuindo-lhe um lugar acima de tudo e também por nomear a associação política à qual fez parte na candidatura fazendo uso da palavra e personagem mais simbólicos do Cristianismo

que é Deus. A coligação “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” reforça o viés religioso da candidatura do personagem político e o mostra modelo daquilo o que Deus, conhecido por todos, defende. O segundo motivo factual é a adoção de um versículo bíblico como “mote” da campanha presidencial. Citada, pelo candidato, a passagem bíblica “conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará” dá força para o ethos religioso do discurso, e, consonante a isso, também sublinha o ethos de salvador do Brasil, uma vez que a verdade que Bolsonaro permite que o eleitor conheça – referentes ao PT, àquilo o que defende, às suas trajetórias política e militar -, fará com que aconteça a “libertação” do povo brasileiro. Além disso, as composições dos cenários enunciativos acentuam ainda mais a proposta religiosa que as imagens ofertadas sustentam, tendo em vista a alocação de um candelabro às suas costas durante transmissão ao vivo do segundo turno.

O terceiro ethos mais ofertado e reforçado pelos esforços enunciativos do personagem é de protetor da família. No processo enunciativo que foi construído e compartilhado quando relatou sobre ter outro filho, a pedido da atual esposa, oferta uma imagem de preocupação com a instituição familiar. Aliado a isso, o ethos doce também é ofertado quando a única filha do candidato é apresentada, em um momento particular.

Sabe-se que a atividade política exige esforços de visibilidade para construção coerente e planejada da imagem pública, mas, aliado a isso, o ator político, considerando sua relevância social, deveria ofertar imagens de si concernentes às múltiplas realidades de um povo, o que implica direcionar o olhar e fazeres políticos aos diversos grupos e às suas propriedades, aos seus contextos, dentre outros. Nesse sentido, acredita-se que Bolsonaro, no percurso do seu ethos discursivo dedicou atenção nítida àquilo o que lhe dizia respeito, ao passo que poderia, em consonância a isso, propor discussões acerca das conjunturas brasileiras. Nesse sentido, o que se identifica oferecido e reforçado são estímulos de propaganda e de auto propaganda.

As ofertas de si que Bolsonaro ofertou antes e depois do atentado ao qual foi vítima são opostas, mas complementares. Diz-se isso porque, antes, eram presentes traços maiores de autoridade e severidade, de maneira que, por vezes, eram justificadas por questões maiores, como a possibilidade do ser sincero e honesto. A partir do atentado, a imagem de sensibilidade passou a ser ofertada e sublinhada como maior ênfase. Foi o episódio que possibilitou a construção de um ethos doce e frágil. Nesse sentido, o personagem político que inicialmente

ofertava a si próprio como detentor de coragem para enfrentar os corruptos e, conforme sua fala, o “plano B do PT”, ainda assim poderia ser um ator político sensível e compreensível.

REFERÊNCIAS

ADAM, Jean M. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, Ruth. (org). **Imagens de Si no Discurso: a Construção do Ethos**. São Paulo: Contexto, 2013.

ALMEIDA, Maria H. T. A Política Social no Governo Lula. **Revista Novos Estudos**, n.70, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/XJFvxn>>. Acesso em: 14 set. 2018.

AMOSSY, Ruth. (org). **Imagens de Si no Discurso: a Construção do Ethos**. São Paulo: Contexto, 2013.

ARAÚJO, B.; SILVA, A.; SILVA, G.; BARBOSA, ÚRSULA; HENRIQUE, B. Dilma Rousseff no Jornal Nacional: a construção do *ethos* político e jornalístico na entrevista política televisiva. **Compólitica**, v. 7, n. 2, p. 181-202, 18 nov. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/djexKG>>. Acesso em: 25 out. 2018.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação, identificações e imagem-conceito. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2006. CD-ROM Disponível em: < <https://goo.gl/jTsR9h>>. Acesso em: 29 set. 2018.

_____. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**. São Leopoldo: Unisinos, v. 10, nº. 3, set/dez 2008. Disponível em: < <https://goo.gl/9vMhJ1>> Acesso em 27 set.2018.

BARREIRA, Irllys A. Ação direta e simbologia das “jornadas de junho”: notas para uma sociologia das manifestações. **Revista Contemporânea**. São Carlos, v. 4, n.1, p. 145-164. Jan. /jun. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/3Tzb6S>>. Acesso em: 02 set. 2018.

BENITES, Afonso. et. al. Retrato de um ultra a um passo de governar o Brasil: vida e ascensão do capitão Bolsonaro. **El País**, São Paulo, 28 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/NJJwFh>>. Acesso em: 02 nov.2018.

BUITONI, Dulcília S. **Cultura da imagem e sociedade do espetáculo** (org.). Ana Luiza Coiro Moraes, Cláudio Novaes Pinto Coelho. – 1.ed. – São Paulo: UNI, 2016.

CANCLINI, Néstor G. **Cultura y comunicación: entre lo global y lo local**. La Plata, Universidad Nacional de la Plata, 1997.

CARVALHO, Fabiana C. Interdiscurso, cenas de enunciação e *ethos* discursivo em canções de Aaulfo Alves. **Percursos Linguísticos**. Vitória, ES: v. 3 n. 1 p. 82-98, 2011.

CHAPOLA, Ricardo. A trajetória de Bolsonaro, candidato do PSL à Presidência. **Nexo**, 07 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/2qX3V6>>. Acesso em: 22 out. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006.

CIOCARI, Deysi. Operação Lava Jato: escândalo, agendamento e enquadramento. **Revista ALTERJOR**. Ano 06, v. 02, jun/dez. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/gWdEUJ>>. Acesso em: 19 set. 2018.

CODATO, Adriano et. al. **Direita, volver!:** o retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

DRUCK, Graça; FILGUEIRAS, Luiz. Política social focalizada e ajuste fiscal: as duas faces do governo Lula. **Revista Katálysis**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 24-34, jan./jun, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/ZTMQpt> >. Acesso em: 15 set. 2018.

EGGS, Ekkehard. *Ethos* aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth. (org). **Imagens de Si no Discurso:** a Construção do *Ethos*. São Paulo: Contexto, 2013.

FARREL, Henry. **The consequences of internet for politics**. Annual Review of Political Science, 2012, 15, p. 35-52.

FIGUEIREDO, Rubens; COUTINHO, Ciro. A eleição de 2002. **Opinião Pública**, Campinas, v.9, n. 2, p. 93-117, 2003. Disponível em: < <https://goo.gl/tN7Q3h>>. Acesso em: 12 set. 2018.

FOLHA ONLINE. **Após três eleições, Lula chega à Presidência da República**. São Paulo, 2002. Disponível em: < <https://goo.gl/QWeN4G>>. Acesso em: 15 set. 2018.

FONSECA, João J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONTES, Giulia S. et. al. Petrolão na mídia: O enquadramento de 18 meses da Operação Lava Jato nas revistas impressas. **Revista Agenda Política**, v.4, n.3, set./dez, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/8qnNwQ>>. Acesso em: 21 set. 2018.

GALARRAGA, Ana M. F. A comunicação da experiência religiosa através de símbolos. In: Congresso Internacional das Faculdades EST. **Anais...** São Leopoldo: EST, v. 2, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/m1jC9m>>. Acesso em: 28 set. 2018.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. Paulus Editora. Edição do Kindle.

GRANDI, Rodolfo; MARTINS, Alexandre; FALCÃO, Eduardo (Orgs). **Voto é Marketing, o resto é política**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

GUANDALINI, Giuliano. PT lança campanha "Xô Corrupção", criada por Duda Mendonça. **Folha Online**, São Paulo, 2001. Disponível em: < <https://goo.gl/DrCgXv>>. Acesso em: 15 set. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA DATAFOLHA. **FHC encerra mandato com reprovação maior do que aprovação.** São Paulo, 2002. Disponível em: < <https://goo.gl/9peB3J> >. Acesso em: 14 set. 2018.

JANSEN, Roberta. Como vereador, projeto de transporte gratuito para tropas. **Estadão**, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/CvkXna>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** Campinas, SP: Papyrus, 1996.

KARLSSON, Martin. **Representation as Interactive Communication.** Information, Communication & Society, 2013, p.1201-1222.

KUNTZ, Ronald A; LUYTEN, Joseph M. **Marketing político: a eficiência a serviço do candidato.** São Paulo: Global, 1982.

LADEIRA, Beatriz M. N. Compreendendo a Lei da Ficha Limpa. **TSE.** Disponível em: <<https://goo.gl/jqMuY1>>. Acesso em: 22 set. 2018.

LIMA, Marcelo O. C. **Marketing eleitoral: para não desperdiçar recursos.** São Paulo: Ôcone, 1988.

LINDNER, Julia. Bolsonaro aprova dois projetos em 26 anos de Congresso. **O Estado de São Paulo.** Brasília, 23 jul. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/dsjJGi>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

LÖWY, Michael. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. **Revista de Serviço Social e Sociologia.** São Paulo, n. 124, p. 652-664, out./dez. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/7RfxLd>>. Acesso em: 22 set. 2018.

MARQUES, Francisco P.J.A.; SAMPAIO, Rafael C.; AGGIO, Camilo. (org.). **Do clique à urna: Internet, redes sociais e eleições no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da Enunciação.** 1 ed. Curitiba: Criar Edições, 2006.

_____. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: MAINGUENEAU, Dominique. Cenas da Enunciação. 1 ed. Curitiba: Criar Edições, 2006. In: AMOSSY, Ruth. (org). **Imagens de Si no Discurso: a Construção do *Ethos*.** São Paulo: Contexto, 2013.

MANHANELLI, Carlos Augusto. **Eleição é guerra: marketing para campanhas eleitorais.** São Paulo, SP: Summus, 1992.

_____. **Jingles eleitorais e marketing político: uma dupla do barulho.** 1 ed. São Paulo, SP: Summus, 2011.

MARQUES, Francisco P. J. A. Democracia online e o problema da exclusão digital. **Intexto**, Porto Alegre, n. 30, p.93-113, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/dK6Sf7>>. Acesso em: 15 set. 2018.

MATSUURA, Sergio. Como o grupo Mulheres Contra Bolsonaro foi hackeado no Facebook. **Época**, 19 set.2018. Disponível em: <<https://goo.gl/LLoyTc>>. Acesso em: 04 nov.2018.

MENDES, Heloisa M. Enunciação aforizante no Twitter: uma análise discursiva da hashtag #aprendinoem. **Revista Calidoscópico**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, p. 216-224, mai/ago, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/fwirtY>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

MIRZOEFF, Nicholas. **An Introduction to visual culture**. London and New York: Routledge, 1999.

O GLOBO. **Mensalão: crise no governo Lula em 2005, e a origem Tucana em Minas Gerais**. Rio de Janeiro, 07 ago. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/2gKJ1X>>. Acesso em: 14 set. 2018.

PETRY, Daniel B. A impaciência do conceito: novas mídias e conectividade. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 10, 2015, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre. Disponível em: <<https://goo.gl/iHJTyK>>. Acesso em: 13 out. 2018.

PINHO, Carlos E. S. Emergência e Declínio do Governo Dilma Rousseff à Luz das Capacidades do Estado Brasileiro (2011-2016). **Revista Brasileira de Planejamento e orçamento**. Rio de Janeiro, v. 6, n 1, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/7QaGuH>>. Acesso em: 17 set. 2018.

PIRES, Teresinha M. C. C. P. A construção da imagem política de Dilma Rousseff como Mãe do Povo Brasileiro. In: **REVISTA DEBATES**, Porto Alegre, v.5, n.1, p. 139-162, jan.-jun. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/kM4WVs>>. Acesso em: 16 set. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RICHARDSON, Roberto J. et al. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUBIM, Antonio A. C; COLLING, Leandro. Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura. In: **Diálogos de la Comunicación**. Lima, (69):74-87, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/LTb9mH>>. Acesso em: 23 set. 2018.

RUBIM, Antonio A. Cultura e política na eleição de 2002: as estratégias de Lula presidente. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 12, 2003, Recife. **Anais...** Recife, 2003. Disponível em: <<https://goo.gl/DZf62W>>. Acesso em: 15 set. 2018.

_____. **O lugar da política na sociabilidade contemporânea.** In: LUGAR global e lugar nenhum. São Paulo: Hackers, 2001. Disponível em: <<https://goo.gl/4n7udb>>. Acesso em: 23 set. 2018.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem:** cognição, semiótica, mídia. 1ª edição, 4 reimpressão. São Paulo, SP: Iluminuras, 2008.

SARTRE, Jean P. **A imaginação.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

SIMÕES, Daniela. Movimento #elenão atinge mais de 1,2 milhões de menções contra Bolsonaro. **Época Negócios.** São Paulo, 26 set. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/4n9Vf5>>. Acesso em: 04 nov. 2018.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe.** Rio de Janeiro: Leya, 2016.

VALENTE, Rubens. Bolsonaro admitiu atos de indisciplina e deslealdade no Exército. **Folha de S.Paulo.** São Paulo, 15 mai. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/wCWTR1>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

VEJA. **O salário está baixo.** São Paulo, setembro de 1986. Disponível em: <<https://goo.gl/wtYX3J>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

VEJA. **O artigo VEJA e a prisão de Bolsonaro nos anos 1980.** São Paulo, maio de 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/8xuZ5r>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

VEJA. **Pôr bombas nos quartéis, um plano na Esao.** Edição nº999. Editora Abril, outubro de 1987. Disponível em: <<https://goo.gl/7fekXm>>. Acesso em: 02 nov. 018.

WEBER, Maria H. Espaço Público e Acontecimento: do acontecimento público ao espetáculo político-midiático. In: Dimensões do Acontecimento: configuração, mediação, tempo e experiência. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura.** Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, p.189-203, n. 10, 2011.

_____. O espetáculo político-midiático e a partição de poderes. 2007.

WERNER, Maikon M. F; REIS, Clovis. Do marketing ao político: um estudo sobre as estratégias e a ferramenta da comunicação no processo eleitoral. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 10, 2009, Blumenau. **Anais...** Blumenau, FURB, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/45L251>>. Acesso em 23 set.2018.