

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**  
**E CULTURA MIDIÁTICA**

**ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DA VERDADE NA**  
**CAMPANHA DE BOLSONARO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA:**  
um estudo sociossemiótico

**ANTONIO ROBERTO ROSSI**

**SÃO PAULO**

**2020**

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**  
**E CULTURA MIDIÁTICA**

**ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DA VERDADE NA**  
**CAMPANHA DE BOLSONARO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA:**  
um estudo sociossemiótico

Dissertação apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação e Cultura Midiática da  
Universidade Paulista-UNIP, para  
obtenção do título de Mestre em  
Comunicação e Cultura Midiática.

Orientador: Prof. Dr. Paolo Demuru.

**ANTONIO ROBERTO ROSSI**

**SÃO PAULO**  
**2020**

Rossi, Antonio Roberto.

Estratégias de construção da verdade na campanha de Jair Bolsonaro à Presidência da República : um estudo sociossemiótico / Antonio Roberto Rossi. - 2020.

165 f. : il. + Google Classroom.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2020.

Área de concentração: Comunicação e Política.

Orientador: Prof. Dr. Paolo Demuru.

1. Verdade. 2. Jair Bolsonaro. 3. Semiótica. 4. Política. 5. Eleições.  
I. Demuru, Paolo (orientador). II. Título.

**ANTONIO ROBERTO ROSSI**

**ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DA VERDADE NA CAMPANHA DE  
BOLSONARO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA: um estudo sociossemiótico**

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Prof. Dr. Paolo Demuru (Orientador)  
Universidade Paulista – UNIP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Valdenise Leziér Martyniuk  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carla Montuori Fernandes  
Universidade Paulista - UNIP

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho à memória dos meus pais, Leonildo e Alzira, que me ensinaram a encarar a vida com amor, ética e determinação, legando os princípios e valores que nortearam a minha existência e que eu procuro transmitir às novas gerações. Saudades.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente a todos que, de alguma forma, contribuíram para a superação deste desafio e especialmente àqueles que estiveram presentes neste processo.

A Deus, não importa a sua forma de expressão, mas que no meu entender rege a orquestra do universo em toda a sua imensidão.

À Laura, filha maravilhosa e amorosa que cuidou, incentivou e me apoia em todos os momentos deste percurso. Sem sua ajuda eu não teria conseguido chegar até aqui. Te amo, filha!

Ao Luís, filho dedicado que me acompanhou, cuidou, divertiu e foi solidário em todos os momentos. Com a sua companhia Lu, tudo ficou mais simples e divertido! Te amo!

Ao Renato, o filho com o perfil mais racional da família, que mesmo no Chile, coloca ordem no caos das minhas ideias e emoções. Rê, te amo!

À Marcia, pelo incentivo e suporte inestimáveis para aceitar e concluir esse desafio.

Ao César, Larissa e Tamara, genro e noras maravilhosos e pacientes que suportaram períodos de intermináveis conversas sobre o curso, oferecendo apoio e incentivo para que eu prosseguisse.

À Catarina, Clara e Felipe, netinhos lindos que encheram minha vida de alegria e carinho. Amo esses netinhos!

À Cidinha, minha irmã querida, por ser paciente e entender a minha ausência nestes dois anos. Te amo, irmã!

Ao Prof. Cleantes Alves Leite, pela inspiração e incentivo para retomar e continuar minha carreira acadêmica.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Paolo Demuru, que me conduziu nesse percurso de conhecimento, trazendo teorias, esclarecendo conceitos e indicando caminhos com profissionalismo, comprometimento e muita paciência. Obrigado Paolo!

À Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Carla Montuori Fernandes pelas aulas, indicações, energia e sobretudo, pelas críticas e contribuições na banca de qualificação. Elas foram imprescindíveis para a evolução do meu trabalho.

À Profª Drª Valdenise Leziér Martyniuk pelas críticas e contribuições fundamentais na banca de qualificação. Elas foram decisivas para a conclusão e o aprimoramento da minha pesquisa.

Às Profª Drª Clarice Greco Alves, Profª Drª Simone Luci Pereira e Profª Drª Janette Brunstein pelas aulas e pelas contribuições ao longo do curso.

Aos colegas de curso, pelos momentos de compartilhamento de conhecimentos, apreensões, dúvidas, troca de experiências e, sobretudo, pela amizade e cumplicidade nesta trajetória.

Agradeço à Cristine Gleria Vecchi pela força, conhecimento e estímulo compartilhando experiências, indicando caminhos e, sobretudo, pelo seu carinho e amizade. Obrigado Cris!

Um agradecimento especial à Janete Monteiro Garcia, colega e amiga de todas as horas, pelo seu comprometimento, carinho e dedicação, compartilhando caminhos, descobertas, artigos, ajuda e incentivo inestimáveis para a conclusão deste trajeto. Sua amizade foi fundamental para o meu crescimento acadêmico e pessoal. Obrigadão Janete!

Agradeço à Patrícia Lima pelo seu carinho, bom humor, conhecimento e experiência. Eles têm sido muito úteis para melhorar a qualidade do meu trabalho. Obrigadão Patrícia, pela sua amizade e pela sua ajuda. Valeu!

À Christina Rodrigues, ao James S. Santos e todos da secretaria, pelo apoio, gentileza e profissionalismo durante todo o curso.

Aos integrantes do CPS/PUC, em especial à Profª Drª Ana Claudia de Oliveira, pelo acolhimento e pela oportunidade única de compartilhar experiências e aprendizados.

Ao Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva e à Universidade Paulista - UNIP pela excelente qualidade e estrutura oferecidas durante todo o curso.

E à Casa do Caminho Santana pelo apoio espiritual, fundamental para atravessar os momentos difíceis que aconteceram neste percurso.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.

Todo parecer é imperfeito: oculta o ser: é a partir dele que se constroem um querer e um dever-ser, o que já é um desvio do sentido. Somente o parecer, enquanto o que pode ser – a possibilidade –, é, vivível.  
*Algirdas Julien Greimas (2002)*



## RESUMO

Esta pesquisa objetiva analisar, sob o prisma da semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas e da sociossemiótica de Eric Landowski, os efeitos de sentido do discurso de Jair Bolsonaro em sua campanha à Presidência da República em 2018. Considerando sua performance eleitoral em que obteve 55% dos votos válidos, como aquele candidato teve competência modal (GREIMAS, 2014, p. 106) para que o eleitor aderisse às suas propostas manifestando a sua confiança por meio do voto? Pressupomos que o então candidato utilizou discursos em que o tema da verdade fez parte de um processo manipulatório para seduzir uma parcela da sociedade que via a política de forma disfórica e desejava uma renovação dos quadros políticos em função de acusações por ineficiência e corrupção. Para compreensão desse fenômeno, nossa pesquisa tem como objetivo geral analisar como o efeito de sentido de *parecer-verdadeiro* foi produzido no interior do discurso de Bolsonaro e como ele se manifestou nos processos interacionais. Como objetivos específicos, procuraremos: a) entender os modos de produção do efeito de verdade na campanha presidencial; b) analisar as recorrências narrativas, figurativas e temáticas da campanha e; c) apontar caminhos para novos estudos sobre esse tema. Para isso, utilizaremos o arcabouço teórico-metodológico da semiótica de linha francesa de Algirdas Julien Greimas (1973, 1975, 1979, 2002, 2014, 2018), e dos regimes de interação e presença de Eric Landowski (1992, 2002, 2014, 2017), obras e artigos de autores como Ana Cláudia de Oliveira (1995), José Luis Fiorin (2001, 2011), Paolo Demuru (2018, 2019) e Umberto Eco (1991), que ofereceram contribuições imprescindíveis para o desenvolvimento deste trabalho. Nosso *corpus* foi montado a partir da coleta de materiais audiovisuais e imagéticos da campanha oficial de Jair Bolsonaro, buscando selecionar aqueles que estivessem direta ou indiretamente relacionados com o tema desta pesquisa e situados em um recorte temporal que vai de 31 de agosto de 2018 a 27 de outubro de 2018, período da campanha oficial autorizado pelo Tribunal Superior Eleitoral. Os resultados apontam para a utilização de discursos conservadores que criaram um efeito de verdade e, aliados a regimes de presença, produziram contágio estésico que envolveu e seduziu o eleitor.

Palavras-chave: Verdade. Bolsonaro. Semiótica. Política. Eleições.

## ABSTRACT

This research focus on analyzing, from the perspective of Algirdas Julien Greimas' discursive semiotics and Eric Landowski's sociosemiotics, the meaning effects of Jair Bolsonaro's speech in his campaign for the Presidency of the Republic in 2018. Considering his electoral performance in which he obtained 55% of valid votes, how did that candidate have modal competence (GREIMAS, 2014 p. 106) for the voter to adhere to his proposals, expressing his confidence through the vote? We suppose the candidate have used speeches in which the theme of truth was part of a manipulative process to seduce a portion of society that viewed politics in a dysphoric way and wanted a renewal of political frameworks due to accusations of inefficiency and corruption. In order to understand this phenomenon, our research has as a general objective, to analyze how the effect of the sense of *seeming-true* was produced inside Bolsonaro's speech and how it was manifested in the interactional processes. As specific objectives, we will try to understand: a) the ways of producing the truth effect in the presidential campaign b) analyze the narrative, figurative and thematic recurrences of the campaign and c) point out ways for new studies on this theme. For that, we will use the theoretical-methodological framework of the French semiotics of Algirdas Julien Greimas (1973, 1975, 1979, 2002, 2014, 2018), and the regimes of interaction and presence of Eric Landowski (1992, 2002, 2014, 2017), works and articles by authors such as Umberto Eco, Ana Cláudia de Oliveira (1995), Paolo Demuru (2018, 2019) and Umberto Eco (1991), who offered essential contributions for the development of this work. Our *corpus* was gathered from a collection of media production assets from Jair Bolsonaro's official campaign, aiming to select those that were directly or indirectly related to the theme of this research and in a time frame from August 31, 2018 to October 27, 2018, period of the official campaign authorized by the Superior Electoral Court. The results suggested the use of conservative speeches that created a truth effect and, combined with presence regimes, produced esthetic contagion that involved and seduced the voter.

Keywords: Truth. Bolsonaro. Semiotics. Politics. Elections.

## LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 – Captura de tela da página “A Verdade” no site do PSL	28
Imagem 2 – Captura de tela de depoimento em vídeo de campanha	28
Imagem 3 – Captura de tela de Jair Bolsonaro em programa do HGPE	37
Imagem 4 – Capa da Folha de S.Paulo de 14/06/2005	50
Imagem 5 – Variação do PIB no período de 1996 a 2019	52
Imagem 6 – Manifestação contra o aumento dos transportes em São Paulo em 2013	52
Imagem 7 – Repressão e violência. Capa da Folha de S.Paulo de 14/06/2013	54
Imagem 8 – Captura de tela de vídeo de Bolsonaro em vídeo de campanha em 25/09/2018	55
Imagem 9 – Captura de tela. Sequência do vídeo do “Kit Gay” - Apresentador Record	62
Imagem 10 – Capturas de telas de vídeo. Bolsonaro e o Kit Gay nas escolas públicas	67
Imagem 11 – Comparativo entre o Plano original e o exibido por Bolsonaro em vídeo	71
Imagem 12 – Capa da revista Nova Escola	73
Imagem 13 – Captura de tela de vídeo. Haddad fala sobre política prisional	76
Imagem 14 – Cena de manifestações contra Bolsonaro em SP - #EleNão	78
Imagem 15 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	80
Imagem 16 – Capturas de telas do vídeo Pra quem acha que Bolsonaro é homofóbico	86
Imagem 17 – Capturas de telas de vídeo – “Ex-esposa de Jair Bolsonaro grava vídeo em apoio à sua candidatura”	90
Imagem 18 – Esquema proposto por Eliane Soares de Lima	93
Imagem 19 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	94
Imagem 20 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	94
Imagem 21 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	95

Imagem 22 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	96
Imagem 23 – Captura de tela do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”	96
Imagem 24 – Captura de telas do vídeo “Do hospital, Jair Bolsonaro manda mensagem aos brasileiros”	98
Imagem 25 – Capturas de telas de vídeo “Jair Bolsonaro é contra a sexualização precoce nas escolas”	106
Imagem 26 – Header do site de Jair Bolsonaro	113
Imagem 27 – Captura de imagem de vídeos de campanha-religião	116
Imagem 28 – Captura de imagem de vídeos de campanha-religião	116
Imagem 29 – Captura de tela de vídeo com Bolsonaro na praia em 07/07/2018	120
Imagem 30 – Bolsonaro caminha pelo hospital em 16/09/2018	120
Imagem 31 – Cenas de captura de vídeo de Bolsonaro consumindo pastel	124
Imagem 32 – Captura de tela de vídeo. Bolsonaro preparando café	126
Imagem 33 – Captura de tela de vídeo de mesa com café da manhã	127
Imagem 34 – Captura de tela de vídeo – Última <i>live</i> antes do segundo turno	128
Imagem 35 – Captura de telas de vídeos de campanha # Marketeiros do Jair	130
Imagem 36 – Captura de tela de vídeo DesafioDos8Segundos: O Brasil está com Bolsonaro	130
Imagem 37 – Captura de tela de vídeo DesafioDos8Segundos: O Brasil está com Bolsonaro	130
Imagem 38 – Captura de tela de vídeo do debate no estúdio da Globo em 04/10/2018	132
Imagem 39 – Assinatura de documento contra o aborto	136
Imagem 40 – <i>Print</i> de tela de vídeo com figurativização de família	137
Imagem 41 – <i>Print</i> de tela de vídeo com Bolsonaro referindo-se ao nascimento da filha	138
Imagem 42 – Repercussão do “kit gay” nas redes sociais no período eleitoral	140

Imagem 43 – <i>Print</i> de tela com reportagem sobre impugnações por corrupção	141
Imagem 44 – Capa da Revista IstoÉ com matéria sobre Gilmar Mendes	141
Imagem 45 – Capa da Revista IstoÉ com reportagem sobre Fernando Haddad	142
Imagem 46 – Coreografias apontando os dedos como armas	148
Imagem 47 – Coreografias apontando os dedos como armas	149

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Categorias consideradas na análise

24

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
1.1 Estado da arte sobre o tema	16
1.2 Recorte temporal	17
1.3 Referencial teórico e metodológico	18
1.4 Estratégia de pesquisa	19
1.5 <i>Corpus</i>	20
1.5.1 <i>Corpus</i> inicial	20
1.6 Procedimentos analíticos	24
1.7 <i>Corpus</i>	25
<b>2 ABORDAGEM TEÓRICO METODOLÓGICA</b>	<b>27</b>
2.1 O tema da verdade e a comunicação político-eleitoral de Bolsonaro	27
2.2 Abordagem teórico-metodológica	29
2.2.1 O Percurso Gerativo de Sentido	29
2.2.2 O Esquema Narrativo Canônico	32
2.2.2.1 Fase 1 - A manipulação	32
2.2.2.2 Fase 2 - A competência	34
2.2.2.3 Fase 3 - A performance	35
2.2.2.4 Fase 4 - A sanção	36
2.3 Os Regimes de Interação	37
2.3.1 Regime da Programação	39
2.3.2 Regime do Acidente	39
2.3.3 Regime do Ajustamento	40
2.3.4 Regime da Manipulação	41
2.4 A verdade e a veridicção	42
2.5 O contrato de veridicção	45
2.6 Camuflagens	46
2.7 Verdade e Estesia	48
<b>3 MODOS DE PRODUÇÃO DA VERDADE NA CAMPANHA PRESIDENCIAL</b>	<b>50</b>
3.1 A campanha presidencial de 2018 começa em 2005	50
3.2 Estratégias de produção da verdade no discurso de Bolsonaro	58
3.3 Uma objetividade aparente	60
3.3.1 A objetivação da “Rejeição parlamentar ao Kit Gay”	60

3.3.2 Objetivação por meio de fontes duvidosas e formadores de opinião	67
3.4 Descontextualização e interrupção de falas de adversários	76
3.5 O discurso da autoverdade	77
3.5.1 A autoverdade sobre as manifestações	78
3.5.2 O testemunho como fiador da verdade	84
3.5.2.1 Testemunho da aceitação da diversidade sexual	85
3.5.2.2 O testemunho pela proximidade	89
3.6 A verdade produzida pela estesia	91
3.6.1 A estesia pela insegurança	92
3.6.2 A estesia pelo heroísmo	97
3.7 Subjetividade e objetividade que se alternam	104
3.8 A iteratividade que produz o efeito de verdade	109

#### **4 ISOTOPIAS TEMÁTICAS E FIGURATIVAS DA VERDADE NO DISCURSO DE BOLSONARO**

	<b>111</b>
4.1 “Brasil acima de tudo”: a pátria como verdade	112
4.2 Deus acima de todos: a verdade bíblica e religiosa	113
4.3 A espontaneidade e a simplicidade enquanto emblemas do parecer verdadeiro	117
4.3.1 O uso do corpo	118
4.3.2 A intimidade da residência	122
4.3.3 As refeições e os sentidos	123
4.3.3.1 O pastel	124
4.3.3.2 Pão com leite condensado	126
4.3.4 A simplicidade da produção midiática	128
4.4 Marketeiros do Jair	129
4.5 Um destinador independente	131
4.6 A verdade da moral conservadora	135
4.6.1 O tema do aborto	136
4.6.2 A figurativização da família	136
4.6.3 A temática disfórica da diversidade	139
4.6.4 A verdade da ética	141
4.6.5 A figuratividade da segurança	147
4.6.6 Negação e vitimização	150
4.6.6.1 A negação da corrupção	150
4.6.6.2 Negando a homofobia	151



4.6.6.3 Negando o racismo	151
4.6.6.4 Machismo	151
4.7 O novo verdadeiro	152
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>153</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>157</b>
<b>ANEXO I – ANÁLISES DO <i>CORPUS</i></b>	<b>165</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como proposta analisar, sob o prisma da semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas (1973, 1975, 1979, 2002, 2014, 2018) e da sociossemiótica de Eric Landowski (1992, 2002, 2014, 2017), os efeitos de sentido do discurso da verdade, empregado de forma recorrente enquanto estratégia discursiva por parte do candidato Jair Bolsonaro em sua campanha à Presidência da República em 2018. Bolsonaro dá novos sentidos a esse discurso relacionando-os, como teremos oportunidade de observar, ao tema da nação, de maneira a legitimar suas propostas e criar pontos de identidade com o eleitor por meio da produção de um efeito de sentido que o sancione enquanto candidato.

Com essa estratégia, Jair Bolsonaro chegou à Presidência da República do Brasil nas eleições de 2018 conquistando mais de 57 milhões de eleitores, ou 55% dos votos válidos, de acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2018), mesmo enfrentando candidatos de partidos com maior representação parlamentar, mais tempo no Horário Gratuito Político Eleitoral<sup>1</sup> (HGPE) e verbas oficiais muito superiores às que dispunha para sua campanha<sup>2</sup>.

Nosso pressuposto é que Bolsonaro utilizou o tema da verdade em processos manipulatórios para objetivar discursos alinhados com valores de uma parcela da sociedade que via a política tradicional de forma disfórica e desejava candidatos novos, não afetados pela corrupção.

Considerando esta performance eleitoral, quais foram os programas narrativos daquele discurso que levaram Bolsonaro a ser capaz de *poder-fazer* e *poder-fazer-crer* ou, em termos semióticos, de ter competência modal (GREIMAS, 2014, p. 106) para manipular o eleitor, de forma que ele aderisse às suas propostas manifestando a sua confiança por meio do voto? Certamente esse discurso foi apoiado e trespasado por outros discursos, do próprio candidato, de seus apoiadores e, seguramente, de adversários, mas pela pluralidade de temas aos quais está relacionado, assume relevância diante dos demais.

---

<sup>1</sup> Bolsonaro dispunha de dois blocos de oito segundos diários e 11 inserções de 30 segundos durante o primeiro turno (D'AGOSTINO, 2018, s.p.).

<sup>2</sup> Bolsonaro contava com R\$ 266.500,00 do Fundo Partidário, Fernando Haddad com R\$ 19.958.400,00, Geraldo Alkmin com R\$ 45.845.400,00, Ciro Gomes com R\$ 15.971.400,00 e Marina Silva com R\$ 5.572.200,00, para citar apenas os principais candidatos (CAESAR, 2018, s.p.).

Para compreensão desse fenômeno, nossa pesquisa tem como objetivo geral analisar como esses modos de produção da verdade foram produzidos no interior do discurso de Bolsonaro e como se manifestaram por meio de processos de interação com a sociedade.

### 1.1 Estado da arte sobre o tema

Para verificarmos a produção existente sobre o tema, consultamos repositórios de pesquisas, artigos acadêmicos nacionais e anais de congressos, utilizando as palavras-chave “verdade” e “Bolsonaro”<sup>3</sup> nos Anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), publicações da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (COMPOLÍTICA), Biblioteca de Teses e Dissertações da USP, Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES/Plataforma Sucupira, Google Acadêmico, Scielo e SIBI-Portal de Revistas da USP. Os trabalhos encontrados, em sua maioria artigos, apresentam diferentes abordagens metodológicas e de referencial teórico, mas que estão indiretamente relacionados ao tema, como por exemplo, *A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros* (MESSEMBERG, 2017), *Discurso de ódio no Facebook: a construção da incivildade e do desrespeito nas fan-pages dos deputados Jair Bolsonaro, Marco Feliciano e Rogério Peninha Mendonça* (SILVA, 2018) e *Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer”: 30 anos (1987-2017) de pautas políticas de Jair Bolsonaro nos jornais brasileiros* (NASCIMENTO et al, 2018).

Por ser um fenômeno recente, o conhecimento sobre o tema ainda está em construção e perpassa por diversas áreas em função dos múltiplos aspectos que enseja e, portanto, a semiótica pode oferecer ao campo da Comunicação uma abordagem relevante para compreensão de discursos de poder que orientaram escolhas, formas de envolvimento, participação e comprometimento do eleitor na vida política e construção da sociedade.

Para tanto, utilizaremos a lente analítica oferecida pela teoria semiótica discursiva de linha francesa de Algirdas Julien Greimas (1973, 1975, 1979, 2002, 2014, 2018) e da sociosemiótica de Eric Landowski (1992, 2002, 2014, 2017), procurando identificar o conjunto de estratégias utilizadas pelo candidato na

---

<sup>3</sup> A pesquisa por palavras-chave ocorreu entre janeiro e março de 2019.

construção do efeito de verdade em seus discursos e os processos de interação que eles estabeleceram com a sociedade.

Para atingirmos este objetivo, iniciaremos fazendo uma contextualização do ambiente onde se desenvolveu a campanha e o histórico da trajetória política de Bolsonaro. Dessa forma, poderemos ter uma visão mais abrangente das forças e dos sujeitos que protagonizaram aquela disputa de poder. Em seguida, percorreremos um caminho que passa pelo entendimento e conceituação da verdade sob o ponto de vista semiótico, bem como das estratégias utilizadas pelo candidato para produzir o efeito de verdade no interior do seu discurso.

Avançando na análise, objetivamos identificar e analisar as estratégias utilizadas para produzir o efeito de verdade no interior dos discursos na campanha de Bolsonaro. E, como o sentido é construído a partir de um conteúdo e de uma expressão que lhe dão forma, analisaremos as principais recorrências narrativas, figurativas e temáticas e os efeitos de sentido e de interação que foram evocados a partir delas. Objetivamos identificar ainda, no interior das estratégias discursivas da campanha, como a diversidade de opções políticas, ideológicas, religiosas e os direitos de minorias foram utilizados para a construção de antissujeitos da nação, responsabilizados pelos problemas da sociedade e para provocar um contágio estésico destinado a construir um efeito específico de verdade fundado em sua natureza sensível, que levou à polarização política e se impôs à livre discussão democrática do processo eleitoral. E, finalmente, dada a continuidade de uso destas estratégias na política atual, procuraremos apontar caminhos para novos estudos visando ampliar o conhecimento e a preditividade sobre o assunto.

## **1.2 Recorte temporal**

Adotamos como recorte temporal o período compreendido entre 31 de agosto de 2018, data de início do Horário Político Eleitoral Gratuito (HPEG), e 27 de outubro de 2018, período da campanha oficial para os candidatos que disputaram o segundo turno das eleições aos cargos executivos, conforme resolução n. 23.551 de 18/12/2017 do Tribunal Superior Eleitoral (BRASIL, 2017, s.p.).

Tal recorte justifica-se na medida em que apenas neste período foi permitido, de forma plena, o uso de todos os meios de comunicação à disposição dos candidatos. Vale a ressalva de que consideramos os materiais divulgados pelo

candidato durante o período do recorte, ainda que tenham entrado em veiculação em períodos imediatamente anteriores e tenham permanecido após as eleições, como no caso de vídeos que permanecem disponíveis na internet.

### 1.3 Referencial teórico e metodológico

Para dar suporte teórico a esta pesquisa, nos baseamos no referencial oferecido pela epistemologia das obras de Algirdas Julien Greimas (1973, 1975, 1979, 2002, 2014, 2018), Eric Landowski (1992, 2002, 2014, 2017) e Umberto Eco (1991). Em Greimas e Eco, buscamos concepções sobre a conceituação da verdade sob o ponto de vista semiótico, e da construção do discurso da verdade, do verdadeiro e do falso sob a perspectiva da semiótica. Nessa busca, partimos da obra inicial de Greimas, *Semântica Estrutural* (GREIMAS, 1973), em que o autor estabelece os princípios de uma metodologia para estudar os processos de significação e as bases do Percurso Gerativo de Sentido.

Em *Sobre o Sentido I - Ensaios semióticos* (GREIMAS, 1975), fomos buscar as reflexões fundamentais sobre a construção dos processos semióticos inerentes às manifestações plásticas, à conceituação das estruturas modais e das funções narrativas e actanciais necessárias à construção do efeito de verdade. No segundo volume desta obra, Greimas (2014) apresenta reflexões basilares sobre os objetos de valor, elementos participantes de funções narrativas, mas, principalmente, sobre aspectos que estiveram intimamente ligados ao discurso da verdade: as formas de modalização, a discussão da verdade, da verossimilhança e sua substituição pelo contrato de veridicção, bem como os processos semióticos envolvidos no saber e no crer e no estudo sobre a cólera, manifestação sensível provocada por processos manipulatórios de desinformação que esteve presente no tecido social durante o período analisado.

Em *Da Imperfeição*, última obra de Greimas (2002), buscamos elementos para analisar a questão do sensível, da estesia e da fratura, do sentido vivenciado por meio da experiência com o mundo.

Na obra de Landowski (2002) procuramos entender os processos de continuidade e descontinuidade que determinam regimes de interação e que, segundo Fiorin (*in* LANDOWSKI, 2002, p. 9), “permitem descrever, com rigor,

mudanças culturais, noções diversas de História, práticas sociais distintas, diferentes concepções de arte [...]”.

Para esse entendimento, buscamos em *Interações Arriscadas* (LANDOWSKI, 2014), a fundamentação e construção de um modelo teórico de regimes baseados no risco e na previsibilidade que fazem parte da construção do sentido e estão presentes nas práticas interacionais.

Procuramos em *A Sociedade Refletida* (LANDOWSKI, 1992) a lente teórica de Landowski sobre a comunicação e a política baseadas nas interações entre o político e a sociedade, abordando questões como o “público” e o “privado”, os processos de sedução, os regimes de visibilidade, de “ver” e “ser visto” e a questão da racionalidade *versus* subjetividade na argumentação política. Ainda a respeito dos regimes de visibilidade na política, consultamos a obra *Presenças do Outro* (LANDOWSKI, 2002) em que Landowski faz uma abordagem dos sentidos da presença e da ausência na política. Na mesma obra, associando regimes de presença e formas de popularidade, analisa a interação que se estabelece entre o político e a sociedade, baseado em aspectos como popularidade, *marketing*, visibilidade e presença, identificando regimes de presença que fazem parte do universo político e que estão em sintonia com nosso objeto de estudo.

Como a questão do contágio estésico permeou todo o processo eleitoral de 2018, nos baseamos ainda na obra *Pasiones sin nombre – ensayos de sociosemiótica* (LANDOWSKI, 2017) em que o autor, avançando a partir das investigações de Greimas em *Da Imperfeição*, aborda os temas do conhecer e do sentir como formas de revelação do sentido mediadas pela experiência estética.

Complementando os aspectos teóricos contidos nessas obras, utilizamos artigos e análises, teóricos e empíricos que têm uma ligação direta ou indireta com o objeto dessa pesquisa.

#### **1.4 Estratégia de pesquisa**

Para esta análise, utilizaremos como estratégia a Pesquisa Qualitativa Interpretativa, baseada na análise semiótica de materiais de um *corpus* composto por vídeos e materiais imagéticos da campanha de Bolsonaro. Tal opção justifica-se em função dos objetivos e da pergunta de pesquisa, que demandam uma resposta aprofundada sobre o tema e a questões subjacentes aos textos analisados. Uma

pesquisa quantitativa, neste caso, não é recomendada porque não ofereceria as respostas que pretende-se obter com o trabalho.

## 1.5 *Corpus*

### 1.5.1 *Corpus* inicial

Nosso *corpus* inicial foi montado a partir da coleta de materiais audiovisuais e imagéticos da campanha oficial de Jair Bolsonaro que estavam disponíveis ao eleitor durante o período do recorte, buscando selecionar aqueles relacionados ao tema e à pergunta de pesquisa.

A seleção deste *corpus* inicial justifica-se por permitir uma análise preliminar das estratégias discursivas, temáticas, figurativas e interacionais relacionadas ao candidato e à seleção do *corpus* para a análise final.

Nossa busca inicial revelou um total de 272 itens utilizados naquela campanha, assim constituídos:

#### 1.5.1.1 Vídeos oficiais, vídeos da verdade e do HGPE

Os vídeos foram utilizados intensamente para veicular as mensagens da campanha. Grande parte deles foi produzido de forma modular, em segmentos que eram adaptados e agrupados conforme as temáticas de campanha, o meio e o tempo disponível.

No total, foram levantados 120 vídeos disponibilizados no website do Partido Social Liberal (PSL)<sup>4</sup>, no perfil de Bolsonaro no YouTube (/jbolsonaro)<sup>5</sup> e do HGPE<sup>6</sup>.

Esse material foi obtido a partir das seguintes fontes:

- Vídeos oficiais: páginas de vídeos de campanha do site do PSL com *hiperlinks* que direcionavam para o perfil do partido no YouTube;

<sup>4</sup> PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Website do partido**. s.d. Disponível em: <http://bit.ly/2Gnuurs>. Acesso em: 20 fev. 2019.

<sup>5</sup> BOLSONARO, Jair Messias. **Perfil Youtube** (/jbolsonaro). 2017. Disponível em: <http://bit.ly/3abZtEy>. Acesso em: 20 fev. 2019.

<sup>6</sup> A página do PSL foi retirada do ar no início de 2019, porém os vídeos continuaram no YouTube e as URLs individuais estão relacionadas no anexo I e pasta 1.1 do Google Acadêmico.

- Vídeos pessoais: por meio do canal de Jair Bolsonaro no YouTube. Além dos vídeos oficiais, o canal de Bolsonaro disponibilizava vídeos produzidos desde o início da campanha em 2014;
- Vídeos do Horário Político Eleitoral Gratuito: levantados por meio do canal *Poder 360*<sup>7</sup> no YouTube ou a partir da página do PSL mencionada anteriormente. Em sua maioria foram produzidos por meio da edição de segmentos dos vídeos oficiais e da inserção de vinhetas. Vale lembrar que até o primeiro turno as mensagens tinham apenas oito segundos e eram utilizadas para chamar para os canais de campanha do candidato. No segundo turno, muitos vídeos foram produzidos remontando cenas que já estavam presentes nas redes.

As *URLs*<sup>8</sup> específicas de cada vídeo e respectivas datas de acesso estão relacionadas nas pastas do anexo I e nos materiais analisados no decorrer deste trabalho.

### 1.5.1.2 Entrevistas

A relevância das entrevistas está no fato de terem se constituído em oportunidades estratégicas na comunicação de Bolsonaro para apresentá-lo enquanto sujeito no pretendido papel actancial de destinador da Nação. Duas entrevistas foram incluídas nesse *corpus* inicial:

- Entrevista concedida ao Jornal Nacional – Rede Globo de Televisão em 28/08/2018 e que permaneceu no YouTube durante o período do recorte desta pesquisa. Essa entrevista tem sua importância pelos sentidos gerados por meio do confronto e polêmica que surgiram entre o candidato, os entrevistadores e a emissora que lhe fez o convite;
- Entrevista concedida por Bolsonaro à Rede Record em 04/10/2018. A relevância deste material reside na estratégia de conceder entrevista à Rede Record no mesmo momento em que o debate entre todos os candidatos à Presidência acontecia na Rede Globo, tradicionalmente o veículo de maior cobertura, prestígio e audiência nas campanhas políticas.

---

<sup>7</sup> “O Poder360 é a operação jornalística nativa digital sobre política e assuntos do poder mais antiga em atividade contínua na internet brasileira” (PODER 360, 2016, s.p.).

<sup>8</sup> *URL* - *Uniform Resource Locator* – Endereço padrão de um site na internet.



A relação dos vídeos destas entrevistas, bem como as respectivas *URL*’s e datas de acesso encontram-se relacionadas no anexo I dessa pesquisa e na pasta 1.4 - URLs das entrevistas consideradas nesta pesquisa - disponível no Google Acadêmico<sup>9</sup>.

#### 1.5.1.3 Debates na TV

Os debates na TV aberta foram considerados pela importância em função da cobertura geográfica que eles permitem e por criarem oportunidades de confronto entre as performances, presenças midiáticas e projetos de governo dos participantes. Nesse *corpus* utilizamos três vídeos relativos a debates na TV aberta, sendo dois com participação de Bolsonaro (Band em 09/08/2018 e Rede TV em 17/08/2018) e o debate da Rede Globo, ao qual ele se ausentou.

A relação dos vídeos dos debates, bem como as respectivas *URLs* e datas de acesso também se encontram no anexo I e na pasta 1.5 – URLs dos debates considerados nesta pesquisa, no Google Acadêmico<sup>10</sup>.

#### 1.5.1.4 – Redes Sociais

A inclusão das postagens e *lives* nas redes sociais neste trabalho justificam-se na medida em que foram utilizadas por Bolsonaro desde o início de sua campanha.

No Facebook, consideramos como “fanpage oficial” aquela ligada ao website oficial do candidato (<https://www.bolsonaro.com.br>) por meio de *hiperlink* <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro>. Para o levantamento das mensagens, análise estatística e busca de dados utilizamos o aplicativo Netvizz (a versão gratuita do *software*, com funcionalidades limitadas, mas que permitiram a obtenção dos dados desejados).

Incluímos as *lives* no *corpus* inicial por fazerem parte de um “palanque eletrônico” em que o candidato regularmente abordava os temas que considerava mais relevantes. Além do expressivo número de visualizações, compartilhamentos e *likes* (acima de 200 mil), algumas *lives* justificam sua inclusão pelos respectivos

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://bit.ly/2TZ6WRD>.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://bit.ly/36uyn8r>.

conteúdos relacionados à convalescência no hospital, vésperas de eleições e temas que geraram polêmicas como o “kit gay” e fraude nas urnas.

As postagens no Twitter (<https://twitter.com/jairbolsonaro>) foram incluídas em função da importância daquele aplicativo para a disseminação rápida de conteúdo. As mensagens foram levantadas manualmente, por meio do seu próprio sistema de busca, tendo como filtros a autoria de Bolsonaro e as datas correspondentes ao recorte temporal deste trabalho.

O levantamento de materiais de comunicação nas redes sociais assim definidos retornaram os seguintes itens:

- 28 *prints* de tela com postagens de Bolsonaro na *fanpage* oficial do candidato no Facebook<sup>11</sup>;
- 82 *prints* de tela das páginas do Twitter do perfil oficial de Bolsonaro<sup>12</sup>;
- 17 *lives* no Facebook, no mesmo perfil<sup>13</sup>.

#### 1.5.1.5 Materiais gráficos de campanha

- Dezoito exemplares de materiais gráficos disponibilizados para impressão na página multimídia do site oficial do PSL<sup>14</sup>. São materiais relevantes por serem utilizados tradicionalmente no corpo-a-corpo das campanhas eleitorais, comícios e carreatas.

Optamos por não incluir as campanhas ou críticas dos candidatos concorrentes, bem como as interações às postagens nas redes sociais, na medida em que nosso foco está exclusivamente nos aspectos semióticos do discurso do candidato enquanto destinador político ou de sua campanha oficial.

Seguindo essa mesma premissa, também não consideramos neste *corpus* as mensagens em grupos de apoio ao candidato no WhatsApp, embora tivéssemos acesso a um elevado número destas interações por meio da inscrição anônima deste pesquisador naqueles grupos.

---

<sup>11</sup> Disponíveis no Anexo I, pasta 1.6 – *prints* de tela de postagens no Facebook – no Google Acadêmico. Disponível em: <http://bit.ly/38HuzSL>.

<sup>12</sup> Disponíveis no Anexo I e pasta 1.7 – *prints* de tela de postagens no Twitter – no Google Acadêmico. Disponível em: <http://bit.ly/36yg5Dk>.

<sup>13</sup> Disponíveis no Anexo I e pasta 1.3 – *URLs* das *lives* consideradas nesta pesquisa – no Google Acadêmico. Disponível em: <http://bit.ly/2GtAGhr>.

<sup>14</sup> A página não se encontra mais on-line. Todo material analisado está disponível nas pastas que compõem o Anexo I.

Esse *corpus* inicial foi analisado preliminarmente e selecionados os itens que fizeram parte do *corpus* final, conforme descrito no item 1.6 – Procedimentos analíticos – e estão relacionados no Anexo I – Análises do *Corpus* e da pasta 1.2 Análises completas dos itens do corpus, disponíveis no Google Acadêmico<sup>15</sup>.

## 1.6 Procedimentos analíticos

A análise preliminar do *corpus* inicial foi realizada em cada um dos materiais levantados e sua seleção, feita a partir da pergunta de pesquisa e de elementos discursivos, plásticos e interacionais baseados nos fundamentos teóricos descritos no Capítulo 2 e separados em categorias em função dos sujeitos enunciadore e dos respectivos conteúdos identificados com os objetivos desta pesquisa, conforme discriminado na Tabela 1.

Para a análise prévia, utilizamos os seguintes procedimentos:

- Sinopse de cada unidade a ser analisada;
- Análise sumária dos aspectos discursivos, figurativos, temáticos e interacionais de cada unidade.

**Tabela 1** – Categorias consideradas na análise

NUM	CATEGORIA	JUSTIFICATIVA	PREV.	SEL.
1	Discursos em que Bolsonaro é o sujeito enunciador.	O enunciador é o próprio candidato.	25	21
2	Enunciados feitos por narradores a respeito de Bolsonaro.	Fazem parte da construção e objetivação do discurso do candidato.	11	6
3	Enunciados feitos por narradores em nome de Bolsonaro.	Fazem parte de isotopias e objetivação do discurso do candidato.	8	2
4	Enunciados feitos por narradores sobre temas de campanha de	Fazem parte de isotopias e objetivação do	8	5

<sup>15</sup> Conforme item 1.6 – Procedimentos analíticos – e relacionados no Anexo I – Análises do *Corpus* e da pasta 1.2 Análises completas dos itens do *corpus*, disponíveis no Google Acadêmico. Disponível em: <http://bit.ly/2uEdllm>.

	Bolsonaro.	discurso do candidato.		
5	Enunciados de apoiadores de Bolsonaro.	Fazem parte da construção de isotopias e objetivação do discurso do candidato.	23	8
6	Enunciados de narradores disforizando candidatos concorrentes.	Fazem parte da construção do discurso do candidato por meio de disforização de oponentes.	32	26
7	Enunciados de narradores com denúncias sobre fraudes nas urnas, kit gay.	Fazem parte da construção do discurso do candidato por meio do contágio estésico, mobilização e polarização.	2	1
8	Outros enunciados	Discursos de membros do PSL	9	1
9	Enunciados de Cotidiano e Simplicidade do candidato. Exibição da privacidade ou do corpo.	Fazem parte da construção do discurso do candidato, por meio da exibição da sua privacidade/ simplicidade	2	2
11	<i>Lives</i>		17	3
12	<i>Prints</i> com postagens no Twitter e Facebook		110	0
13	Entrevistas TV aberta		2	2
14	Debates TV aberta		3	3
15	Materiais gráficos		18	0
		<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>80</b>

Fonte: próprio autor, 2019.

### 1.7 Corpus

A partir da análise preliminar no item 1.6, selecionamos os 80 materiais relacionados no Anexo I para formar o conjunto de análise deste trabalho, em função da sua representatividade em relação à pergunta e aos objetivos desta pesquisa. Os materiais preteridos, o foram por terem conteúdos redundantes em relação aos

selecionados (mas a existência da redundância foi considerada em seu significado) ou por não estarem relacionados ao tema ou à pergunta da pesquisa.

Assim, selecionamos os vídeos e *lives* relacionados na Tabela 1 para fazerem parte deste *corpus*. Este material foi submetido à nova análise, envolvendo o aprofundamento da avaliação preliminar e agregando os seguintes aspectos:

- Identificação das recorrências isotópicas de cada unidade;
- Análise do conjunto dessas recorrências e como se articulam com as demais na construção do efeito de verdade e os processos de interação envolvidos na campanha.

A resposta à pergunta de pesquisa requer uma definição da abordagem teórico-metodológica que irá embasar nossa argumentação e que será vista no capítulo a seguir.

## 2 ABORDAGEM TEÓRICO METODOLÓGICA

A questão da verdade emerge sob diversas formas nos discursos de Bolsonaro, quer para objetivar sua argumentação, quer para obter um efeito de *parecer-verdadeiro* ou *crer-verdadeiro* em suas propostas. Inicialmente, veremos exemplos do surgimento dessa estratégia e, em seguida, abordaremos os fundamentos teóricos nos quais nos baseamos para realizarmos a análise.

### 2.1 O tema da verdade e a comunicação político-eleitoral de Bolsonaro

A campanha de Jair Bolsonaro foi um ponto de inflexão na forma de fazer comunicação político-eleitoral no Brasil, inovando nas estratégias de uso das redes sociais, que ensejam novos processos manipulatórios em que “as modalidades do crer e do saber se mostram de forma imbricada [...] que tendem a reforçar crenças e convicções orientadas pelo sensível em detrimento do conhecimento científico” (COSTA *et al*, 2019, s.p.). Assim, Bolsonaro procura *fazer-crer* no seu discurso utilizando referências a uma pretensa “verdade” presente nas promessas de campanha, nos ataques aos demais candidatos, na defesa contra alegadas calúnias e em variadas outras formas. Os dois casos a seguir devem ser tomados apenas como exemplos de utilização do tema da verdade naquela campanha.

No primeiro exemplo, vemos que no site do seu partido, o PSL<sup>16</sup>, existe uma página com o sugestivo título “A Verdade”, que traz links e *thumbnails* de inúmeros vídeos com temas polêmicos que o candidato tenta esclarecer ou que usa para se defender de supostas “notícias falsas” a seu respeito (Imagem 1). Cabem aqui algumas observações: a primeira, a própria existência de uma página com esse título, já pressupõe a existência de falsidades e o afasta das acusações relatadas. A segunda é que os enunciados são feitos na terceira pessoa, com o uso de *debreagens* que também o afastam das acusações e ao mesmo tempo sugerem, pela indefinição do sujeito e pelo uso de perguntas, que sua conduta é o oposto à das acusações. Por outro lado, esse sujeito indefinido, ao usar a negação, faz um discurso situado no eixo dos subcontrários no qual Bolsonaro, enquanto sujeito, não

---

<sup>16</sup> O PSL era o partido de Bolsonaro quando foi levantado o *corpus* desta dissertação. Em 19/11/2019 ele deixou PSL para fundar um novo partido. Esta página foi eliminada após a reformulação do site do PSL.

faz uma afirmação e nem uma negação, resultando em uma indefinição semântica que o afasta das acusações e ao mesmo tempo não revela a sua posição sobre elas.

Imagem 1 – Captura de tela da página “A Verdade” no site do PSL



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, s.d.

No segundo exemplo (imagem 2), em vídeo datado de 25 de setembro de 2018, Bolsonaro inicia com uma debreagem enunciativa falando de suas viagens pelo Brasil seguida de uma debreagem enunciativa que objetiva seu discurso atrelando-o como sujeito ao texto bíblico enunciado: “E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a). Assim, projeta um sentido metafísico de *ser verdadeiro* aos seus discursos e à sua candidatura.

Imagem 2 – Captura de tela de depoimento em vídeo de campanha



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a.

Esses são exemplos de discursos em que o tema da verdade é utilizado para diferenciá-lo da política tradicional que, afirma, está cheia de falsidades.

Vistos pela lente da semiótica como esses e outros discursos podem ser analisados sob o ponto de vista de construção de um sentido de verdade? Quais os fundamentos teóricos que explicam a verdade enquanto conceitos no interior do discurso político? Quais as estratégias discursivas e os efeitos de sentido que foram utilizados por Bolsonaro para construção da sua candidatura e na desconstrução das demais?

É esse o caminho analítico que percorreremos a seguir. Julgamos necessário que, antes de entrarmos diretamente no tema, analisemos como se processa a apreensão do sentido, como ele pode ser percebido nas interações sociais e como está ligado a estratégias discursivas de manipulação e produção da verdade.

## **2.2 Abordagem teórico-metodológica**

No capítulo a seguir, dedicado à abordagem teórico-metodológica a ser utilizada nesta pesquisa, iremos percorrer inicialmente os conceitos teóricos do Percorso Gerativo de Sentido preconizados por Greimas (1973) e definidos em Greimas e Courtés (2018), com suas estruturas semionarrativas de nível profundo que estão situadas na base do texto para, em seguida, abordar as de nível de superfície, com seus enunciados do ser, em situação de junção ou disjunção e as do fazer, que definem as mudanças de estado. Em seguida, serão abordadas as quatro fases do Esquema Narrativo Canônico, seguidas por outras quatro fases inerentes aos Regimes de Interação identificados por Landowski (2014) a partir de princípios de risco e de regularidade.

Iniciaremos, pois, com o Percorso Gerativo de Sentido.

### **2.2.1 O Percorso Gerativo de Sentido**

O Percorso Gerativo de Sentido surge na semiótica francesa a partir das análises de V. Propp sobre os contos maravilhosos russos. O autor procurou adotá-lo para o desenvolvimento de um “modelo que servisse para a compreensão dos princípios de organização de todos os discursos narrativos” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 330).



Segundo Greimas e Courtés (1979, p. 417), uma das definições de sentido é “aquilo que fundamenta a atividade humana enquanto intencionalidade”. Essa definição nos remete à questão da produção da verdade como efeito de sentido, algo intencional, não atrelado à representação de uma ocorrência do mundo natural. Na perspectiva semiótica, ela está ligada a estruturas narrativas que podem ser decodificadas, “sistematizadas na disposição dos seus componentes, uns com relação aos outros” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 232) e definidos conforme sua produção. Esses componentes podem ser colocados em níveis que mostram como o sentido é produzido, que vão das estruturas mais simples às mais complexas e organizam-se em três patamares, cada um com seu componente sintático e semântico. O sintático diz respeito a processos, o semântico aos valores.

O primeiro patamar é o nível profundo ou fundamental, que “abriga as categorias semânticas que estão na base da construção de um texto” (FIORIN, 2011, p. 21). Uma categoria semântica está baseada em oposições, que para existirem devem ter um elemento comum e é sobre ele que se traduz uma diferença, por exemplo: democracia x ditadura, em que ambos são regimes políticos, porém contrários. Estes, por sua vez, se forem negados, obtém-se dois contraditórios, no caso, uma não-democracia e uma não-ditadura e, segundo Fiorin (2011, p. 23), “cada um dos contraditórios implica o termo contrário daquele de que é o contraditório”. É importante separar essas relações, porque se definem pela presença ou ausência de um traço distintivo. Podemos ter ainda os termos complexos, reunindo contrários e subcontrários e os neutros, em uma conjunção de *não a* e *não b*.

Cada elemento da categoria *semântica* de base ou *nível fundamental* recebe um valor positivo – *euforia* – ou negativo – *disforia* – que não dependem do sistema de valores do leitor, mas sim do texto em que estão inscritos<sup>17</sup>. Assim, a definição entre *euforia* e *disforia* não é dada pelos valores de diferentes leitores, mas decorre da sua inserção no texto em que é apresentado.

Ainda no nível fundamental, a *sintaxe* abrange duas operações, sendo a primeira a negação, e a segunda a asserção, estabelecendo as relações:

- Afirmação de *a*, negação de *a*, afirmação de *b* ou;
- Afirmação de *b*, negação de *b*, afirmação de *a*.

---

<sup>17</sup> Fiorin refere-se a essa definição como: “Euforia e disforia não são valores determinados pelo sistema axiológico do leitor, mas estão inscritos no texto” (FIORIN, 2011, p. 23).

Antes de falar sobre o nível narrativo, convém assinalar que Fiorin (2011, p. 27) estabelece diferenças entre a narratividade e a narrativa, já que, segundo o autor, nem todos os textos são narrativos: a narratividade compreende uma transformação que ocorre entre dois estados diferentes cada um deles, com uma narrativa mínima no seu interior, que modifica o seu conteúdo. Assim, na narratividade temos a narrativa curta de um estado inicial, uma transformação e outra narrativa curta de um estado final modificado.

Segundo Greimas e Courtés (2018, p. 327), a narrativa designa um discurso de caráter figurativo, em que “personagens realizam ações” e que, reduzida à sua forma mais simples, implica na passagem de um estado a outro, posterior, em função de um processo e estão ligados a personagens individualizados (FIORIN, 2011, p. 28). Assim, uma narrativa é o discurso de um personagem individual, definido pela existência de um estado inicial, uma transformação pelo fazer daquele personagem e um estado final, decorrente da ação realizada por ele.

Uma vez definidas as diferenças entre narrativa e narratividade, no nível Narrativo ou de Superfície do Percurso Gerativo de Sentido, temos a *sintaxe narrativa* e a *semântica narrativa*.

No primeiro caso, há dois tipos de enunciados: o primeiro são os enunciados de *estado*. Eles são definidos pela interposição do verbo “ser” que estabelece a relação de junção<sup>18</sup> e que podem ser de conjunção ou disjunção entre um sujeito e um objeto. No caso da conjunção existe um valor positivo que define o resultado do processo, como por exemplo, o Flamengo é vencedor do campeonato brasileiro, em que o sujeito “Flamengo” está em conjunção com objeto “vitória”, por meio do verbo “ser” interposto entre eles. A relação de disjunção ocorre pela negação. Usando o mesmo exemplo anterior, teríamos nesse caso: o Flamengo não é vencedor do campeonato mundial, em que o sujeito “Flamengo” é colocado, por meio da negação do verbo “ser”, em disjunção com a vitória no campeonato mundial.

O segundo são enunciados do *fazer*, que mostram transformações, de um estado inicial a um estado final, que por sua vez, levam a transformações que resultam sob duas formas narrativas mínimas: a primeira, de privação e a segunda, de liquidação da privação.

---

<sup>18</sup> Junção, conjunção e disjunção: A Junção designa a relação que une o sujeito ao objeto. Conjunção e Disjunção designam dois termos da categoria Junção, que definem no plano sintagmático, como ocorre a relação entre sujeito e objeto, isto é, com a função constitutiva de enunciados de estado (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 279 e 90).

Na privação, ocorre um resultado inicial conjunto e um final disjunto, como por exemplo, alguém que perde o emprego: inicialmente estava em conjunção com o trabalho e, após a demissão, é colocado em disjunção com ele. No segundo caso ocorre o inverso, de um estado inicial disjunto e um final conjunto. Usando o mesmo exemplo, o sujeito desempregado, estava em disjunção com o trabalho. Ocorre uma transformação no momento em que ele encontra uma nova colocação e um final conjunto quando ele retorna ao trabalho.

E, finalmente, Fiorin (2011, p. 29) afirma que não se deve confundir Sujeito com Pessoa, nem Objeto com Coisa. Sujeito e Objeto são papéis narrativos que podem ser representados por coisas, pessoas ou animais.

Os textos, segundo Fiorin (2011, p. 29), “são narrativas complexas em uma série de enunciados de *fazer* e de *ser* (de estado) que estão organizados hierárquicamente, estruturados em uma sequência canônica”, que se manifestam por meio de quatro fases dentro de um mesmo regime: a manipulação, competência, performance e sanção. São estes processos que irão auxiliar na compreensão das estratégias discursivas envolvidas na produção do efeito de verdade da campanha de Bolsonaro.

### **2.2.2 O Esquema Narrativo Canônico**

O Esquema Narrativo Canônico é um “modelo de referência para a reflexão sobre a narratividade” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 334), que permite identificar nas estruturas semionarrativas de superfície, os percursos dos actantes de um processo semiótico. Tem como núcleo o percurso de um sujeito-performador, que manipula seus destinatários por meio de um processo comunicacional que envolve uma dimensão contratual, uma performática para atender às exigências do contrato e uma sancionadora para validação da transformação (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 333) e que percorrem as quatro fases que serão descritas a seguir.

#### **2.2.2.1 Fase 1 – A manipulação**

A manipulação faz parte de uma primeira fase do percurso e para se constituir, requer a existência de um contrato veridictório e uma modalização que leve o destinatário a um *querer-fazer*, um *dever-fazer* ou um *fazer-fazer*. Nos

discursos políticos, para levar a um *fazer-crer* determinado pelo sujeito-destinador, utiliza-se de uma série de estratégias discursivas de maneira a obter a adesão do destinatário e colocá-lo em conjunção com um objeto de valor comum aos dois actantes deste processo. A manipulação pode se dar por meio de duas estratégias que são ligadas ao sujeito modalizador da ação ou outras duas são ligadas ao objeto de valor da manipulação.

A primeira estratégia da manipulação é a *provocação*. Ela é ligada ao sujeito destinador que desafia o destinatário, duvidando de sua capacidade ou competência para atender ao desafio realizado. Ao atender ao desafio, o destinatário aceitará a manipulação e a sua modalização – o *fazer-fazer* – se completa, colocando o destinador em conjunção com seu objeto de valor. Segundo Landowski (2014, p. 26), ela depende da imagem que o “manipulador faz ou pretende fazer daquele que deseja manipular” e se concretiza a partir em uma motivação subjetiva em que o destinatário aceita a manipulação para mostrar ao destinador uma imagem positiva de si mesmo, de ser capaz.

O segunda estratégia é a *sedução*, também ligada ao sujeito destinador que utiliza artifícios que despertem simpatia, desejo ou interesse no destinatário para realizar o objeto da manipulação. Diferente da provocação, a sedução utiliza formas mais sutis, como a adulação, a lisonja e o elogio para persuadir e obter a adesão do destinatário de forma a transformar a própria manipulação em um objeto de valor para o destinatário e, ao mesmo tempo, colocar o destinador em conjunção com o seu objeto de valor.

Para Landowski (2014, p. 26), as duas formas anteriores tem em comum o fato de pressuporem que, nestes casos, o manipulador atribui ao outro a mesma condição que reconhece para si mesmo enquanto sujeito, e portanto, ela se dá entre dois sujeitos que reconhecem suas respectivas competências de ordem modal<sup>19</sup>, de *poder querer*, e tem algum nível de motivação entre ambos para que haja uma negociação e a manipulação aconteça.

A terceira estratégia é a *intimidação*, relacionada ao objeto de valor da manipulação. Ela envolve ameaças, castigos, estrutura de poder e uso de

---

<sup>19</sup> Competência modal: Segundo Greimas (2014, p. 167) são alterações do estatuto do sujeito do *fazer* e do *ser*. No primeiro caso são relacionados ao sujeito de fazer e referem-se à sua capacidade de *fazer-fazer* e no segundo, de *fazer-ser*.

autoridade para modalizar o destinatário. As formas mais comuns são a chantagem, o uso da força, ameaça da perda de bens, posição social, política, poder, liberdade.

E, finalmente, a quarta estratégia de manipulação é a *tentação*, também ligada a impor uma condição para modalizar o destinatário em direção a um objeto de valor conhecido por ambos. É o caso da corrupção, por exemplo, em que o corruptor oferece um valor em dinheiro, bens ou poder ao corrupto para que ele o beneficie de alguma forma. Nestes casos, segundo Landowski (2014), as duas partes tem condições de comparar o valor dos valores envolvidos e avaliar os custos (ou os riscos) de aceitar a manipulação. De qualquer forma, se estabelece uma relação de troca e contrato, já que ela depende de um acordo entre os “projetos do manipulador e do manipulado” (LANDOWSKI, 2014, p. 26).

### **2.2.2.2 Fase 2 – A competência**

Segundo Greimas e Courtés (2018, p. 75), o percurso narrativo do sujeito tem dois sintagmas: a competência e a performance. Vamos tratar aqui do primeiro caso enquanto fase do Percurso Gerativo de Sentido e, no item 2.1.3, do segundo.

A competência em si pode ser considerada como um saber-fazer, que torna o fazer possível por parte do sujeito. É a fase que constitui o sujeito da narrativa enquanto actante e que, segundo Greimas e Courtés (2018, p. 76), poderia ser definida em termos modais como uma “organização hierárquica de modalidades” que levam um sujeito de uma situação de comportamento programado para outra, de ação, que realiza a transformação por ser portador de um saber ou de um poder que possibilita o fazer. É assim, algo que torna possível o fazer.

Essa competência pode surgir sob diversas formas, desde um conhecimento superior, até contar com instrumentos para realizar a transformação. Na política, por exemplo, pode estar associada a ter conhecimento ou ser investido de poder para dar solução a questões complexas, como estabelecer articulações para solução de demandas sociais e econômicas.

A competência, então, é uma instância que precede a enunciação, em que o sujeito modaliza as estruturas utilizando um sistema de coerções que leva um dever-ser a se realizar como saber-fazer em um processo virtualizante.

Para Landowski (2014, p. 49), para que essa competência se manifeste e o manipulador conduza a esse “querer-fazer”, é necessário levar o destinatário a *crer*

ou fazê-lo *saber* que teria alguma vantagem nessa manipulação, e isso só será possível se ele estiver ciente do que deseja e sente, para que esses aspectos possam ser explorados e a manipulação aconteça. Dessa forma, para que a competência se estabeleça enquanto fase de uma estratégia de manipulação, é necessário que ocorra uma contrapartida da parte do destinatário em aceitar os termos desta competência e o único caminho para que ela aconteça é o da comunicação – verbal ou não verbal – entre os actantes do processo.

### 2.2.2.3 Fase 3 – A performance

A terceira fase – a performance – reflete o momento em que a transformação é processada com a realização da competência, colocando o sujeito em conjunção com o seu objeto de valor. Ela pode ser conceituada como a consumação de um ato ao qual se atribui uma estrutura modal em que existe um enunciado de fazer que determina um enunciado de mudança de estado, ou seja, “uma transformação que produz um ‘um novo estado de coisas’” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 363) ou ainda a “atualização de potencialidades prévias” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 74 ).

Entretanto, ela está subordinada diretamente ao tipo de competência do sujeito e à necessidade do *dever-ser* (ou impossibilidade desta), para que a transformação se consume a partir da natureza dos valores envolvidos no processo. Para isso, a performance se apresenta sob dois estados: o primeiro, está relacionado à aquisição de performances derivadas de uma competência para um *saber-fazer*. Na política poder-se-ia usar como exemplo o político que aprendeu a identificar tendências nos bastidores e, utilizando essa competência, consegue aprovar uma lei (mudança de estado) em plenário. O segundo, à aquisição ou “produção de valores descritivos” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 363), como nos programas narrativos.

Finalizando, a performance é definida por ser um componente do percurso narrativo do sujeito, desde que esteja relacionada aos valores descritivos e que em um mesmo ator esteja incorporada uma relação sincrética entre o sujeito do fazer e o sujeito de estado.

#### 2.2.2.4 Fase 4 – A sanção

A quarta fase é a da sanção, aquela em que ocorre o julgamento e a aprovação da transformação e que pode estar situada em duas dimensões: na programática e na cognitiva.

Na programática, pode ser considerada um julgamento da conformidade em relação a um comportamento previsto no contrato de veridicção que é efetuado pelo Destinador, que tem uma pressuposta competência para fazer esse julgamento em relação ao programa narrativo do sujeito performante. Na outra ponta, a sanção do Destinatário consiste na sua retribuição exigida na situação de troca em função da performance realizada em relação àquele mesmo contrato. Ela pode ser positiva, quando ocorre a recompensa, ou negativa, quando acontece a punição. Quando punição, pode vir sob a forma de uma vingança ou de justiça decorrentes daquele julgamento. Segundo Greimas e Courtés (2018, p. 426) a função dessas recompensas é restabelecer o equilíbrio narrativo.

A Sanção Cognitiva, pelo contrário, é um julgamento sobre o ser do sujeito e os enunciados de estado que dele decorrem e pode apresentar-se sob duas formas: a primeira, pelo ponto de vista do Destinatário-sujeito, equivale positivamente ao reconhecimento por algo excepcional realizado (um jogador que faz um elogio ao técnico por adotar um programa de exercícios responsável por bons resultados em uma competição, por exemplo) e negativamente à confusão do vilão (a crítica ao técnico por utilizar um esquema tático confuso que resultou na desclassificação do time, por exemplo). A segunda, realizada pelo Destinador, é a “contapartida pela prova glorificante assumida pelo destinatário-sujeito” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 426-427). Usando o mesmo exemplo, seria a situação em que um técnico aprova as jogadas decisivas de um atleta vencedor em uma competição.

Segundo Fiorin (2011, p. 32), estas quatro fases estão presentes em um mesmo processo, não estão ordenadas de forma sequencial ou temporal e muitas vezes estão ocultas e precisam ser recuperadas por meio de “relações de pressuposições”.

Outras narrativas, por sua vez, não são reiteradas ou não se realizam completamente e a manipulação não se concretiza, algumas colocam ênfase em uma das fases em detrimento de outras ou contém várias fases colocadas de forma superposta, necessitando um desmembramento para ser analisada.

Tomando nosso objeto de pesquisa como exemplo desses formatos híbridos de manipulação, o então candidato Jair Bolsonaro usou a sua ausência de competência como uma competência, ao referir-se ao seu desconhecimento da economia (Imagem 3). Ao mesmo tempo, revelou uma outra competência mais importante em se tratando do cargo almejado, a do homem que sabe e é capaz de delegar pois se não tem o conhecimento técnico necessário, tem o poder de montar uma equipe que tenha conhecimento e competência para resolver os problemas do país.

Imagem 3 – Captura de tela de Jair Bolsonaro em programa do HGPE



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018k.

Se até o momento vimos como o discurso é estruturado para ser um simulacro da verdade e pode ser decodificado por meio de um método que possibilite a sua compreensão a partir das etapas da sequência metodológica do Percurso Gerativo de Sentido, analisaremos agora como ela é definida enquanto regimes de interação entre pessoas, seguindo uma outra lógica, a da continuidade e descontinuidade que avança na teoria narrativa e que é definida pelos riscos envolvidos nestes processos.

### 2.3 Os Regimes de Interação

Segundo Landowski (2014, p. 19), viver implica em assumir riscos maiores ou menores para cada ação cotidiana, ainda que a sociedade, hoje, preze o oposto do risco: a segurança. É praticamente impossível viver sem nenhum risco, pois ele existe mesmo em níveis mínimos em cada atitude. Ao optar viver com um risco mínimo, a vida torna-se regular, marcada por uma monotonia que lhe subtrai o



sentido. Assim, levado ao extremo, viver sem nenhum risco nos remeteria à certeza da morte, da ausência de sentido. Ao contrário, viver totalmente no risco implicaria certamente em uma vida de dor e prazer, mas implicaria em uma morte rápida. Considerando que vivemos em uma sociedade marcada pela prudência e pela busca de segurança, existem opções de riscos aceitos entre aqueles dois extremos e que permitem escolhas que levam à convivência do indivíduo consigo mesmo e com a sociedade. Essas escolhas estão relacionadas a três diferentes lógicas que definem regimes de interação e, conseqüentemente, de sentido, que estão intimamente relacionados.

A primeira delas é baseada em uma relação, tal como ela acontece entre coisas, que é programada, baseada em princípios de *regularidade*, na segurança e na previsibilidade que determina uma vida sem sobressaltos ou intercorrências. A segunda é a da *intencionalidade*, que é determinada pelas manipulações. São duas lógicas que estão presentes na semiótica narrativa, às quais Landowski (2014, p. 19) acrescenta um novo regime fundado na *sensibilidade*, que é o do ajustamento entre os interactantes no processo.

A partir do princípio da regularidade, o autor define dois regimes que levam a um *querer-fazer*, *dever-fazer* ou *fazer-ser* e colocam o sujeito em uma lógica de junção com objetos de valor: a *programação* e a *manipulação*. E mais duas, a partir de uma lógica de união, do contágio sensível: o *acidente* e o *ajustamento*. Esses regimes serão vistos a seguir, a partir dos itens 2.3.1, 2.3.2, 2.3.3 e 2.3.4.

O avanço proporcionado pelo sistema criado por Landowski tem o mérito de permitir a descrição e a análise, não apenas de fenômenos naturais, mas principalmente – e que nos interessa – políticos e sociais em suas diversas manifestações: autoritárias, quando relacionados a regimes definidos pela programação, democráticos quando regidos pela manipulação em que se torna necessária a persuasão de segmentos da sociedade e o do acidente, que se apresenta sob diversas formas nos discursos que analisamos neste trabalho. São fenômenos que exigem um tipo de análise que dê conta das infinitas nuances da interação humana e que, desta forma, não podem ser explicadas em toda sua plenitude com o uso do quadrado semiótico, que tende a situar a análise discursiva entre os pontos dos seus quadrantes, enquanto a análise dos processos interacionais só pode ser expressa por infinitos pontos situados por Landowski em uma elipse que os representa entre as suas diversas fases.

### 2.3.1 Regime da Programação

O regime da *programação* é fundado na regularidade, na sequência de fatos do cotidiano, no controle e baixo risco. São os períodos de regularidade da vida, momentos de repetição de ações que geram a falta de interesse e que remetem à insignificância e um viver mecânico e programado. Projetando para sistemas de organização social, este seria um regime de tipo tecnológico ou tecnocrático, controlado e sem acidentes, baseado em formas de controle autoritárias e burocráticas. Da mesma forma, poderia ser aplicado a qualquer fato do cotidiano que se repete a partir de um mesmo sistema, como a rotina de um trabalho burocrático rígido, cartorial, por exemplo.

Se, em termos narrativos a programação remete ao conceito de papel temático, aquele que é previsível em função da sua regularidade, Landowski (2014, p. 25) faz uma ressalva de que, filosoficamente, a regularidade não é absoluta em se tratando das pessoas, mas semioticamente ela traduz um “modo de apreensão do mundo radicalmente determinista”, que condiciona grande parte das ações cotidianas.

### 2.3.2 Regime do Acidente

Para definir o regime do acidente, Landowski parte de uma premissa diferente da prevista por Greimas em *Da Imperfeição*. Enquanto Greimas partia do contínuo, Landowski (2014, p. 70) parte da descontinuidade, do acaso, da espera do inesperado, um princípio da aleatoriedade, que se manifesta sob duas formas: a primeira, um fenômeno resultante de uma probabilidade matemática calculável e, portanto, vazio de sentido, até certo ponto previsível, porém não programável. A segunda, que Landowski define como remetente a uma probabilidade mítica, diz respeito à fatalidade, ao acontecimento inesperado, que quebra uma rotina de uma programação e que pode ser eufórica, com acontecimentos felizes, ou disfóricas como desastres, por exemplo. São acontecimentos que, não importa a natureza, remetem ao absurdo, ao sem-sentido, já que não permitem compreensão, natureza e principalmente previsibilidade de seu acontecimento, mas sim, o contágio estésico estabelecido entre sujeitos.

Transportando para nosso objeto de análise, a campanha de Bolsonaro foi marcada por uma série de acontecimentos marcados pelo regime do acidente, sendo o principal, o atentado contra a vida de Bolsonaro durante a campanha eleitoral, que veremos mais adiante, durante a análise do *corpus*.

### 2.3.3 Regime do Ajustamento

O regime seguinte, o do *ajustamento*, lida com a capacidade de sentir o outro de maneira a construir o valor da interação e, neste caso, pode haver duas possibilidades. A primeira diz respeito a um ajustamento entre sujeitos iguais, que exige um conhecimento recíproco de dois modos de sensibilidade: a “sensibilidade perceptiva” e a “reativa” (LANDOWSKI, 2014, p. 52), indispensáveis para o reconhecimento do outro enquanto sujeitos que agem entre si e “com foco nas suas competências estéticas” (DEMURU, 2018, p. 7), como ocorre na dança em que os parceiros buscam ir ajustando-se reciprocamente para atingir um objetivo, buscando um objeto de valor comum, a “realização mútua” (LANDOWSKI, 2014, p. 54) que é o próprio ato de dançar com elegância e desenvoltura, por exemplo.

Uma forma menos idealizada e mais presente na sociedade brasileira enquanto característica é o processo de ajustamento identificado por Demuru (2019) como o do *jeitinho brasileiro*. Nele, embora se apresentem como:

[...] filosofia de vida e modelo de conduta, não contemplam esquemas de ação e pensamento pré-constituídos, privilegiando a capacidade de fazer-sentir do outro e ajustar-se, aos poucos, às suas jogadas. [...] um ajustamento elíptico, curvo, aberto (DEMURU, 2019a, p. 95).

O segundo caso diz respeito a ajustamentos decorrentes de respostas a tentativas de programação ou manipulação que impliquem em risco para um dos actantes<sup>20</sup> do processo. Nesta definição, temos os alinhamentos verticais em que a hierarquia produz relações de manipulação por intimidação, em que um dos sujeitos vai promovendo ajustamentos parciais e sucessivos, de forma a atingir um objetivo de retardamento de ação ou mudança estratégica. Ou no caso de sistemas políticos

---

<sup>20</sup> Actante: é uma função narrativa relativa àquele que [...] “realiza ou sofre o ato”. [...] No interior do discurso enunciado distinguir-se-ão tipologicamente: a) actantes da comunicação (ou da enunciação) que são o narrador e o narratário, mas também o interlocutor e o interlocutário [...] e b) actantes da narração: sujeito/objeto, destinador/destinatário (GREIMAS; COURTES, 1979, p. 14).

opressivos que, em si representam um elevado nível de risco e conduzem a sucessivos ajustamentos por parte dos cidadãos, como forma de preservação da própria vida.

Embora esses quatro elementos – *programação, manipulação, acidente e ajustamento* – possam ser colocados dentro de um quadrado semiótico, eles, enquanto formas de interação, não são absolutos, como não são absolutas as relações nem os riscos, mas sim apresentam infinitas gradações que formam não um quadrado, mas uma elipse em que os eventos vão se alternando em um contínuo sem que o início ou o término de uma marque precisamente o limite de outra.

Na verdade, entre esses regimes, a teoria define transições, assim como prevê múltiplas superposições e combinações possíveis. No plano das práticas, elas são mesmo a regra. Daí uma série de problemas de fronteiras e de limiares que será preciso examinar. Todavia, mesmo nessas condições, cada um deles implica um estilo particular de relações com o mundo e com o outro, o que levanta outra série de problemas, desta vez, de interpretação (LANDOWSKI, 2014, p. 31).

#### 2.3.4 Regime da Manipulação

É aquele fundado em um princípio de intencionalidade e baseado em uma estratégia para que um sujeito leve outro a querer ou fazer alguma coisa (já descrito anteriormente no Percurso Gerativo de Sentido).

Indo além das circunstâncias actantes daquele percurso, o que prevalece neste processo interacional é a motivação subjetiva do sujeito em sua relação com o outro, que envolve o reconhecimento e as atribuições entre os dois actantes. Dessa maneira, ambos têm as competências do *fazer*, que os modalizam, e as do *querer*, que os tornam sujeitos.

Aqui a manipulação encontra seu fundamento na motivação propriamente subjetiva: ao sujeito importa tanto ser conhecido como tal, com todas as qualidades e competências que isso envolve, que se sente obrigado a atuar conforme a imagem que deseja oferecer (e oferecer-se) de si mesmo. Nessa segunda forma a interação estratégica já não se desenvolve num plano “horizontal”, no qual os parceiros podem trocar valores objetivos, mas num eixo “vertical”, isto é, hierárquico, onde sua confrontação põe em jogo o reconhecimento de um dos actantes pelo outro (LANDOWSKI, 2014, p. 27).

Ainda segundo Landowski (2014, p. 32), a manipulação enquanto estratégia está na “lógica do *fazer-fazer* [...] das sociedades civis fundadas na interdependência de sujeitos”, que está na raiz do trabalho político, envolvendo a persuasão para realizar negociações, acordos e obter adesões a uma causa ou atuação. Mas neste caso, segundo o autor, o conhecimento do outro é utilizado para sua manipulação, como ocorre com o uso das redes sociais.

Isso equivale a dizer que aqui o reconhecimento do outro enquanto fonte de vontade não equivale, propriamente falando, a reconhecê-lo como outro enquanto tal, por si mesmo, enquanto finalidade. Porque, se o estrategista-manipulador reconhece o querer do outro e, melhor ainda, se se dedica a conhecê-lo em profundidade, a torna-lo tão transparente quanto possível, a detectar suas determinações (entendendo-se que, se o querer funda o sujeito, não pressupõe necessariamente sua autonomia), é unicamente para manipulá-lo com maior segurança, para ganhar mais poder sobre ele, atuando sobre suas motivações e suas razões, eventualmente as mais secretas (LANDOWSKI, 2014, p. 32-33).

## 2.4 A verdade e a veridicção

No decorrer deste capítulo analisaremos, em um primeiro momento, a questão da verdade enquanto um pressuposto teórico que nos levará ao conceito de veridicção sob o qual a semiótica trata determinados processos de construção da realidade e de poder. Iniciaremos por uma conceituação do termo “verdade” e dos tratamentos teóricos que estão relacionados a ele para, em seguida, introduzir a visão da semiótica greimasiana sobre o tema e uma mudança de paradigma<sup>21</sup>, substituindo aquele conceito pelo de veridicção.

Iniciando, poderíamos dizer que o termo “verdade” comporta uma infinidade de acepções. No Oxford Dictionary, é definido como “A qualidade ou estado de ser verdade”, ou “Aquilo que é verdade ou de acordo com fato ou realidade” ou ainda “Um fato ou crença que é aceito como verdadeiro” (TRUTH, 2019, s.p.)<sup>22</sup>.

No Dicionário da Universidade de Cambridge, encontramos definições aproximadas às do Oxford, como “a qualidade de ser verdadeiro”, “a realidade dos fatos sobre uma situação, evento ou pessoa”, ou ainda, enquanto crença estabelecida culturalmente seria “um fato ou princípio que é pensado como verdade

<sup>21</sup> Paradigma: “[...] um conjunto de elementos que podem substituir-se uns aos outros num mesmo contexto” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 358).

<sup>22</sup> Busca pelo termo em inglês *truth*.

pela maioria das pessoas”<sup>23</sup> (TRUTH, 2018, s.p.). Todas são definições abrangentes e vagas, mas partindo delas poderíamos pensar que a verdade seria uma forma de representação do mundo natural, uma construção discursiva aceita culturalmente, portanto sujeita a inúmeras distorções e intencionalidades, fruto de um processo cognitivo de apreensão da realidade, mas que não pode ser entendido separado desta.

Seria, portanto, “integrante dos efeitos de sentido de todo e qualquer ato de interpretação discursiva” (BALDAN, 1988, p. 3). Mas se a verdade é definida enquanto interpretação, fica implícito que o julgamento do que é ou não verdadeiro pode ser realizado por meio de processos subjetivos construídos dentro de uma lógica de poder que a define.

Para Umberto Eco (1987), a verdade e seu oposto, a falsidade, nem sempre oferecem os elementos e nem mesmo parâmetros de avaliação que poderiam evidenciar o que é verdadeiro e o que não é, e indícios, ainda que evidentes, podem levar a descaminhos que não garantem um julgamento preciso e dependem do contexto, das evidências, do ponto de vista ou do interesse de quem faz o julgamento.

Provas através do conteúdo nos dizem que um texto é uma fraude, se categorias conceituais, taxonomias, modos de documentação, esquemas iconológicos e assim por diante, não são coerentes com a estrutura semântica do meio cultural dos supostos autores. Mas não há como demonstrar que um texto foi originalmente escrito antes de Cristo só porque não contém idéias cristãs (ECO, 1987, p. 27)<sup>24</sup>.

Eco (1991, p. 209) continua afirmando que “Todo termo e todo enunciado introduzem no círculo cotextual, vínculos de pressuposições” e prossegue: “A linguagem é por natureza produtora de sentidos segundos ou indiretos” então, a questão da verdade fica ainda mais dependente de uma metodologia de análise que desvende os mistérios envolvidos nesses sentidos ocultos ou indiretos.

---

<sup>23</sup> Busca pelo termo em inglês *truth*.

<sup>24</sup> Tradução livre do autor. No original: “Proofs through content tell us that a text is a fake if its conceptual categories, taxonomies, modes of argumentation, iconological schemes and so on, are not coherent with the semantic structure of the cultural milieu of the alleged authors. But there is no way to demonstrate that a text was originally written B.C. only because it does not contain Christian ideas” (ECO, 1987, p. 27).

Dessa forma, se a verdade é uma construção interpretativa da realidade, subordinada a um processo culturalmente constituído, contém aspectos subjetivos que dificultam ou impedem um julgamento preciso e representa uma concepção de poder, tornando sua conceituação ainda em aberto. A semiótica, entretanto, pode oferecer um caminho teórico-metodológico para tratar esta questão. Para a semiótica greimasiana, a verdade faz parte da construção do discurso e sua significação. “Sua primeira preocupação será, pois, explicitar, sob forma de construção conceptual, as condições de apreensão e da produção do sentido” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 415). Assim, a questão da verdade, para a semiótica, “não deve ser confundida com a existência “verdadeira” (GREIMAS, 1981, p. 12) e não existe enquanto tal, mas é efeito de sentido de um discurso que interpreta e constrói uma ideia de realidade, sujeito ao contexto e à intencionalidade dos atores envolvidos. Esse processo de construção de uma concepção de verdade, entretanto, se dá por meio de um aprendizado que é edificado ao longo do tempo.

Segundo Greimas (2014), a apreensão da realidade é um processo cognitivo progressivo, iniciado na infância quando a imaginação ainda está mesclada às percepções do mundo e que, gradativamente, toma corpo por meio das experiências vividas e se define na maturidade, quando se estabelece e se consolida, no que Greimas chama de “senso comum” (GREIMAS, 2014, p. 116).

Somente a partir desse aprendizado, fruto das condições culturais da sua formação, passa a existir uma racionalidade “adulta” capaz de compreender o que é a realidade e o que não faz parte desta.

Para Greimas (2014, p. 122), a concepção de verdade em um discurso deve ser substituída pela da veridicção. No processo veridictório, não importa se o discurso reflete uma condição do mundo natural ou uma interpretação de poder, mas sim, que a produção da verdade ocorre dentro de um discurso que não busca o *dizer-verdadeiro*, mas sim, o *parecer-verdadeiro*. Assim, na veridicção eixo da análise, sai da intencionalidade ou da representação feita pelo seu produtor enquanto modalizador, para se concentrar na instância do destinatário, a quem o discurso é dirigido “[...] e por quem procura ser lido como verdadeiro” (GREIMAS, 2014, p. 122).

Greimas avança afirmando que, para que isso ocorra, torna-se necessária uma interpretação que leve à concordância do destinatário, a ser obtida por meio de

uma estratégia de modalização por parte do destinador que propõe o ponto de vista a partir do qual o discurso veridictório será definido e tem a responsabilidade de conhecer e satisfazer as expectativas do destinatário. A partir daí, estabelecem entre si uma espécie de acordo, a partir do qual o discurso veridictório será definido conforme veremos a seguir.

## 2.5 O contrato de veridicção

Esse acordo, segundo o autor, é o *contrato de veridicção* e na sua concepção está implícita uma estrutura de troca em que os seus elementos constitutivos são dois objetos de valor que são conhecidos pelos envolvidos neste processo. Eles desempenham papéis actanciais relacionados a um “fazer cognitivo recíproco”, colocando de um lado o “fazer persuasivo” e de outro, um “fazer interpretativo inverso” (GREIMAS, 2014, p. 124), que envolve ainda o conhecimento de um valor fiduciário para o objeto, que o torna o foco do interesse recíproco e negociado na veridicção.

Se ao falar de veridicção empregamos o termo contrato não o fizemos em razão de um sentido metafórico qualquer, mas pelo fato da comunicação da verdade estar fundada na estrutura de troca que a suporta, pois, por mais elementar que seja a permuta de dois objetos de valor [...], ela pressupõe o conhecimento do valor dos valores trocados, sendo que o “conhecimento do valor” nada mais é que o saber-verdadeiro sobre os valores-objeto (GREIMAS, 2014, p. 124).

Avançando neste pensamento, para que o contrato de veridicção exista, é necessário um certo grau de homogeneidade social que garanta a permanência de suas marcas de veridicção, caso contrário não haverá reconhecimento recíproco dos valores envolvidos na troca. São aquelas marcas que permitem o reconhecimento da transformação de algo que era secreto – que é mas não parece ser – em verdadeiro e definem as possibilidades de interpretação de um dado discurso para que seja visto como verdadeiro.

A integração da problemática da verdade no interior do discurso enunciado pode ser interpretada, em primeiro lugar, como a inscrição (e a leitura) das marcas da veridicção, graças às quais o discurso-enunciado se ostenta como verdadeiro ou falso, mentiroso ou secreto (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 486).



Se para a existência de um contrato de veridicção é necessário contar com uma sociedade relativamente homogênea, com valores compartilhados e critérios comuns, essas condições dificilmente existem no mundo contemporâneo, que é individualizado, globalizado e com valores instáveis que interferem na percepção dos valores dos objetos em disputa.

Segundo Greimas (2014), essa dificuldade de percepção dificulta ou impede o reconhecimento de valores comuns que deveriam nortear tais contratos e geram uma crise no processo de veridicção. Nesta crise, mesmo a semiótica tem dificuldade em se posicionar e não se espera mais do enunciador que seu discurso seja verdadeiro, mas que produza um efeito de sentido de verdade. Aprofundando essa afirmação, Greimas fala da dificuldade em se estabelecer a verdade diante da “multiplicidade de discursos que se interpenetram e se confundem, cada um dotado de sua própria veridicção” (GREIMAS, 2014, p. 121), que ao final levam a uma era de descrença em que o discurso é incapaz de revelar a verdade.

Levando em consideração que a verdade é um efeito de sentido, de *fazer-parecer-verdadeiro* e que as condições do contrato de veridicção deixam de existir, então só resta ao destinador criar condições para que o destinatário aceite seu discurso como verdadeiro (GREIMAS, 2014 p. 122). Para que isso aconteça, ele precisa criar um efeito de verdade que atenda à expectativa que o destinatário possui a seu respeito enquanto agente responsável pelo sucesso da manipulação. Assim, outros processos discursivos se alternam enquanto estratégias manipulatórias para restabelecer o contrato de veridicção na sua função de ganhar a adesão do destinatário: as *camuflagens*, como veremos a seguir.

## 2.6 Camuflagens

A primeira, chamada *camuflagem subjetivante*, é um formato de manipulação em que a verdade surge da conjunção entre *ser* e *parecer*, e deste último, o efeito de sentido de secreto ou, “para ser aceito como ‘verdadeiro’ deve parecer ‘secreto’” (GREIMAS, 2014, p. 123), ou algo que é, mas não parece ou não pode ser, portanto, revelado. Ela surge com mais frequência em discursos religiosos ou de poder, em que uma forma mística, oculta ou dominada apenas por iniciados é utilizada para dar

o efeito de verdade a algo secreto, inatingível ao destinatário, mas que o coloca em conjunção com o seu objeto de valor. Na camuflagem subjetivante, o sujeito modalizador surge de forma evidente, porém, ao falar sob a forma de um segredo, ele é ilusório, mas simulando ser portador de um saber considerado verdadeiro, realiza a manipulação. Essa modalização é concretizada pois quem faz o enunciado assume a posição de “fiador da verdade” (GREIMAS, 2014, p. 123), decorrente de um saber específico, proximidade ou afinidade com um suposto e verdadeiro destinador, produzindo o efeito de verdade.

A contrapartida é que, ao se configurar este tipo de manipulação, o contrato de veridicção que se estabelece cria um fazer-crer que gera uma hierarquia de poder entre os actantes, abrindo caminho para outros processos manipulatórios.

A segunda, chamada *camuflagem objetivante*, utiliza o discurso científico para se estabelecer. Para parecer verdadeiro, vale-se de enunciados científicos ou consagrados e os projeta no discurso, de forma impessoal, eliminando ou socializando o sujeito ou apagando “tanto quanto possível todas as marcas de enunciação” (GREIMAS, 2014, p.123).

É uma atitude demonstrativa, que dada a dimensão de autoridade presente na afirmação, induz a uma situação de aceitação de uma verdade consagrada e obrigatória, independente de quem é o enunciador. Para que isso ocorra, o enunciador sugere uma atitude de distanciamento do problema, de forma a induzir que sua análise é racional e desprovida de paixão, como afirma Charaudeau (2009)<sup>25</sup> ao analisar estratégias para definição de uma identidade discursiva, de forma que o enunciador tenha credibilidade nas suas asserções:

[...] de distanciamento, que leva o sujeito a adotar a atitude fria e controlada do especialista que raciocina e analisa sem paixão, tal como um experto, tanto para explicar as causas de um fato, comentar os resultados de um estudo, quanto para demonstrar uma tese [...] e também de [...] Neutralidade, atitude que leva o sujeito a apagar, em seu discurso, qualquer vestígio de julgamento ou avaliação pessoal. Na comunicação midiática, a condição de credibilidade se traduz por um discurso de autenticação dos fatos, com o reforço dos depoimentos das testemunhas (CHARAUDEAU, 2009, p. 4).

---

<sup>25</sup> CHARAUDEAU, Patrick – Linguista, Professor da Universidade Paris-Nord (Paris XIII), voltado para o desenvolvimento de uma teoria de análise empírica do discurso, articulando vários planos da realidade social.

## 2.7 Verdade e Estesia

Greimas (2002) trata da questão da estesia em *Da Imperfeição* e, a partir de quatro obras literárias, analisa a passagem do inteligível para o sensível, da sensação que perpassa o corpo que sente enquanto produtor de sentido. Para o autor, a estesia é um momento em que se estabelece uma relação de deslumbramento, provocado por uma quebra accidental na programação da vida, na relação entre um sujeito e seu objeto de valor.

Descreve esse momento no capítulo *O Deslumbramento* (GREIMAS, 2002, p. 24) em que a vida de Robinson seguia seu regime de regularidade programada, de sons e silêncios previsíveis, vazios de sentido, marcados pelo curso de uma gota d'água que pingava regularmente em uma vasilha de cobre.

Em um dado momento, uma gota hesita e interrompe a queda causando um silêncio, um *acidente* na programação da vida de Robinson, fazendo com que a noção de tempo seja interrompida e provoque uma sensação de êxtase, um breve instante de deslumbramento que torna toda sua vida momentaneamente confusa e desequilibrada para, em seguida, retornar à sua regularidade.

Para Landowski (2017, p. 2/29), Greimas inicia em *Da Imperfeição* uma série de investigações visando encontrar outra forma de “encontro entre o sujeito e o objeto” (LANDOWSKI, 2017, p. 2/29), o *estético* ou ainda, o *estésico*. Nele, analisa não uma relação distante com o mundo, mas uma relação de proximidade, de um sujeito que experimenta o mundo e não daquele que apenas conhece o mundo. Para ele, o conhecer e o sentir caminham juntos e a percepção de mundo se dá menos pela forma racionalizada pelo conhecimento, pelo inteligível, mas pela imediatez da estesia, em como o mundo é sentido e como por meio deste, ele passa a *fazer sentido*.

Analisando a relação entre o inteligível e o sensível, e a abordagem que estes aspectos devem receber por meio da semiótica, Landowski (*apud* SILVA, 2014) sugere que ela, semiótica, deve ocupar-se em desvendar não apenas o discurso

enquanto objeto isolado, mas ir além, procurando abordar a vida em sua dimensão sensível: a estesia, a paixão, o contágio, em resumo, a experiência vivida<sup>26</sup>.

Justifica essa inclusão afirmando que nas nossas atividades comuns, quaisquer que sejam, nos pautamos prioritariamente, ainda que não percebamos, por uma lógica do *poder-fazer* e o *saber-fazer*, sobrepondo-os a outros modos de interação (LANDOWSKI, 2017, p. 1-2/25) que nos permitiria ver o mundo de uma maneira mais contemplativa e desinteressada.

Isso decorre do fato de que, segundo o autor, temos uma visão mais imediatista, de tentativa de manipulação das pessoas, de “operar” sobre elas ou com elas, de buscar as coisas que nos são úteis, uma lógica de relações que é intermediada por objetos de valor, aos quais se entra em *conjunção* ou *disjunção* ou, como afirma Demuru (2019 p. 92), uma *lógica da junção*. Prosseguindo e indo além das postulações teóricas de Greimas em *Da Imperfeição*, Demuru (2019) afirma que é possível perceber a existência de outra lógica, a da “*união*”, oposta à que rege os anteriores. Nela, a interação e o sentido não dependem de objetos de valor, mas são construídos por meio do sentir, do contágio estésico que se transmite a partir de uma “*co-presença sensível*”, existente entre dois sujeitos. Ela define dois outros regimes, o *regime do acidente*, que é o da insensatez, do acontecimento da natureza, que surpreende a todos, e o do *ajustamento*, ambos vistos anteriormente, quando nos referimos aos regimes de interação, no item 2.3.

Mas, em que circunstâncias esses regimes estão relacionados com a construção do efeito de verdade que é objeto de nossa pesquisa?

Esses regimes, particularmente o da manipulação envolvendo o sensível para fins políticos, implicam no desenvolvimento de estratégias que envolvem a produção intencional e midiática de um contágio estésico permanente que motiva, confunde o destinatário, por meio do excesso de significados e produz um efeito de verdade que o leva a aderir ao contrato proposto pelo destinador político.

Eles predominaram nos discursos da campanha presidencial conforme veremos mais adiante, no terceiro capítulo desta pesquisa.

---

<sup>26</sup> “A semiótica intervém, portanto, no espaço delicado que se estende entre o quantificável e o sensível. Já faz muito tempo, eu defendia a ideia de não somente uma semiótica do “sensível”, tomando o sensível como objeto, mas de uma semiótica ela mesma sensível – o que, para um certo número de colegas, era um não-sentido. O que eu queria assim defender era uma semiótica feita por semioticistas que não se recusem a um fazer reflexivo, quase uma espécie de autoanálise (SILVA, 2014, p. 345).

### 3 MODOS DE PRODUÇÃO DA VERDADE NA CAMPANHA PRESIDENCIAL

Vamos iniciar nossa caminhada fazendo uma contextualização dos principais acontecimentos que levaram à campanha de 2018. Eles serão fundamentais para entender quais foram as estratégias de produção do efeito de verdade e como elas foram utilizadas na campanha de Jair Bolsonaro.

#### 3.1 A campanha presidencial de 2018 começa em 2005

Iniciando esta contextualização, retrocederemos no tempo até o ano de 2005, quando surgem denúncias e processos pelo desvio de dinheiro de empresas públicas para a compra de votos de parlamentares. Em junho daquele ano, teve início o “Mensalão”, com uma denúncia do Deputado Roberto Jefferson sobre desvios de dinheiro dos Correios (Imagem 4).

Imagem 4 – Capa da Folha de S.Paulo de 14/06/2005



Fonte: FOLHA DE S.PAULO, 2005, capa.

Essa manchete (PT dava mesada de R\$ 30 mil a parlamentares, diz Jefferson) dialoga ainda com outra (Pesquisa vê queda no otimismo econômico), dando conta de uma pesquisa que constata a queda no otimismo econômico, estabelecendo uma relação causal entre a corrupção e os problemas econômicos que ocorriam naquele momento.

A partir de então, tiveram continuidade as denúncias de novos focos de corrupção e delações premiadas em uma regularidade que alimentava permanentemente as agendas jornalísticas dos principais meios de comunicação. Isso ocorre em função da existência de um agendamento dos temas que são tratados pela mídia por meio de uma seleção de assuntos que possam a ter notoriedade pública e que obedecem não apenas o fluxo de notícias de interesse público, mas também uma agenda temática da própria mídia que, por sua vez, passa a ser reproduzida simultaneamente pelos concorrentes. Se por um lado disputam a primazia da notícia, por outro, essa busca contribui para validá-la.

Por meio dessa reprodução, a notícia passa a circular “de maneira rápida e abrangente, alimentando um processo que, apesar das tentativas de limitar o prejuízo de imagem para os indivíduos envolvidos, pode facilmente fugir do controle” (MONTUORI, 2015, p. 111-112). É o que passa a acontecer com o noticiário envolvendo o “mensalão”: ele passa a ser exibido nos meios oficiais de divulgação e replicado na mídia e nos meios digitais que estavam surgindo. Se por um lado esses acontecimentos tinham um novo componente de midiaticização e transparência em função da transmissão direta pela “TV Justiça e replicados pelas emissoras comerciais” (PAIVA, 2013, p. 3), que lhes dava amplitude nacional, paralelamente, começava a tomar corpo uma nova forma de comunicação por meio das redes sociais, em particular, o Facebook e o Twitter.

As redes ofereciam “capilaridade” (PAIVA, 2013, p. 3), diversidade e oportunidade de participação direta da sociedade, em que as pessoas recebem a informação e as disseminam agregando comentários e conteúdos pessoais. Essa mudança migra de uma “construção identitária vertical”, da televisão para as pessoas, para uma “horizontal, de muitos para muitos” (TUBELLA, 2005, p. 282).

Tal processo midiático tem continuidade ao longo do tempo, a ponto de se converter em uma programação<sup>27</sup> (LANDOWSKI, 2014, p. 22) que perdura até meados do primeiro mandato de Dilma Rousseff, período em que se intensificam os sinais de crise econômica (Imagem 5) e a insatisfação popular com maior intensidade.

---

<sup>27</sup> Programação: regime de interação desenvolvido por Landowski, a partir da obra de Greimas *Da Imperfeição* (2002) em que os acontecimentos são repetitivos e a vida segue na monotonia, com ausência de sentido (ver item 2.3.1 deste trabalho).

Imagem 5 – Variação do PIB no período de 1996 a 2019



Fonte: IBGE, 2019, s.p.

Em 2013, os sinais de insatisfação tornam-se evidentes com as manifestações promovidas, via redes sociais, em protesto contra o aumento de R\$ 0,20 nas passagens do transporte urbano de São Paulo. Lideradas pelo “Movimento Passe Livre” esses protestos tinham um caráter objetivo, voltado para o problema das passagens e “utilizavam as hashtags #TrêsReaisÉRoubo, #PorUmaVidaSemCatraca, #SeATarifaNãoBaixarAcidade VaiParar” (DEMURU, 2018) (Imagem 6).

Imagem 6 – Manifestação contra o aumento dos transportes em São Paulo em 2013



Fonte: R7, 2013, s.p.

Esse movimento já traz em sua axiologia, elementos comunicacionais que o diferenciam de seus precedentes, pela adoção de novas linguagens temáticas e figurativas, adotando o formato de um discurso publicitário que em uma “sociedade

amplamente conectada pelos meios de comunicação em rede, um empoderamento de várias vozes se faz ver e ouvir” (LARUCCIA; MARTYNIUK; SILVA, 2015, p. 135) e assim, o movimento ganhou uma dimensão inesperada identificada pela mídia tradicional e sua maior expoente, a Rede Globo, como uma situação de caos social e político provocada pela incapacidade do governo em dar uma resposta adequada ao problema.

As manifestações e a repressão a elas continuaram (imagem 4), até que os acontecimentos tomaram um novo rumo, com discursos marcados pela indefinição semântica, como “‘a liberdade de manifestar por qualquer causa’ e as hashtags para “#NãoÉpelosVinteCentavos, #PeloBrasil, #AcordaBrasil” (DEMURU; SEDDA, 2018, p. 4), criando um período de vagueza de significado que aparentemente não foi entendida ou apropriada pelas forças que detinham o poder naquele momento, mas veio a influenciar os acontecimentos tempos depois.

A imprensa tratou tais protestos de uma forma disfórica criando um efeito de sentido de descontrole e caos social (Imagem 7), derivado de um governo que não tinha competência para se estabelecer enquanto destinatário da nação (DEMURU; SEDDA, 2018, p. 3). A reportagem da Folha (FOLHA DE S.PAULO, 2013, capa) utilizada como exemplo, mostra na primeira página da edição de 14/06/2013 matéria com o título: “Polícia reage com violência a protesto e SP vive noite de caos”. A gravidade do fato é realçada pela matéria colocada logo abaixo, ilustrada com a imagem de uma mulher ferida e o título “Distúrbios começaram com ação da Tropa de Choque”.



Imagem 7 – Repressão e violência. Capa da Folha de S.Paulo de 14/06/2013



Fonte: FOLHA DE S.PAULO, 2013, capa.

Tais protestos continuaram até 2014, ano de Copa do Mundo e das eleições para os cargos executivos. Dilma Rousseff se reelege por estreita margem, em um clima de forte polarização política, e o Brasil, sediando a Copa e sob denúncias de superfaturamento das obras dos estádios e corrupção, sofre a pior derrota de sua história no futebol<sup>28</sup>. Na economia, o país enfrenta uma forte depressão, com o PIB caindo 3,8% em 2015 e 3,6% em 2016 (IBGE, 2017, s.p.).

Neste quadro de protestos, polarização, crise econômica e após as eleições presidenciais de 2014, teve início a campanha de Jair Bolsonaro à Presidência, (Imagem 8) conforme seu depoimento em vídeo: “Ao final de 2014, resolvi disputar as eleições em 2018. Para tanto, comecei a andar pelo Brasil.[...] A receptividade

<sup>28</sup> Em 08/07/2014, a seleção de futebol Brasil perdeu para a da Alemanha por 7 x 1, em jogo realizado no Estádio Governador Magalhães Pinto (Mineirão), em Belo Horizonte.

que tive em todos os locais que eu fui do Brasil foi excepcional com essa bandeira” (sic) (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a).

Imagem 8 – Captura de tela de vídeo de Bolsonaro em vídeo de campanha em 25/09/2018



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a.

Ao fazer esse depoimento, contextualizando, justificando e situando sua candidatura no tempo e no espaço (afirma que viajou por todo o Brasil), Bolsonaro realizou um procedimento de enunciação marcado por duas debreagens: uma debreagem enunciva temporal, ao especificar o momento em que tomou a decisão de se candidatar, e uma enunciativa actorial<sup>29</sup>, relativa à sua candidatura em que se apresenta como um “eu” actante, sujeito da narrativa e que remete a um sentido de ação, característico de alguém que quer se estabelecer rumo a um programa narrativo de base: a presidência da República.

Paralelamente, ao final de 2014, também surge oficialmente o Movimento Brasil Livre (MBL) com uma agenda que, no futuro, revelaria uma grande sinergia com a de Jair Bolsonaro, particularmente nas questões ligadas ao conservadorismo, à moralidade e à eliminação do pensamento crítico e político na formação escolar básica (“Escola sem Partido”). O MBL, grupo autodenominado de “direita e apartidário” demonstrou ter competência para mobilizar milhares de pessoas por meio das redes sociais e de deslocar o sentido dos protestos, indo da objetividade para a “vagueza de significados” (DEMURU; SEDDA, 2018, p. 3), do uso de símbolos da nação e da polarização para obter contágio estésico<sup>30</sup> e, assim, ampliar

<sup>29</sup> Debreagens: instância da enunciação que projeta atores, tempos e espaços no discurso. Pode ser enunciva, quando projeta para longe no tempo ou no espaço e enunciativa, quando projeta um eu, aqui ou agora. Actorial, quando praticada pelo sujeito da enunciação.

<sup>30</sup> Utilizamos o conceito de carga estética definido por Demuru (2019c, p. 49): “Por ‘carga estética’, entendo aqui, o núcleo de pulsões sensíveis – uma espécie de ‘tensividade fórica’ (GREIMAS;

sua esfera de ação que antes era local, para a nacional, estendendo as manifestações às principais cidades e estados do país.

O MBL adota um discurso polêmico e polarizador contra a classe política, acusada de ser corrupta, em especial o PT, representado nas figuras de Lula e Dilma, apontados como antissujeitos da nação e pela crise econômica, corrupção e pela decadência vivida pelo país.

A notoriedade alcançada pelo MBL fez com que a grande mídia alterasse seu discurso e começasse a transmitir em detalhes cada um desses eventos. As manifestações, consideradas democráticas e pacíficas, têm apoio e segurança oferecidas pela Polícia Militar, batalhões de trânsito, transportes públicos e pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.

Esses movimentos se apropriaram das cores verde/amarelo que fazem parte da expressão de itens como a bandeira, as camisetas da seleção, cartazes, faixas e até em projeção na fachada do edifício da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), reunindo sincreticamente o simbolismo das cores aos significados dos diferentes suportes eidéticos e matéricos daqueles objetos, de forma a estabelecer contratos fiduciários entre o enunciador destinador que promove a manifestação e o enunciatário destinatário que é a sociedade.

As cores verde e amarelo são “formantes pictóricos” (OLIVEIRA, s.d., s.p.<sup>31</sup>) que apresentam uma dimensão cromática, mas também eidética nas formas e matéria nos suportes constituintes dos objetos de que fazem parte. São planos de expressão que evocam sentidos próprios ligados a fazer parte de um todo orgânico – a pátria – que é apreendido pelo olhar, pela sensibilidade e pelo corpo de quem as observa figurativizando conteúdos de patriotismo, nacionalismo e honestidade e fazem parte de um discurso que envolve e engloba o cidadão que se manifesta contra a corrupção e o mal<sup>32</sup>.

---

FONTANILLE, 1991) – sem nome (LANDOWSKI, 2004), que circula em um determinado universo social”.

<sup>31</sup> Texto não datado e não paginado pela autora, que faz essa referência: “Esse texto foi fruto de pesquisa financiada pelo CNPq, nos anos 1992-1993, e foi publicado em versões parciais em *Cruzeiro Semiótico*, Porto, 1993, número temático sobre o referente, e em *Face*, Revista de Semiótica e Comunicação, vol.4, número 2, 1995, pp.104-145” (OLIVEIRA, s.d., s.p.).

<sup>32</sup> Demuru (2018, p. 4) menciona pessoas envolvidas na bandeira nacional durante os protestos exigindo “Hospedagem padrão Fifa”, “Mais saúde”, “Mais educação”, “Contra a PEC 37”.

Este é o momento em que a bandeira do Brasil começa a aparecer nas ruas do país. Nas manifestações de 17 de junho em São Paulo, Rio e Brasília, os manifestantes desfilam envoltos pelo emblema nacional (EXTRA, 2013). Não é só isso: a bandeira aparece nas fachadas de edifícios importantes, como o da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), localizado na Avenida Paulista, símbolo da cidade. Em 18 de junho, um grupo de manifestantes se reuniu sob o palácio, no qual a bandeira brasileira e uma série de faixas verde amarelas foram projetadas repetidamente (Revista Forum, 2013) (DEMURU, 2019c, p. 52)<sup>33</sup>.

Se a apropriação em si não é uma novidade, o seu uso passou a representar uma forma de polarização na disputa de poder, um “nós” x “eles” em que as cores nacionais seriam a figurativização do bem, do cidadão honesto, conservador e patriota em oposição à cor vermelha, identificada como a cor do PT, da corrupção e principalmente, do comunismo que ameaçava a sociedade. Tematicamente, apoiavam a Operação Lava Jato e o Juiz Sérgio Moro, figurativizado como um herói guardião da lei.

Os movimentos atingem o seu auge em 2016, exigindo o *impeachment* de Dilma Rousseff, que vem a acontecer em agosto daquele ano. Segundo números do Projeto “Protestos no Brasil (1989-2016)”, do NEPAC/CEMARX-UNICAMP” (TATAGIBA, 2016), foram 308 movimentos de protesto convocados por movimentos de direita entre 2013 e 2016, dos quais 97 foram contra o regime, e destes, 80 contra o PT, Lula e Dilma e 12 com temas ligados à ordem, à moral e bons costumes.

Uma vez consumado o *impeachment*, os movimentos se voltam contra Lula até a sua prisão em abril de 2018 (e continuam posteriormente, durante a campanha presidencial). Nessas manifestações, Lula e o PT são disforizados<sup>34</sup> como expoentes da “velha política”, que é considerada incompetente e corrupta e exigem renovação dos quadros representativos nacionais.

Esse longo e contínuo processo de acusações e disforização faz com que a política, enquanto semântica, vá perdendo gradualmente os sentidos que a definem

<sup>33</sup> No original: “È questo il momento in cui la bandiera del Brasile inizia ad affacciarsi per le strade del paese. Nelle manifestazioni del 17 di giugno a San Paolo, Rio e Brasilia, i dimostranti sfilano avvolti dall’emblema nazionale (Extra, 2013). Non solo: la bandiera compare sulle facciate di importanti edifici, come quello della Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), la Confindustria dello Stato di San Paolo, situato al centro della Avenida Paulista, luogo simbolo della città. Il 18 giugno, un gruppo di manifestanti si riunisce sotto il palazzo, sul quale vengono proiettate, ripetutamente, la bandiera brasiliana e una serie di fasce gialloverdi (Revista Forum, 2013)” (DEMURU, 2019c, p. 52).

<sup>34</sup> Euforia: em semiótica designa o “termo positivo da categoria tímica que serve para valorizar os microuniversos semânticos [...]” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 170). O seu oposto é a disforia, no nosso caso, tem o sentido de desvalorizada, valorizada negativamente.

e seja reduzida a um todo indefinido, confuso e semelhante em seus piores aspectos. A esse rebaixamento corresponde um período de desesperança, de abatimento de expectativa e esperança pelo surgimento de algo novo, do surgimento de novos sentidos, de “trazer os valores de volta a um estado puramente virtual e criar em seu lugar novos valores que até então eram descritos como puramente virtuais”<sup>35</sup> (DEMURU; SEDDA, 2018, p. 10). Assim, surge a expectativa pelo *outsider*, o novo político, sem a contaminação das práticas do passado e que poderia iniciar uma nova história.

O “Novo” é um valor que emergiu desses movimentos e o candidato, para ser considerado novo, não deveria ter um passado político que o levaria à corrupção e principalmente, por não ter sido processado por este motivo.

Foi neste momento que a candidatura de Jair Bolsonaro ganhou corpo e tornou-se realidade. O candidato, mesmo sendo parlamentar há quase três décadas, apropriou-se deste valor em sua campanha à Presidência da República – o “ser novo” – e o relacionou ao *ser-verdadeiro*. Para ser novo precisa ser verdadeiro e o verdadeiro, em sua concepção discursiva, tem fé religiosa, é autêntico, puro, informal, diferente dos políticos tradicionais que usam padrões consagrados e estereotipados. Assim, constrói uma narrativa do *ser-verdadeiro* para *fazer-crer* e *fazer-sentir* que era o candidato que reunia as qualidades necessárias para ocupar a Presidência da República, conforme veremos a seguir.

### 3.2 Estratégias de produção da verdade no discurso de Bolsonaro

Como vimos anteriormente (Capítulo 2), a verdade em termos semióticos é efeito de sentido de um discurso que é construído a partir de um acordo entre dois actantes de um processo de manipulação estabelecido por meio de um contrato de veridicção.

Segundo Landowski (2014 p. 35), em se tratando de campanha política, não existe exatamente uma programação que leve o eleitor a preferir incondicionalmente um candidato e se mantenha assim até o momento do voto.

---

<sup>35</sup> No original: “riportare i valori realizzati ad uno stato puramente virtuale, e realizzare al loro posto nuovi valori che venivano fino a quel momento descritti come puramente virtuali” (DEMURU; SEDDA, 2018, p. 10).

O eleitor sempre tem a opção de migrar de um candidato a outro, quando colocado em conjunção com propostas, ideologias, oposições, crenças e inseguranças. Suas escolhas não são racionais e a possibilidade de mudarem, mesmo no último minuto, são utilizadas intencionalmente pelos candidatos para obter a sua adesão.

As escolhas dos eleitores não são mais nem programadas por qualquer conjunto de fatores sociais identificáveis, nem sequer motivadas por uma racionalidade objetivável – em outras palavras, os eleitores já não têm identidade política definida (LANDOWSKI, 2014, p. 36).

Para Landowski (2014, p. 37), essa atitude de indefinição é “caracterizada por um sentimento de insegurança que o motiva”. O autor acrescenta que essa inconstância não é uma irresolução, mas que é durável e reflete uma visão que o eleitor faz da situação de concorrência política e como ele se coloca diante das opções que tal disputa lhe oferece para satisfazer as suas necessidades.

Nessas condições, sua inconstância de superfície, no nível do voto, não traduz, em definitivo, uma inquietante irresolução, mas, ao contrário, um desejo profundamente enraizado, de ordem por assim dizer existencial, e, portanto, durável: ela reflete a visão ansiosa que esse grupo social faz da situação de concorrência estatutária na qual a evolução demográfica e social o tem colocado (LANDOWSKI, 2014, p. 37).

Para o político, esse sentimento de insegurança, essa motivação para mudar até o último momento, precisa ser neutralizada por um conjunto de estratégias que visem criar e manter de forma permanente, um *fazer-parecer-verdadeiro* que modalize o destinatário e o coloque em conjunção com objetos de valor comuns até o momento do voto.

No conjunto do *corpus*, identificamos cinco estratégias que tiveram utilização mais intensa durante a sua campanha:

- a) Uma objetividade aparente, em que o efeito de verdade surge por meio de procedimentos que afastam o enunciador enquanto sujeito da enunciação e assim, confere um caráter de *parecer-verdadeiro* e factual ao seu discurso;
- b) O uso da autoverdade em que um discurso é visto como verdadeiro apenas porque é dito por alguém que expressa suas convicções pessoais.

Nele, o enunciador torna-se o avalista do seu discurso, que passa a ser percebido como verdadeiro;

- c) A produção do efeito de verdade a partir da estesia provocada por uma profusão de mensagens de urgência, de ação, que levam à adesão irracional, àquilo que é dito;
- d) Na quarta, analisaremos a estratégia de utilizar a subjetividade das afirmações e denúncias e a objetividade da apresentação de comprovações que se complementam criando um efeito de verdade, e finalmente;
- e) A iteratividade, na qual determinados temas são repetidos sob diversas formas nos discursos da campanha cujo efeito de sentido remete a um *crer-verdadeiro* e um sentido de urgência nos discursos do candidato.

Elas não são as únicas, mas aquelas que surgiram com maior frequência nesse processo de modalização do eleitor, conforme veremos a seguir.

### **3.3 Uma objetividade aparente**

Nessa estratégia, Bolsonaro usa a debreagem enunciativa como condutor do seu discurso manipulatório, como nos dois casos a seguir em que essa objetividade aparente surge por oferecer um caráter irrefutável e comprobatório ao seu discurso, por meio de um conjunto de procedimentos de forma que ele possa ser entendido como verdadeiro e factual (DEMURU, 2018). Para isso, apresenta vídeos descontextualizados por meio da edição, falas de adversários interrompidas ou documentos não relacionados à sua denúncia, como veremos nos exemplos a seguir.

#### **3.3.1 A objetivação da “Rejeição parlamentar ao Kit Gay”**

O primeiro caso apresenta um vídeo publicado no perfil de Bolsonaro nas redes sociais durante a campanha de 2018 e construído a partir de uma colagem e edição de trechos de outros vídeos, de forma que essa montagem criasse um segundo discurso, construído para modalizar o eleitor por meio da disforização do seu oponente enquanto responsável por um projeto supostamente danoso aos

valores conservadores da sociedade e remetesse a um sentido de rejeição social com o chamado “Kit Gay” (Imagem 9).

Em uma rápida contextualização, o “Kit Gay” é uma expressão utilizada por Bolsonaro para se referir ao projeto de educação denominado “Escola sem Homofobia” que visava educar as crianças para conviverem com a diversidade sexual. Segundo o site Nova Escola<sup>36</sup> (SOARES, 2015), o projeto foi apresentado e suspenso em 2011 em função de veto presidencial de Dilma Rousseff, por pressão de grupos conservadores<sup>37</sup>. Ele previa a produção de materiais didáticos e de treinamento de professores e envolvia, entre outras peças, a produção do filme “Beijo Lésbico”.

Estes materiais foram objeto de denúncias nos vídeos da campanha de Bolsonaro por supostamente integrarem uma política educacional de sexualização precoce de crianças em idade escolar, que segundo o candidato, estimularia o homossexualismo, a pedofilia e estariam a serviço da “ideologia”, uma expressão vaga para se referir às propostas defendidas pelo Partido dos Trabalhadores – PT. A estrutura do vídeo analisado compreende três partes (Imagem 9): a primeira apresenta o enunciado do problema, a objetivação do que foi enunciado a partir da indicação dos responsáveis e a confissão de autoria.

---

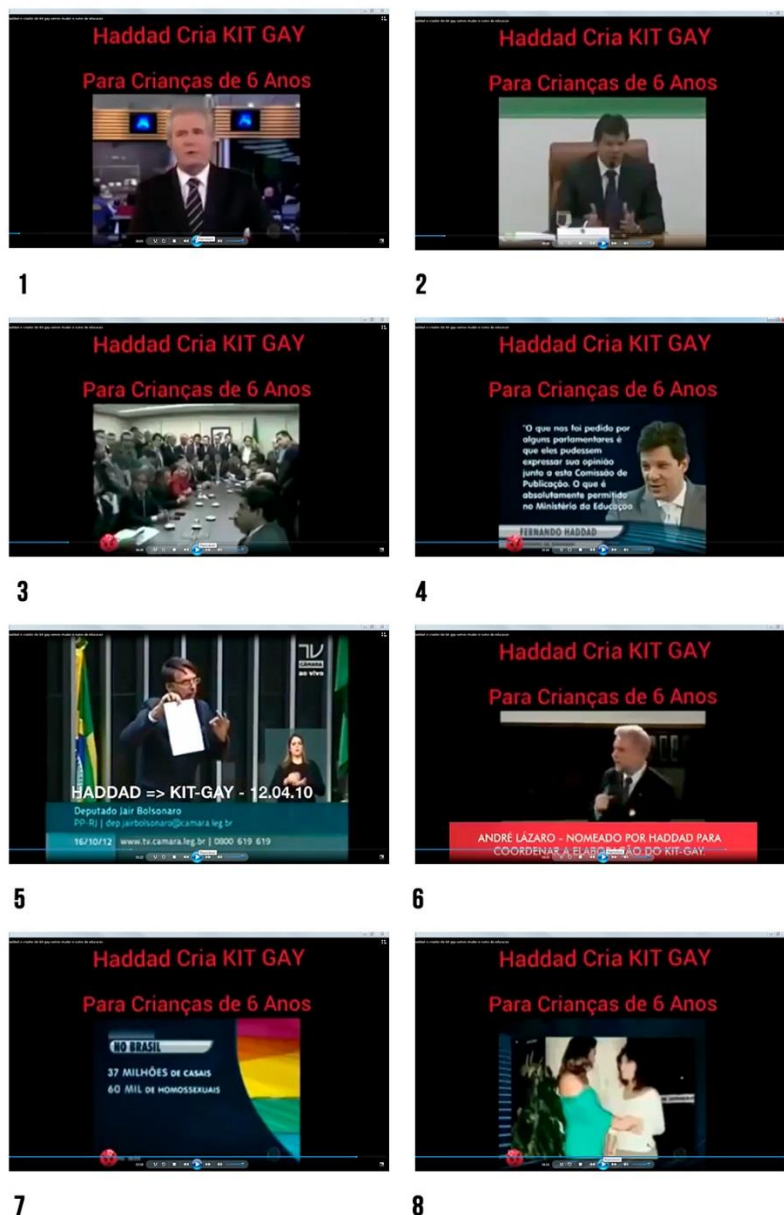
<sup>36</sup> Segundo o site Nova Escola, “Em 2004, o governo federal lançou o programa *Brasil sem Homofobia* com o objetivo de combater a violência e o preconceito contra a população LGBT (composta por travestis, transexuais, gays, lésbicas, bissexuais e outros grupos). Uma parte dele enfatizaria a formação de educadores para tratar questões relacionadas ao gênero e à sexualidade. Nascia aí o projeto Escola sem Homofobia. Por meio de um convênio firmado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), foi elaborado o material que seria distribuído às instituições de todo o país. Entretanto, uma polêmica impediu sua circulação. Em 2011, quando estava pronto para ser impresso, setores conservadores da sociedade e do Congresso Nacional iniciaram uma campanha contra o projeto. Nas acusações feitas, o ‘kit gay’ – como acabou pejorativamente conhecido – era responsável por ‘estimular o homossexualismo e a promiscuidade’. O governo cedeu à pressão e suspendeu o projeto” (SOARES, 2015, s.p.).

<sup>37</sup> Segundo reportagem da Folha de São Paulo, citando o Instituto Datafolha, 48% dos evangélicos e 35% dos católicos pretendiam votar em Bolsonaro às vésperas do primeiro turno (BALLOUSSIER, 2018, s.p.). O projeto de 2011 e com o mesmo apelido (“kit gay”) já havia sido suspenso por Dilma Rousseff em maio de 2011, segundo site da Câmara dos Deputados (BRASIL, 2011).



Imagem 9 – Captura de tela. Sequência do vídeo do “Kit Gay” - Apresentador Record

### SEQUÊNCIAS DO VÍDEO KIT GAY ”



Fonte: BOLSONARO, 2018c.

A segunda evidencia a atuação de Bolsonaro denunciando o problema no plenário diante da sociedade (Câmara dos Deputados) e objetivando suas denúncias a partir da apresentação de documentos e dados incontestáveis. Na terceira e última parte, apresenta uma conclusão que responde à afirmação feita na abertura.

Todas as cenas, exceto aquela em que Bolsonaro surge discursando na Câmara, são marcadas por um letreiro com os dizeres “Haddad Cria o KIT GAY Para Crianças de 6 Anos” na cor vermelha, sobre um fundo negro, colocado

topologicamente sobre o tema principal ligando cromaticamente Haddad e o PT à acusação de serem autores do suposto “Kit Gay”.

Na primeira parte, o enunciado é feito em forma de narrativa pelo âncora de telejornal da Rede Record (cena 1 da Imagem 9) e dá conta de uma suposta resistência social e parlamentar a uma cartilha com conteúdo homossexual que seria distribuída nas escolas pelo Ministério da Educação e Cultura – MEC. Ele diz:

Só aumenta a rejeição com material com conteúdo homossexual que o Ministério da Educação quer distribuir nas escolas. Para pais, educadores e parlamentares, as cartilhas e vídeos vão prejudicar a formação dos jovens (BOLSONARO, 2018c).

Pela ausência de um sujeito, o âncora projeta um discurso impessoal que segundo Fiorin (2001, p. 59), caracteriza o relato de um processo “enquanto puro fenômeno cuja produção não está ligada a qualquer agente ou causa”, oferecendo à sua narrativa uma suposta neutralidade jornalística que, por sua vez, remete a um sentido de verdade e de maior amplitude para o fato narrado (cenas 2 a 4 da Imagem 9).

Em seguida, ele amplia a afirmação anterior mencionando quais são os sujeitos e os motivos da rejeição. A prova que objetiva esta afirmação ocorre nas cenas seguintes, com Fernando Haddad (quando Ministro da Educação dos governos Lula e Dilma Rousseff - 2005-2012) discursando no Conselho Nacional de Educação.

Nessa montagem não fica estabelecida uma linearidade temporal entre os vídeos, de forma que é a edição e a narração que definem o sentido pretendido.

A sequência a seguir passa a ter uma narradora, que ocupa o lugar do âncora e, como ele, continua a utilizar um discurso impessoal em forma de debreagem enunciativa que tem ainda um caráter temporal, presentificando uma situação ocorrida no passado. Por meio dessas estratégias discursivas, é mantido o sentido de neutralidade e se sobrepõe às cenas, criando um fio condutor que acentua o tom disfórico das críticas às ações de Haddad e às movimentações deste para supostamente evitar as cobranças da sociedade.

Ela diz:

(Narradora/voz off): Nessa reunião do Conselho Nacional de Educação, o Ministro Fernando Haddad não comentou a péssima repercussão causada pela ideia de distribuir o chamado Kit Gay em 6000 escolas públicas de todo o país. Entrou e saiu pela garagem sem dar nenhuma declaração. Mas mesmo no programa de rádio do próprio governo [...] (BOLSONARO, 2018c).

A narradora prossegue, servindo como ponte para a cena, que surge a partir de um corte, apresentando parlamentares em torno de uma mesa, e na sequência, por uma cena de Haddad em close, seguida da cobrança e insatisfação parlamentar. Essa imagem tem um discurso próprio, que manipula visualmente no sentido de objetivar (cena 3 da Imagem 9) que a denúncia tem o apoio de vastos setores da sociedade. Ela acontece em uma sala de reuniões fechada, tendo ao centro uma mesa retangular em torno da qual está disposta uma grande quantidade de pessoas não identificadas, supostamente parlamentares. Entretanto, pela posição da câmera e pelo enquadramento da cena, engloba e comprime essas pessoas, sugerindo que se trata de uma multidão que se opõe ao projeto. A narração continua:

[...] lembrou o encontro de ontem com as bancadas religiosas do congresso. Confirmou que vai ouvir a opinião dos parlamentares. [...] mas não disse se vai aceitar as sugestões para mudar os conteúdos dos vídeos e das cartilhas apesar da enorme rejeição da sociedade (BOLSONARO, 2018c).

O vídeo prossegue, agora voz *off* de Haddad e *lettering* sobrepostos à sua imagem (cena 4 da Imagem 9) seguida de imagem do edifício do Congresso Nacional. A montagem revela uma nova manipulação, em que Haddad é o destinatário dos parlamentares e colocado em uma posição de defesa e confronto diante dos seus destinadores. Ele faz um discurso em forma de debreagem enunciativa e usa uma camuflagem objetivante que o afasta da sua enunciação (GREIMAS, 2014, p. 123) e procura atribuir uma característica impessoal ao que diz aos seus destinadores. Da mesma forma, procura minimizar a dimensão do problema utilizando uma indefinição de sujeitos, uma segunda debreagem que o afasta atribuindo a “alguns parlamentares” o desejo de opinar a respeito do assunto. Ele fala:

O que nos foi pedido por alguns parlamentares é que eles pudessem expressar sua opinião junto a esta Comissão de Publicação, o que é absolutamente permitido no Ministério da Educação. Isso não significa que a Comissão de Publicação do MEC acatará ou deixará de acatar uma opinião (BOLSONARO, 2018c).

Em seguida, a narradora prossegue com voz *off*, disforizando o discurso anterior ao dar importância às reações do destinador em relação ao discurso anterior: “A declaração aumentou a reação negativa no congresso” (BOLSONARO, 2018c).

Tem início a segunda parte do vídeo (cenas 5 e 6 da Imagem 9) com a participação de Bolsonaro denunciando a autoria do suposto problema ao plenário da Câmara. Ele afirma:

Onde começou o Kit Gay? Começou no Diário Oficial da União de 12 de abril de 2010. Ô Haddad, para de mentir. Começou em 12 de abri de 2010. Em despacho (V. Exa...) Ministro de Educação e Cultura como está aqui no Diário Oficial da União (exibe o papel novamente). Quem é que fez o Kit Gay. Haddad, [...] publicado no Diário Oficial da União. Todos representantes do Movimento LGBT. O que é Movimento LGBT. É movimento de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais [*lettering* em destaque, bold, topologicamente à frente da imagem]. Atenção povo católico, povo evangélico de São Paulo, povo paulistano: você quer que seu filho aprenda lições de homossexualismo no ensino fundamental? Se quer, vota no Haddad. Ôi só, quem coordenou o trabalho, [...] quem coordenou o trabalho é o Sr. André Lázaro, secretário de Alfabetização de São Paulo [*lettering*, bold sobre a imagem]. Povo paulistano, o Secretário de Alfabetização coordenou o Kit Gay como publicado no Diário Oficial da União [ênfase]. Ele escolheu todos representantes LGBT. O nome de todos publicado no Diário Oficial, inclusive o nome social [ênfase]. Ou seja, o critério para fazer o Kit Gay é estar associado à Associação de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Eu tenho uma fita aqui de novembro do ano retrasado onde o Sr. André Lázaro falou que por ocasião da confecção do filme “Beijo Lésbico” para passar para crianças do ensino fundamental e levaram três meses discutindo até aonde a língua de uma menina interessada na boca de outra menina para confeccionar o filme Beijo Lésbico para passar nas escolas pro ensino fundamental. Povo paulistano, pelo amor de Deus! [trecho não identificável] vota no Haddad (BOLSONARO, 2018c).

Esta sequência utiliza um trecho do vídeo da TV Câmara gravado em 2012, portanto, oito anos antes das eleições presidenciais. Ele subverte e presentifica a noção de tempo por meio de recursos de montagem que criam uma embreagem temporal e levam a um “efeito de retorno à instância da enunciação, produzido pela suspensão da oposição entre certos termos” (GREIMAS *apud* FIORIN, 2011, p. 191).

Nele, Bolsonaro é o destinador que fala aos segmentos conservadores da sociedade, em especial católicos e evangélicos, denunciando e atribuindo a autoria do “Kit Gay” à Fernando Haddad e à André Lázaro. Bolsonaro modaliza seu destinatário a partir de uma manipulação baseada na intimidação aos pais, ameaçando-os de verem seus filhos expostos a uma sexualização precoce e vítimas de pedófilos, caso votassem em Haddad. Os objetos de valor a serem colocados em conjunção são representados pela honra dos filhos e pela tranquilidade decorrente da proteção proporcionada pela candidatura de Bolsonaro.

Nele, Bolsonaro objetiva suas denúncias por meio da apresentação de uma prova pretensamente incontestável, representada por uma folha de papel com dizeres ilegíveis (no vídeo parece estar em branco) afirmando que se trata de uma edição do Diário Oficial da União de 12/04/2010, comprovando que Haddad e seu Secretário de Alfabetização eram os autores do suposto “Kit Gay”. Reforça a objetivação apresentando em forma de montagem, um trecho em que o Sr. André Lázaro fala sobre detalhes da produção do filme “Beijo Lésbico” (já mencionado anteriormente).

A objetivação a partir do uso de dados aparentemente irrefutáveis, porém com uma leitura distorcida, aparece também na parte final do vídeo (cenas 7 e 8 da imagem 9). Ele apresenta dados do IBGE que supostamente demonstram que o número de casais homossexuais é pequeno quando comparado ao de casais heterossexuais (37 milhões contra 60 mil). Em meio a imagens de meninas conversando, a narradora volta, fazendo uma debreagem enunciativa, seguida de uma camuflagem objetivante, de forma a se afastar da conclusão e remetê-la para os “críticos do Kit Gay” e diz:

Outro questionamento. Dos 37 milhões de casais brasileiros, o último Censo do IBGE apontou que havia só 60.000 de homossexuais, ou seja, menos de 0,2% do total. Os críticos do Kit Gay usam esses dados para defender que os vídeos e cartilhas servem tão somente para propagandear comportamentos de uma minoria. Alegam que a imensa maioria das famílias brasileiras pratica valores bem diferentes (BOLSONARO, 2018c).

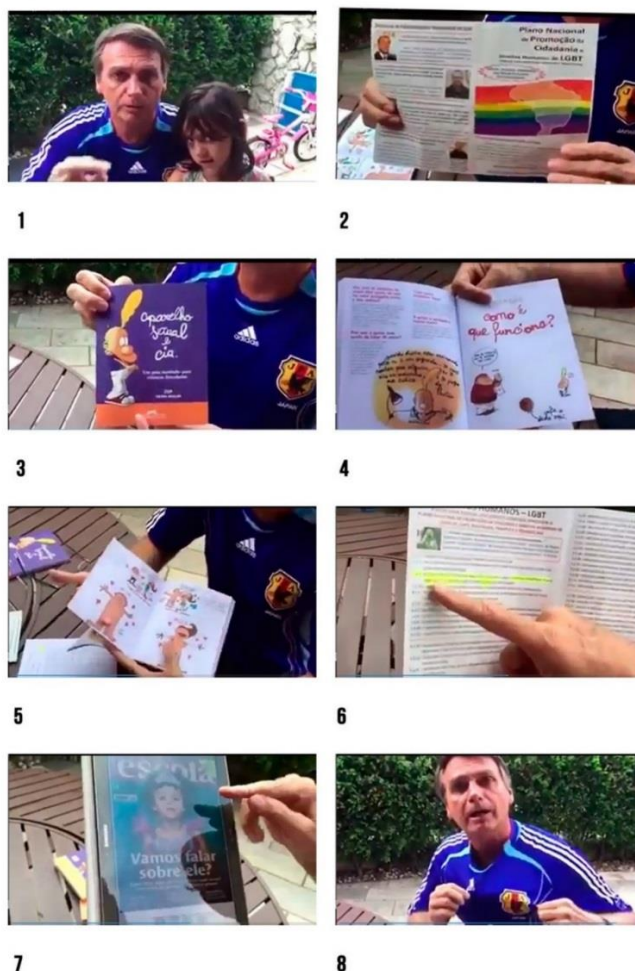
Assim, a partir da leitura equivocada daqueles dados, estabelece uma relação entre causa e efeito inexistente, desconsidera direitos legítimos e procura criar um efeito de verdade que legitime o preconceito em relação à diversidade justificando-o por tratar-se dos direitos de uma minoria que tem “valores diferentes”.

### 3.3.2 Objetivação por meio de fontes duvidosas e formadores de opinião

Utilizando a mesma estratégia de construir um efeito de verdade para o seu discurso a partir da apresentação de provas supostamente irrefutáveis, analisaremos um segundo vídeo que permaneceu nas redes sociais durante a campanha (Imagem 10). Nele, Bolsonaro faz uso de fontes equivocadas e citação de formadores de opinião para objetivar sua denúncia.

Imagem 10 – Capturas de telas de vídeo. Bolsonaro e o Kit Gay nas escolas públicas

#### SEQUÊNCIAS DO VÍDEO "BOLSONARO E O KIT GAY NAS ESCOLAS PÚBLICAS"



Fonte: THAIS, 2016.

Desta feita, além de objetivar suas afirmações a partir da exibição de um livro e um *folder*<sup>38</sup> como documentos comprobatórios, Bolsonaro utiliza o “expediente de

<sup>38</sup> *Folder*: folheto impresso com pelo menos quatro páginas e uma dobra central.

recorrer a formadores de opinião ou ‘experts’ que, devido à profissão que exercem ou aos títulos que aparentam possuir, podem parecer fontes confiáveis” (DEMURU, 2018, s.p.).

O vídeo é um depoimento em que o candidato se propõe a tratar do tema “educação” e, sob esse eixo, faz enunciados sobre diversos assuntos e apresenta uma estrutura em que, na primeira sequência (cena 1, da Imagem 10), apresenta a filha e faz uma introdução ao tema, criticando a educação que é oferecida nas escolas públicas. Na segunda sequência (cenas 2 a 5 da Imagem 10), tira a filha de cena e apresenta críticas ao projeto o qual faz parte o livro “Aparelho Sexual & Cia.” Atribui seu conteúdo, temática e adoção à politização escolar promovida pelo PT. No terceiro segmento (cenas 6 e 7 da Imagem 10), justifica suas críticas e acusações, fundamentado em um folder que emula visualmente o documento “Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT”. Finaliza em um quarto segmento (cena 8 da Imagem 10), atrelando Educação, Bolsa Família e uso político das escolas pelo PT.

Em seu plano de expressão, a primeira sequência inicia com Bolsonaro sentado, em plano fechado, com uma menina ao colo. No plano da expressão, ela tem um olhar distante e não interage com ele. Tira o cabelo dos olhos, olha rapidamente para a câmera e, em seguida, olha para baixo, o que faz pressupor a existência de um diretor que a modaliza, orientando sua presença adjuvante em cena. Ao fundo, uma cerca-viva, uma cadeira de praia e uma bicicleta infantil expressando que estavam no jardim de uma casa. Bolsonaro veste camisa de futebol azul exibindo a marca Adidas, que contribui para expressar um clima de simplicidade e informalidade, uma exibição do cotidiano que modaliza fazendo crer em um sentido de verdade objetivado pela intimidade e proximidade com o candidato e que prepara para o depoimento que virá a seguir.

A câmera está situada no mesmo plano dos olhos de Bolsonaro, expressando visualmente uma actorialização em que ele tem o papel de um actante destinador que se dirige a um destinatário/espectador. No plano do conteúdo, ele se apresenta utilizando uma embreagem actorial e define o tema que utilizará na sua manipulação: a educação: “Olá, sou Jair Bolsonaro e o tema de hoje é educação” (THAÍS, 2016).

Em seguida, prossegue fazendo uma debreagem enunciativa actorial em que projeta seu discurso para um sujeito indefinido, mas que remete à ideia de

unanimidade – “Todos” – que tem uma opinião em comum sobre o problema da educação: “Todos dizem que a educação é que poderá salvar o nosso país” (THAÍS, 2016).

Bolsonaro inicia então um enunciado em forma de diálogo em que sua actorialização apresenta uma bivocalidade (FIORIN, 2001, p. 62), representando duas pessoas que fazem enunciados que convergem tematicamente: um eu e um pseudo tu. A que enuncia, sob a forma de uma pergunta que gera expectativa e prepara a resposta afirmativa de um tu representado pela mesma pessoa.

Desta forma, projeta seu discurso para fora, como se fosse de autoria de um terceiro e, por meio desta debreagem enunciativa actancial, objetiva seu discurso a partir da suposta anuência de um outro, simulado por um suposto diálogo de perguntas e respostas emulado pela bivocalidade.

Em seguida, apresenta a filha e a utiliza para objetivar sua competência para tratar desse assunto, já que assim prova ser pai de uma menina que está em idade escolar, o tema do seu discurso. Em sua resposta, fala especialmente ao público de maior faixa etária e conservador, apelando a uma temporalidade idealizada em um passado vivido no tempo do regime militar (1964-1985) que foi disforizado pela mídia “verdadeira” (o adjetivo aplica-se presumivelmente à TV e aos jornais que criticam aquele período no momento presente) e que está insatisfeito com a educação contemporânea.

Ao falar de educação, interrompe a ação para ordenar à filha que saia de cena (“desse ambiente”), sinalizando que irá tratar de um tema adulto, impróprio para crianças. Atuando como destinador, esta debreagem actancial faz parte de uma manipulação que virá a seguir e a saída da menina tem o sentido de objetivar que o tema é impróprio para a sua filha que não frequenta a escola pública, mas que o perigo daquilo que irá relatar está presente na escola que é frequentada pelo filho do seu destinatário. Ele diz:



Concordo contigo. Mas você conhece o currículo escolar? Isso aqui pra uma menina, logicamente maravilhosa, minha filha Laura, com cinco anos de idade. E muitos de vocês nos questionam, né, porque o parlamentar deputado não bota sua filha em escola pública. Eu te respondo: eu não boto porque o currículo escolar não é aquele do meu tempo, dos anos 60 e 70, período tão criticado pela esquerda e pela mídia verdadeira. Naquele tempo se tinha educação de qualidade. Agora hoje em dia, o que consta no currículo escolar. Lógico, que pra eu falar sobre isso aqui, eu vou tirar minha filha desse ambiente. Esse ambiente que eu vou mostrar pra vocês agora, é o que se encontra em especial nas bibliotecas públicas do Brasil.  
[Bolsonaro diz: “Laura, tchau.” Ela responde: “Tchau” e sai de cena] (THAÍS, 2016).

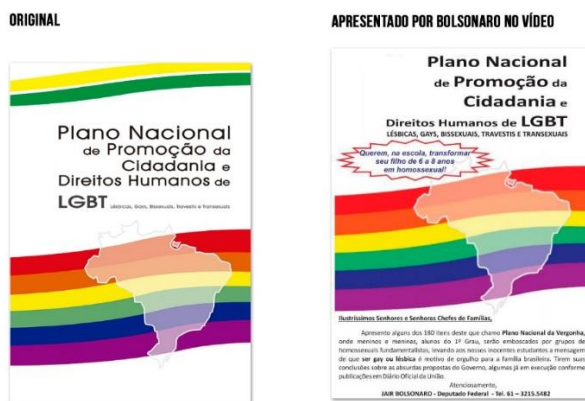
No segundo segmento (cenas 2 a 5 da Imagem 10), Bolsonaro objetiva seu discurso mencionando um artigo publicado em O Globo e de autoria do historiador e professor Marco Antonio Villa. Nele, segundo Bolsonaro, Villa critica o projeto educacional vigente na época e de autoria do PT. E vai adiante, mencionando que as conclusões de Villa foram posteriores às suas denúncias e assim, ao utilizar o nome de uma pessoa conhecida por sua participação em programas de rádio e TV, confere um sentido de verdade, cumplicidade e universalidade ao que irá narrar em seguida.

Ele diz:

O jornalista, ou melhor, o historiador Marco Antonio Villa, nessa semana, fez uma matéria no jornal O Globo, denunciando o que é o currículo escolar do PT, ou seja, o que ele fala ali eu venho falando desde 2010, quando descobri o famigerado Kit Gay na escola. E sempre falei, não é apenas o Kit Gay, é a questão ideológica tão ou mais grave que a corrupção no nosso Brasil (THAÍS, 2016).

Em seguida, objetiva sua manipulação mostrando um folder e afirmando (cena 2 da imagem 10) que se tratava do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Entretanto, vale aqui uma ressalva: conforme constatamos em nossa pesquisa, o material apresentado em vídeo é um folheto produzido pelo candidato, emulando o projeto original na aparência, mas com um conteúdo contrário ao do documento que lhe deu origem (Imagem 11).

Imagem 11 – Comparativo entre o Plano original e o exibido por Bolsonaro em vídeo



Fonte: BRASIL, 2009 (plano); STHEPHANOWITZ, 2011 (folder).

Continuando a sua manipulação, Bolsonaro volta a tocar no assunto da “questão ideológica” e da corrupção, temas que surgem descontextualizados e indefinidos no seu discurso, mas que contribuem para a sua manipulação agregando uma carga de insegurança e insatisfação no seu destinatário.

Continuando, Bolsonaro inicia a prova de suas denúncias, figurativizada no livro “Aparelho Sexual e Cia.”, que, segundo afirma, estão chegando às bibliotecas das escolas públicas, destinados aos filhos da população que é pobre. Neste momento, Bolsonaro evidencia seu papel de destinador, chamando a atenção de quem é pobre, para que veja a sua demonstração.

Ele mostra a capa do livro e diz:

Olhe só. Um dos livros que estão chegando nas bibliotecas da escola pública pra você, que é pobre, escolas públicas, repito [mostra o livro *Aparelho Sexual e Cia.*] Esse livro aqui.

*Aparelho Sexual e Cia.*, um guia para crianças. Entre outras coisas, por exemplo... [Pega outro livro, mostra a página central e continua]...

Um menino pode gostar de outro menino? E uma menina pode gostar de outra menina? Tá na cara que para o historiador, não o Villa né, mas quem fez esse livro aqui, isso é normal (THAÍS, 2016).

E utilizando a notoriedade de Villa para objetivar seu discurso e gerar contágio estésico diante de demonstrações de um suposto conteúdo homossexual no material destinado às crianças, ele prossegue: “O Villa denuncia também uma questão que eu falo há algum tempo, o lixo, as mentiras, e as omissões no tocante à história, geografia, e até mesmo, acredite se quiser, a matemática” (THAÍS, 2016).

Inicia a demonstração do livro *Aparelho Sexual e Cia*, manuseando a capa, lendo o título de forma a tornar evidente o que virá a seguir. Ele diz:

Mas vamo lá (sic), continua nesse livro aqui.  
 Todos leram, é uma coletânea de absurdos que estimula precocemente a criança a se interessar por sexo e no meu entender isso é uma porta aberta para a pedofilia também, veja bem. Olhaqui...(sic) (THAÍS, 2016).

Mostra trecho do livro com furo para colocar o dedo e título “Como é que funciona?”

Transar. Como funciona. Enfia o dedo aqui. Enfia para o seu filho com 6 anos de idade ou sua filha de seis anos, mas enfia o dedo aqui (THAÍS, 2016).

Vira a página mostrando detalhes das ilustrações e diz:

[...] enfiando o dedo no buraquinho...  
 Olha o que aparece aqui. Lógico cada menino vai enfiar o dedo maior ou menor ali.  
 Agora, detalhe no lado de cá, na outra folha, enfia aqui no outro lado, tem uma mulher, uma menina com o órgão sexual dela aqui. Enfia lá e manda ficar friccionando.  
 Esse é o livro do PT, o livro de Lula, o livro de Dilma Rousseff, que ensina pros (sic) nossos filhos assim...  
 E pra onde é que vai isso aqui (THAÍS, 2016).

Em seguida, inicia um terceiro segmento (cenas 6 e 7 da Imagem 10), dando sequência a um discurso estruturado sob a forma de denúncias seguidas de demonstrações comprobatórias para construir o efeito de verdade pretendido.

Então, volta ao folder cuja capa emula o projeto original, conforme dito anteriormente. Segue objetivando suas afirmações, mostrando detalhes da capa e da parte interna do folder, como se fosse o verdadeiro Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos LGBT e apontando para uma frase grifada para evidenciar sua veracidade afirma:

Como diz aqui... O plano nacional promoção da cidadania LGBT. Usam o público LGBT para difundir nas escolas, questões que os pais não querem para seus filhos. Diz aqui.  
 No Item 1.4.6, distribuição de livros para as bibliotecas escolares com a temática da diversidade sexual para o público infanto-juvenil (THAÍS, 2016).

Vale salientar que este item não existe no documento original, que segue uma formatação diferente para os seus capítulos e, portanto, o conteúdo grifado e demonstrado nada tem a ver com as ideias contidas no plano original.

Bolsonaro prossegue o seu discurso manipulatório, agora figurativizado por um *tablet* contendo uma imagem de menino vestido com roupas femininas e o apresenta como se fosse outro livro com temática homossexual (Imagem 12). Entretanto, trata-se da capa da Revista Nova Escola, de fevereiro de 2015, trazendo matéria que discute a questão da sexualidade e gênero, tomando como ponto de partida um garoto expulso de uma escola inglesa (foto da capa) por usar roupas e acessórios criados para meninas.

No seu plano de expressão, a capa apresenta um fundo azul, cor tradicionalmente associada à masculinidade, com uma tarja vermelha contendo o logotipo da escola e sobre esta, no canto direito, uma pequena etiqueta amarela comunicando que a revista tem temas para várias disciplinas.

Imagem 12 – Capa da revista Nova Escola



Fonte: NOVA ESCOLA, 2015, capa.

Sobre este fundo e tarja, há a foto de um garoto com os cabelos compridos, usando roupas tradicionalmente femininas: um vestido em tons de roxo e uma tiara com um pequeno coração.

Sobre a imagem, o título “Vamos falar sobre ele?” e o subtítulo “Como lidar com um aluno que se veste assim? Uma reflexão sobre sexualidade e gênero”.

Assim, título, imagem e fundo se completam criando um visual marcado por um acidente (LANDOWSKI, 2014, p. 70) que provoca uma reação estésica, um “breve instante de indizível alvoroço”, como definido por Greimas (GREIMAS, 2002, p. 24), já que culturalmente as crianças do gênero masculino são programadas para vestirem outro tipo de roupa. Esse acidente, por sua vez, tem o objetivo de despertar os leitores da revista (professores) a refletirem como tratar das questões ligadas à diversidade em sala de aula.

Voltando ao discurso de Bolsonaro, este continua exibindo o *tablet* dizendo, com uma indignação que produz contágio estésico no seu destinatário:

Esse outro livro aqui ó.  
Vamos falar sobre ele? Diz aqui que é um menino! Isso aqui fica dentro das bibliotecas!  
Ou seja, o que o governo de Dilma Rousseff do PT faz:  
Compra centenas de milhares desses livros e distribui para as escolas. É mais grana para os companheiros e fica pervertendo o seu filho na sala de aula. O que que interessa. Filho de pobre na escola pública, me desculpem, que no meu tempo era pra mim, hoje é pra pobre (THAÍS, 2016).

E prossegue, agora como o sujeito que, por meio de uma debreagem enuncia temporal, faz uma referência preditiva em relação ao futuro do filho de seu destinatário. Ela é seguida de uma embreagem actorial que volta a aproximá-lo e dá um tom de exclusividade e veracidade ao seu discurso, para se dirigir àqueles que são beneficiários do Bolsa Família. Sua estratégia discursiva induz a uma manipulação baseada na intimidação da escolha entre dois contratos: o primeiro, que implica em aceitar uma política educacional de baixa qualidade, sexualizada e insegura para a criança, que perpetua a pobreza e a dependência financeira ou aderir a outro, implicitamente representado pela sua candidatura, tendo como objeto de valor a ascensão social e a honra dos filhos.

É pra que (ele) não aprenda nada. No futuro seja apenas um beneficiário de Bolsa Família, nada mais além disso e eu quero agora me dirigir a você que recebe o Bolsa Família.  
O que é mais importante pra você. Eu sei que o Bolsa Família faz parte pra grande parte de vocês.  
O que que é mais importante pra você: o cartão de Bolsa Família ou a dignidade do teu filho, a honra do teu filho (THAÍS, 2016).

Na sequência, Bolsonaro associa a educação presumidamente sexualizada oferecida nas escolas públicas pelo PT ao estímulo à pedofilia. Para dar um sentido

de verdade a esse discurso, descontextualiza fatos e “[...] falas de adversários políticos. Retiradas de seu contexto original, tais afirmações ganham [...] outro sentido, que reforça e valida o discurso do candidato da extrema direita” (DEMURU, 2018, s.p.). Ele prossegue dizendo:

E mais ainda. O PT através do site o Maria das Redes ele prega abertamente que a pedofilia não é crime. O pedófilo só é pedófilo depois que for submetido ao exame, ao laudo psiquiátrico, porque caso ele venha a sofrer de transtorno, segundo Dilma Rousseff, o site é dela vinculado lá à Secretaria dos Direitos Humanos (...) a Dona Maria do Rosário, caso não sofra de transtornos e caso aquela criança de 3,5, 6 anos de idade não esteja sendo usada para fins comerciais. Esse, como todo por assim dizer, é a política nas escolas para 75 criancinhas a partir de 6 anos de idade que o PT está fazendo em todo o Brasil (THAÍS, 2016).

Entretanto, o verdadeiro alvo destas denúncias se revela no trecho a seguir, mais uma vez, objetivado com o recurso de utilizar a presumida anuência e cumplicidade de uma pessoa conhecida, no caso, o Prof. Marco Antonio Villa. O objeto de valor para Bolsonaro é impedir a aderência das escolas ao PT.

As quase cem mil escolas públicas estão se transformando em comitê partidário do PT e como disse o Villa, o Marco Antonio Villa, o MEC não pode se transformar no Ministério da Verdade. Além da dignidade dos nossos filhos, aquela menina que tava aqui vale muito pra mim, está o futuro do nosso país (THAÍS, 2016).

E finalizando, repassa e reforça suas denúncias procurando seduzir o seu destinatário, por meio do uso de uma embreagem que o aproxima deste e o torna presente, seguida de uma debreagem actancial temporal e uma camuflagem objetivante, que jogam seu discurso para fora, no espaço de um Japão distante e desconhecido, e no tempo, de um devir com a perspectiva de um futuro melhor para os filhos a partir de uma educação que privilegie o domínio das ciências exatas, que o dignifique pela honra e promova sua ascensão econômica e social, em oposição à educação sexualizada supostamente oferecida pelo PT.

Não é à toa que eu estou aqui com a camisa do Japão (mostra camisa de futebol). Lá, criança nesta faixa etária faz operações matemáticas que o nosso universitário não faz aqui. Que aqui é muito mais importante, botar na cabeça do menino que ele não é menino, e da menina que não é menina como foi aqui aplicado na prova do ENEM, do que algo que possa libertar do Bolsa Família, da Pobreza e da miséria no futuro. Obrigado pela atenção, infelizmente, e até uma próxima oportunidade (THAÍS, 2016).

E assim encerra o vídeo.

### 3.4 Descontextualização e interrupção de falas de adversários

Outra forma utilizada por Bolsonaro para objetivar seu discurso foi a descontextualização e interrupção de falas de adversários, de maneira a mudarem de sentido validando o seu discurso, como no vídeo analisado a seguir (Imagem 13), tendo como tema a política prisional defendida pelo PT.

Imagem 13 – Captura de tela de vídeo. Haddad fala sobre política prisional



Fonte: BOLSONARO, 2018d.

Nele, Haddad propõe soluções para a questão prisional, e manifesta sua intenção de libertar os presos por pequenos delitos, já que representam o maior contingente prisional. Ele diz: “Nós vamos promover o desencarceramento de pessoas que cometem pequenos delitos, que é hoje, o maior contingente de prisioneiros” (BOLSONARO, 2018d).

Ao extrair apenas esta fala e utilizá-la com a pergunta feita de forma intimidatória: “PT quer soltar presos. Você concorda?” Bolsonaro faz uma descontextualização que elimina as justificativas que levaram Haddad a propor essa medida e objetiva a sua acusação de que o candidato do PT pretendia libertar

presos indiscriminadamente, afirmando que Haddad quer “promover o desencarceramento de presos” ou “soltar bandido” (BOLSONARO, 2018d).

Bolsonaro surge neste vídeo como um actante observador que processa o discurso (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 39) de Haddad, em uma dupla debruagem nas quais desempenha as funções actanciais de observar e agir, a partir do processamento do discurso de seu oponente.

Finalizando, apresentar fontes presumivelmente certas aliadas a conclusões erradas, como um suposto Diário Oficial, usar um folheto que simula um Plano de Governo, citar o nome de pessoas reconhecidas que supostamente estão em consonância com suas propostas, ou ainda, utilizar fragmentos de um discurso de forma a lhe conferir outro sentido, são estratégias de construção do efeito de verdade baseadas na apresentação de provas e na objetivação de discursos que tinham como objetivo validar suas ideias, o levando a estabelecer contratos de veridicção com seu destinatário-eleitor, uma parcela da sociedade identificada com os ideais religiosos e conservadores presentes nestes vídeos.

### 3.5 O discurso da autoverdade

A autoverdade é a produção de um discurso que é visto como verdadeiro apenas porque é dito por alguém que expressa suas convicções pessoais, não importando se tem correspondência factual, mas pela forma como é dito. É um termo criado por Eliane Brum (2018), que assim o define:

Algo que pode ser entendido como a valorização de uma verdade pessoal e autoproclamada, uma verdade do indivíduo, uma verdade determinada pelo “dizer tudo” da internet [...].  
O valor da autoverdade está muito menos no que é dito e muito mais no fato de dizer. “Dizer tudo” é o único fato que importa. Ou, pelo menos, é o fato que mais importa. É esse deslocamento de onde está o valor, do conteúdo do que é dito para o ato de dizer (BRUM, 2018, s.p.).

Consoante a essas definições, a estratégia de produção do efeito de verdade que será analisada a seguir é baseada em um vídeo de campanha que apresenta uma afirmação pessoal e outro que mostra o testemunho de uma pessoa desconhecida, fornecendo o seu depoimento na primeira pessoa, como se fosse uma experiência universalmente consagrada e garantida pela sua suposta experiência pessoal. Afirmacões como “eu vi”, “eu sei” dão um sentido de veracidade



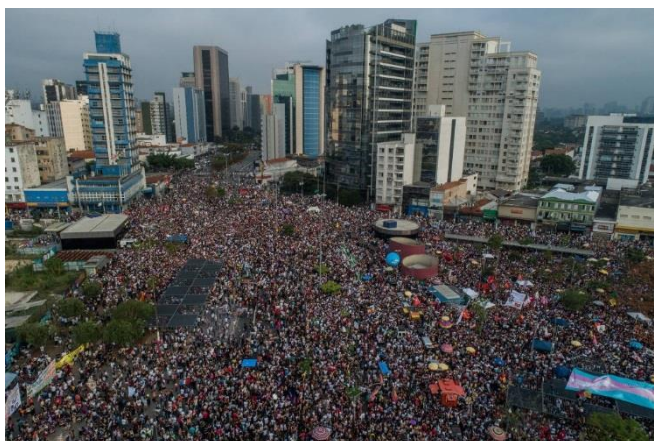
e “relação direta com o destinatário” (DEMURU, 2018, s.p.) à encenação de algo que na sua essência não corresponde à realidade.

A campanha de Bolsonaro faz uso desta estratégia para justificar temas de sua campanha, neutralizar opositores e inocentar o candidato de acusações diversas e obter a adesão do eleitor.

Analisaremos como primeiro exemplo, um vídeo que esteve nas redes em 2018 (publicado no YouTube em 03/10/2018), logo após o período das manifestações intituladas #EleNão (Imagem 14), promovidas por pessoas contrárias às políticas conservadoras do candidato em relação à sexualidade, gênero e educação.

Essas manifestações ocorreram em 29/09/2018 em 114 cidades de todo o país e principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro e até no exterior, segundo o Portal G1 (2018a) e a Folha de São Paulo (2018)<sup>39</sup>, e foi explorada no vídeo analisado a seguir.

Imagem 14 – Cena de manifestações contra Bolsonaro em SP - #EleNão



Fonte: FOLHA DE S.PAULO, 2018, s.p.

### 3.5.1 A autoverdade sobre as manifestações

O vídeo analisado a seguir foi publicado em 03/10/2019, data imediatamente anterior ao primeiro turno das eleições (07/10/2018). Ele apresenta uma mulher

---

<sup>39</sup> Segundo a Folha de São Paulo, ocorreram manifestações contra a candidatura Bolsonaro em Berlim, Buenos Aires, Paris, Londres, Lisboa, Nova York, Washington e Barcelona (FOLHA DE S.PAULO, 2018).

aparentemente desesperada que dá um depoimento dramático, em meio a uma confusão de trânsito causada por um suposto tiroteio na Linha Amarela, que liga as regiões sul e oeste (Jacarepaguá) à Ilha do Fundão, no norte do Rio de Janeiro (Imagem 15).

Ele foi produzido com o celular na posição vertical, indicativo de uma produção amadora. Como a exibição é horizontal, durante todo o vídeo essa imagem fica emoldurada por duas faixas pretas laterais que acentuam a estesia causada pelo depoimento.

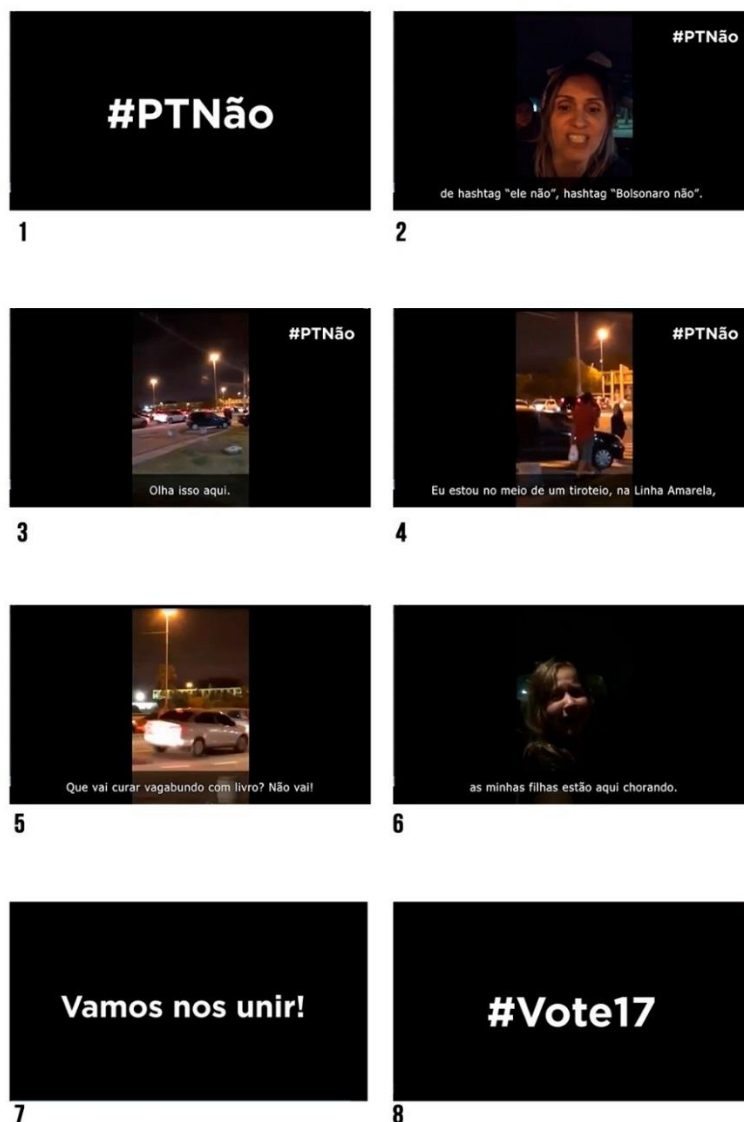
O vídeo apresenta cinco segmentos distintos: no primeiro antecipa o tema apresentando uma *hashtag*. No segundo apresenta a protagonista iniciando a sua enunciação. No terceiro ocorre um corte e ela narra o fato, objetivando o que foi enunciado na sequência anterior. No quarto reitera a dramaticidade do problema para fechar no quinto segmento com uma *call to action*<sup>40</sup> como solução para o problema.

---

<sup>40</sup> *Call to action*: recurso utilizado em materiais on-line, geralmente escrito no imperativo, visando modalizar usuários para avançarem em um processo de conversão, como por exemplo, “Clique aqui”, “Saiba mais”.

Imagem 15 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNãO”

**SEQUÊNCIAS DO VÍDEO “LINHA AMARELA”**



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

O primeiro segmento do vídeo (cena 1 da Imagem 15) inicia com uma tela escura tendo ao centro a *hashtag* #PTNãO que permanece por três segundos, suficientes para permitir uma perfeita identificação do seu conteúdo.

Esta imagem já estabelece um tom imperativo na enunciação, definido por um eu enunciador que não se revela (alguém que é contra o PT) e que terá o papel actancial de destinador, o contrato de veridicção que ele propõe e que será revelado ao longo do vídeo e explicitado no final: o candidato Jair Bolsonaro.

Dada a filmagem na vertical, todas as cenas a partir deste momento aparecem com uma tarja preta de ambos os lados. Essa tarja acentua o sentido de confinamento que permeará em todo o vídeo. Sobre a tarja, topologicamente e à direita e ao alto, continua a *hashtag* “PTNãO” que irá permanecer até o final do quarto segmento.

O segundo segmento (cena 2 da Imagem15) é iniciado com a cena de uma mulher em plano fechado. Plasticamente ele apresenta uma iluminação noturna, formando sombras que deixam ver apenas o rosto e detalhes das mãos da protagonista. Embora ela se apresente topologicamente à frente no vídeo, ao mesmo tempo aparenta estar englobada por elementos que sugerem tratar-se do interior de um carro. Em segundo plano, através do para-brisa traseiro, a cena mostra o carro parado em um local amplo, com pistas (ou ruas) de pouco movimento, além da existência um mobiliário urbano e posteriormente um totem com os dizeres desfocados, que sugerem ser de um estacionamento de posto de combustíveis ou shopping center.

A protagonista inicia seu enunciado demonstrando estar encolerizada, denotada pela manifestação oral em alto volume e corporalidade marcada pelo lábio e mãos crispados. Ela conta de uma suposta situação de perigo que está vivendo naquele momento, ao vir de uma passeata e ficar presa na Linha Amarela<sup>41</sup> por conta de um tiroteio. Ela fala e gesticula com expressão de indignação:

Gente, olha só.  
 Parem, pelo amor de Deus, com essa palhaçada!  
 O pessoal fica com essa palhaçada de hashtag "ele não", hashtag "Bolsonaro não".  
 Eu vivo na faixa de Gaza.  
 Eu acabei de sair de uma passeata e olhe onde eu estou, estou parada na Linha Amarela, no meio de um tiroteio.  
 Vocês acham que é brincadeira? (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Em sua enunciação, trabalha o tema da verdade a partir de uma oposição relevante x não relevante, a segurança pessoal x a futilidade dos temas das manifestações #EleNãO.

Essa estratégia revela um “eu” que define apenas a partir do seu discurso o que é verdadeiro e relevante, comprovado pela experiência de supostamente viver

---

<sup>41</sup> Nome usualmente atribuído à Avenida Governador Carlos Lacerda, sistema viário expresso do Rio de Janeiro, que liga as Zonas Sul e Oeste da cidade à Ilha do Fundão, na Zona Norte.

um problema de segurança, como estar com duas crianças dentro de um carro, em meio a um tiroteio, figurativizado dramaticamente por meio da analogia existente no senso comum – a violência da Faixa de Gaza, e defendendo as propostas do candidato Bolsonaro.

A oposta, disforizada como sendo irrelevante e fútil, é atribuída a um “você” indefinido e representada pelos temas de gênero, sexualidade e educação presentes nas manifestações do #EleNão.

Ela desempenha um papel actancial duplo, por meio da alternância entre o uso de duas pessoas na manipulação: na primeira delas um *eu* com o papel actancial de destinatária do candidato a quem defende e o de destinadora, ao efetuar um contrato com seu destinatário tendo a segurança como um objeto de valor. Da mesma forma procura modalizar o outro, um *você* indefinido, expresso em formas verbais que o generalizam (“gente”, “parem”, “o pessoal”) disforizando e diminuindo a importância a sua opção (ser contra Bolsonaro, participar das manifestações # EleNão).

Assim, partindo do pressuposto que, segundo Fiorin (2001, p. 59), a “terceira pessoa pode ser uma infinidade de sujeitos, ou nenhum”, e que ao ser uma terceira pessoa, ela é explicitada apenas no contexto, “jamais instaurado como um actante da enunciação[...] uma não-pessoa” (FIORIN, 2001 p. 60), ir contra Bolsonaro significa optar por algo socialmente irrelevante, fazer palhaçada.

Ocorre um corte na cena e inicia-se um terceiro segmento (cenas 3 a 5 da imagem 15) com a câmera mostrando um lugar indefinido, com uma iluminação amarela diferente do segmento anterior. Neste momento o enunciado da protagonista assume a forma de uma narrativa e esta passagem é marcada por uma alteração no volume e no tom do áudio que denota ter havido uma montagem. O vídeo passa a mostrar um congestionamento, com carros passando em baixa velocidade, um caminhão de lixo, motociclistas, pedestres parados, andando ou passeando displicentemente.

Essa narrativa é marcada por um forte conteúdo estésico que dá suporte à sua manipulação quando desafia o suposto ceticismo do seu destinatário, comprovando, pela situação e pelo oposto, que a sua afirmação é verdadeira.

Olha isso aqui [corta para cena de trânsito].  
 Está achando que isso é mentira?  
 Isso não é mentira!  
 Olha as pessoas, tá todo mundo parado! Parado!  
 Voltando em contramão (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Continua a sua modalização por meio da intimidação e da disforização de quem adere ao “#EleNão”. Ela diz:

Pelo amor de Deus, põe a cabeça de vocês pra funcionar e vejam o que está acontecendo.  
 Eu estou no meio de um tiroteio, na Linha Amarela, e vocês vêm com essa palhaçada de *hashtag* "ele não"? Pensem no que vocês estão fazendo!  
 A gente está vivendo num inferno!  
 Eu estou aqui, com as minhas filhas, dentro do carro, com um monte de bandido armado de fuzil, de fuzil!  
 E vocês com essa palhaçada de *hashtag* "ele não"! (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Continua a sua manipulação afirmando a ineficiência das propostas feitas pela oposição:

Que vai curar vagabundo com livro? Não vai!  
 Ninguém vai curar vagabundo com livro!  
 É isso que vocês não entendem.  
 Olha onde eu estou vivendo!  
 Pelo amor de Deus, parem. (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Há um novo corte, voltando para dentro do carro e ela repete, com ligeiras variações, o mesmo discurso do início do vídeo. Segundo Greimas e Courtés, “a iteratividade é a reprodução no eixo sintagmático, de grandezas idênticas ou comparáveis situadas no mesmo nível de análise” criando uma “duratividade descontínua” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 278). Essa iteratividade e duratividade, pela repetição, objetivam a afirmação do actante enquanto destinador e criam um efeito de sentido de verdade para o seu discurso. Assim, ao repetir os mesmos termos a protagonista reforça o efeito de verdade das suas afirmações.

Pra pensar no que vocês estão fazendo.  
 Eu estou dentro do carro com as minhas filhas aqui, ó,  
 As minhas filhas estão aqui chorando [menina pequena, de uns 7 anos chora].  
 Eu estou com duas crianças chorando, dentro do carro [uma adolescente, meio entediada, mas não chora].  
 Pra vocês falarem isso: "ele não".  
 Pelo amor de Deus, pensem no que vocês estão fazendo.  
 Pensem no que vocês estão fazendo.  
 É isso que eu tenho pra falar pra vocês (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Nas cenas de encerramento (cenas 6, 7 e 8 da Imagem 15) é revelada a manipulação que esteve presente de forma latente em todo o vídeo: estabelecer um contrato de veridicção que leve à união em torno do voto em Bolsonaro, oferecendo como objeto de valor a tranquilidade proporcionada pelas suas propostas para a segurança pública, objetivadas na demonstração estésica de uma situação supostamente vivida

A estratégia de construção do efeito de verdade, nesta objetivação, foi o uso da autoverdade em que a protagonista apresenta um discurso manipulatório afirmando categoricamente, na primeira pessoa, uma experiência particular e a partir desta afirmação, cria efetivamente um efeito de verdade não importando se a situação narrada é verdadeira ou não.

Para um observador mais atento, o vídeo analisado apresenta diversas indicações que se trata de uma montagem: as ruas estão tranquilas, o trânsito é normal, parte da ação foi gravada em um posto de gasolina (identificado pela logomarca da Shell), pessoas caminham pela rua despreocupadamente, até passeando de mãos dadas. Mas nesta estratégia o que é real não importa. Importa como o discurso é proferido: na primeira pessoa, com uma elevada carga estésica, denotando uma experiência pessoal vivida, um testemunho que é verdadeiro apenas por ter sido dito e como foi dito, ainda que não tenha amparo factual.

### **3.5.2 O testemunho como fiador da verdade**

O testemunho é outra estratégia que cria um efeito de verdade apenas porque é dito e a campanha de Bolsonaro apresenta inúmeros vídeos com uma mesma estrutura mostrando pessoas, famosas ou anônimas, que dão seu depoimento atestando sua conduta em relação a acusações sobre preconceitos de cor, gênero ou orientação sexual.

Nestes testemunhos, os depoentes – geralmente pessoas que viveram alguma experiência pessoal com o candidato – procuram relevar ou negar tais comportamentos, de forma a isentá-lo de críticas em relação a esses temas ainda que, contraditoriamente, Bolsonaro mantenha suas posições sobre eles.

Selecionamos dois exemplos para análise, pois envolvem situações recorrentes em que o testemunho foi utilizado para negar uma suposta crença disfórica em relação ao candidato. O primeiro, relacionado ao homossexualismo, faz

essa negação utilizando uma situação de proximidade que comprova o depoimento. No segundo a comprovação é deduzida a partir da presumida intimidade e conhecimento da depoente em relação ao candidato.

Ao contrário dos testemunhos diretos que utilizam a imagem<sup>42</sup> e o prestígio do depoente para atestar as características positivas sobre quem depõem, tais vídeos partem de uma negação, da reação, que remete a um sentido de injustiça pela suposta ofensa ou mentira da qual o candidato é vítima. Greimas e Courtés referem-se a esta operação como uma transformação manifestada pela “relação de contradição ente dois termos, de que o primeiro, objeto da convocação negativa, torna-se ausente, enquanto o segundo, seu contraditório, adquire uma existência *in praesentia*” (GREIMAS e COURTÉS, 2018, p. 338).

Desta forma, enquanto o testemunho direto estabelece uma conjunção entre o espectador/eleitor e o objeto do testemunho por meio do depoimento, na campanha de Bolsonaro o discurso parte da existência de uma disjunção entre o candidato e o eleitor e o discurso tem como programa narrativo modalizá-lo, transformando aquela disjunção em uma conjunção que leve ao voto.

### **3.5.2.1 Testemunho da aceitação da diversidade sexual**

O primeiro desses testemunhos ocorre na exibição pública de uma pessoa que se diz *gay*, afirmando que Bolsonaro não tem esse tipo de preconceito e demonstrando seu depoimento por meio do discurso e de um contato corporal que o objetiva.

Assim, neste vídeo, a declaração apresenta uma situação que a torna pública, de maneira que não possa ser contestada, tenha máxima repercussão e que o testemunho seja objetivado por uma dupla comprovação: o discurso do testemunhante e a ação que demonstra o que foi testemunhado (Imagem 16).

Para efeitos de análise, ele pode ser dividido em quatro segmentos: no primeiro surge um *lettering* que define o tema que será tratado. No segundo segmento, um apresentador procura, localiza e diz que vai apresentar Bolsonaro a uma pessoa que se diz *gay*. Na terceira, Bolsonaro se levanta e recebe a pessoa

---

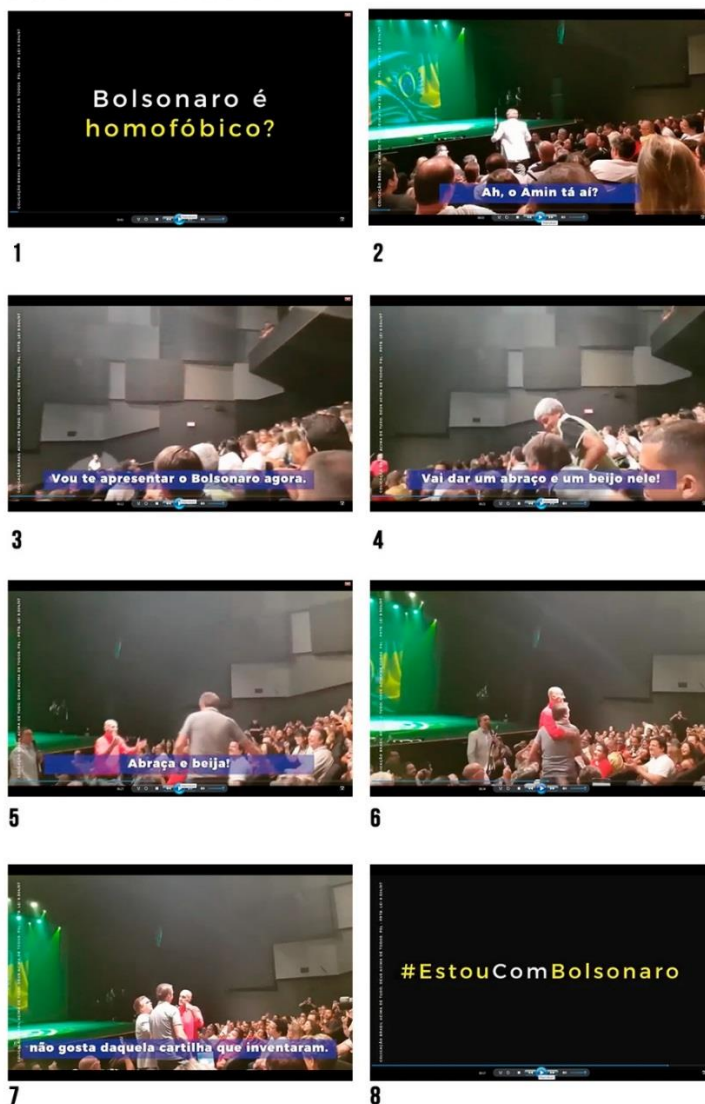
<sup>42</sup> Entendemos aqui que a imagem é um conjunto de significados que constroem o sentido de alguém ou alguma coisa.



que o beija e faz um depoimento. E na quarta e última, um novo *lettering* define a manipulação pretendida.

Imagem 16 – Capturas de telas do vídeo “Pra quem acha que Bolsonaro é homofóbico”

SEQUÊNCIAS DO VÍDEO “AUDITORIO-AMIN KAHDER”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c.

Ele é gravado em um auditório ou cinema lotado, presumivelmente durante um evento político sinalizado pela projeção de símbolos nacionais na tela. Nele, o apresentador busca inicialmente uma pessoa na plateia (Imagem 19) e inicia com um *lettering* (cena 1 da Imagem 16) que é uma pergunta e ao mesmo tempo um desafio ao espectador: “Bolsonaro é homofóbico?”

O segundo segmento (cena 2 da imagem 16) começa com um corte, situando a cena a seguir como um flagrante que indica continuidade de um tema ou ação preexistente, em que um apresentador anda pela plateia e procura alguém.

Esse recurso remete a um sentido de espontaneidade, objetivado pela apresentação de uma ação não premeditada, continuação de uma temporalidade anterior, não mostrada. A câmera, em plano geral, mostra a plateia e um apresentador que passa à frente do palco, se afastando para o lado oposto. Ele diz: “- Ah, o Amin tá aí?” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

Público grita e ri, em um processo estésico reforçado pelo tom debochado do apresentador, que remete a um sentido de preconceito não declarado. O apresentador, ao encontrar a pessoa procurada diz: “Ele tá aí. Vou te apresentar o Bolsonaro agora. Vem cá! Vai!” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

A câmera continua em plano geral sobre a plateia, quando alguém se levanta ao longe e o apresentador diz: “Vai dar um abraço e um beijo nele” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

Nesse momento a câmera passa a focar Bolsonaro, em plano próximo (cenas 3 e 4 da imagem 16), no meio da plateia. Ele se levanta, acena e faz o gesto de coraçãozinho com as mãos, que remete a um sentido de afeição. Ele diz: “Vamos fazer a paz!” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

O apresentador ordena a Amin, de camisa vermelha, que se dirige a Bolsonaro, e este o recebe no corredor entre as fileiras de cadeiras (cenas 5 e 6 da imagem 16): “Abraça e beija!” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

O uso da camisa vermelha, em uma cromática próxima à da logomarca do PT, remete a um sentido de que ser *gay* é uma característica das pessoas que aderem àquele partido, entretanto, pela aceitação de Bolsonaro, poderia evidenciar que ele aceita não apenas quem é *gay*, mas também os partidários do PT com paz e afeição.

Em seguida, Amin pega no rosto de Bolsonaro com as duas mãos e o beija várias vezes. Bolsonaro o pega no colo e faz o gesto de atirar para a plateia. Depois o coloca no chão (cena 7 da Imagem 16) e Amin diz:

Espera aí. Agora eu vou falar.  
 Eu encontro com ele na praia e eu já beijei ele (sic), eu fui muito criticado na internet. Mas eu beijo mesmo.  
 Ele gosta dos gays sim, só que ele não gosta daquela cartilha que inventaram (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018c).

Continua beijando Bolsonaro no rosto, inúmeras vezes.

O ato de pegar Amin no colo está relacionado ao uso do corpo para criar um sentido de verdade de aceitação incondicional da diversidade do outro em uma relação de alteridade, denotada pela proximidade física e de acolhimento, potencializado pelo ato de pegar no colo. Sobre esse assunto, Demuru (2019) refere-se ao uso do corpo na política como um ato que tem o sentido de demonstrar autenticidade e proximidade que objetivaria a aceitação incondicional de alguém, mas que ao mesmo tempo, em outros discursos, tem justamente as características que as disforiza. A situação apresentada contém ainda um exagero que remete a um sentido de deboche, em que a actorialização alude a um estereótipo cômico do homossexual afetado que reforça o preconceito, inclusive por parte do próprio excluído, e uma negação na interação, que cria um afastamento do candidato em relação à aceitação da diversidade.

Embarcando na estesia provocada por essa situação de aceitação, Bolsonaro efetua mais uma manipulação a partir do depoimento de Amim, que repete um dos temas básicos da campanha de Bolsonaro – o combate ao “kit gay” –, ainda que não se refira diretamente a ele. Ao minimizar o problema e legitimar a contradição afirmando que o candidato aceita a homossexualidade, mas não “a cartilha que inventaram”, confere um sentido de verdade de que esta questão não é um fator que coloque Bolsonaro em disjunção com o eleitor *gay*.

Da mesma forma, ainda que apresente um discurso e um gesto pacifista, o uso seguido do gesto de atirar cria uma oposição que gera vagueza de sentido na percepção do eleitor sobre o posicionamento do candidato em relação ao tema. Como os eleitores de Bolsonaro estão principalmente nos segmentos conservadores e religiosos da sociedade, poderia sugerir uma manobra “esperta” de aceitação, mas que confirmaria sua rejeição.

O vídeo corta para *lettering* (cena 8 da Imagem 16) com os dizeres “#Estou com Bolsonaro”, uma afirmação de aderência à sua candidatura, que relacionada ao vídeo, sugere que esta é a opção correta, não importando as diferenças.

Finaliza cortando para logomarca Bolsonaro 17.

### 3.5.2.2 O testemunho pela proximidade

Outra forma de testemunho como autoverdade toma como efeito comprobatório o depoimento e a relação de proximidade que envolveu os sujeitos da ação e está expressa no depoimento de uma das ex-esposas de Bolsonaro. Durante o período das manifestações “#EleNão”, já mencionadas anteriormente, o vídeo a seguir foi veiculado com o depoimento de Rogéria Bolsonaro (Imagem 17).

É um testemunho direto e simples, no qual a ex-esposa se apresenta e fala da sua relação com Jair Bolsonaro. Plasticamente ela é apresentada de uma forma simples, óculos enormes e pesados, que ocultam parcialmente um estrabismo. Veste camiseta verde-amarela e está situada topologicamente à frente de um dos principais símbolos nacionais, como se falasse em nome do país: a bandeira, fixada a uma parede branca com adesivos de campanha. O enquadramento é feito em primeiro plano, com a câmera colocada na altura dos olhos da protagonista sugerindo que ela fala diretamente para o espectador, um recurso visual que remete à sinceridade da depoente e de seu discurso.

Imagem 17 – Capturas de telas de vídeo – “Ex-esposa de Jair Bolsonaro grava vídeo em apoio à sua candidatura”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018d.

No seu conjunto, estes formantes plásticos aliados ao fato da depoente ter sido esposa de Bolsonaro e que, portanto, o conheceu intimamente, sugerem imprevisto, objetividade e simplicidade, que constroem um sentido verdadeiro em relação ao que é dito. Ela diz: “Olá pessoal. Sou Rogéria Bolsonaro, ex-esposa do Jair” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018d). Ela inicia seu depoimento se apresentando e nesta apresentação, sua competência para dar o depoimento, já que era esposa de Jair Bolsonaro.

Em seguida refere-se ao ex-marido na terceira pessoa: “O Jair Bolsonaro não é racista, homofóbico, misógino, etc, etc” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018d). Essa debragem enuncia a afasta do objeto sobre o qual depõe, o que dá um sentido de isenção e verdade para o seu depoimento isentando-o de forma a transformar seu estado disfórico em eufórico diante do eleitor.

Continua a manipulação no sentido de isentá-lo: “[...] tudo isso que a maioria da imprensa esquerdista fala dele” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018d), agora mostrando quem são os verdadeiros culpados. A única prova para isso é o seu depoimento respaldado na sua convivência e assim, cria um saber que induz a crer no candidato.

Não se trata de apresentar provas de sua conduta, mas sim de criar um “pensamento causal”, um raciocínio lógico, afiançado pela palavra da ex-esposa baseado na sua pressuposta relação de proximidade, que modaliza o destinatário levando o seu *dizer-verdadeiro* a se constituir em um *crer-verdadeiro*, um pensamento mítico que o isenta de culpa (GREIMAS, 2014, p. 140). Greimas refere-se a essa construção cognitiva como um caso particular de uma racionalidade sintagmática, um pensamento causal, baseado na premissa de que:

[...] tudo que pode ser reconhecido aí é o estatuto fiduciário dessa relação, e isso principalmente por que temos a impressão de que tais relações causais são particularmente frequentes e caracterizam tanto o pensamento mítico [...] e organizam tanto os rituais sagrados quanto os profanos (GREIMAS, 2014, p. 141).

Finalizando, conclui sua manipulação procurando modalizar o destinatário por meio desse crer mítico, como o único que tem a competência para solucionar os problemas da nação: “roubalheira e pouca vergonha que nos assola. Por isso, eu digo com toda certeza: ele sim, Jair Bolsonaro, 17” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018d).

### **3.6 A verdade produzida pela estesia**

A quarta estratégia de produção do efeito de verdade é de ordem passional, como afirma Demuru (DEMURU, 2018, s.p.). Ela é capaz de produzir um choque emocional que leva à adesão sem questionamento racional do conteúdo que é comunicado pelo candidato e surge sob diversas formas. O que vale aqui é a forma passional como é dito para, por meio do tom em que é proferido, produzir o efeito de verdade.

### 3.6.1 A estesia pela insegurança

Um exemplo desta estratégia esteve presente também no vídeo em que uma mulher está dentro do carro e supostamente presa na Linha Amarela por conta de um tiroteio (analisado sob outro prisma no item 3.5.1 e Imagem 15) e chama a atenção para a denúncia de que as pessoas estão se opondo a Bolsonaro, que tem propostas para um enfrentamento efetivo da criminalidade, da qual supostamente ela é vítima naquele momento.

Ela fala aos gritos e, ao olhar diretamente para a câmera, sugere estar impaciente e assustada, pedindo socorro e providências aos que assistem ao vídeo. Além do grito, utiliza uma pronúncia feita a partir de pausas e variações na intensidade sonora, que sublinham os trechos finais de algumas palavras.

Pela forma como se expressa, cria um sentido de urgência e perplexidade pelo que está acontecendo. Ela diz: “Pelo amor de Deus, põe a cabeça de vocês pra funcionar e vejam o que está acontecendo!”, “Pensa no que vocês estão fazendo!”, “A gente tá vivendo num inferno!”, “...armados de fuzil! De fuzil!” ou ainda, “Pensa que vai curar vagabundo com livro?!?” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

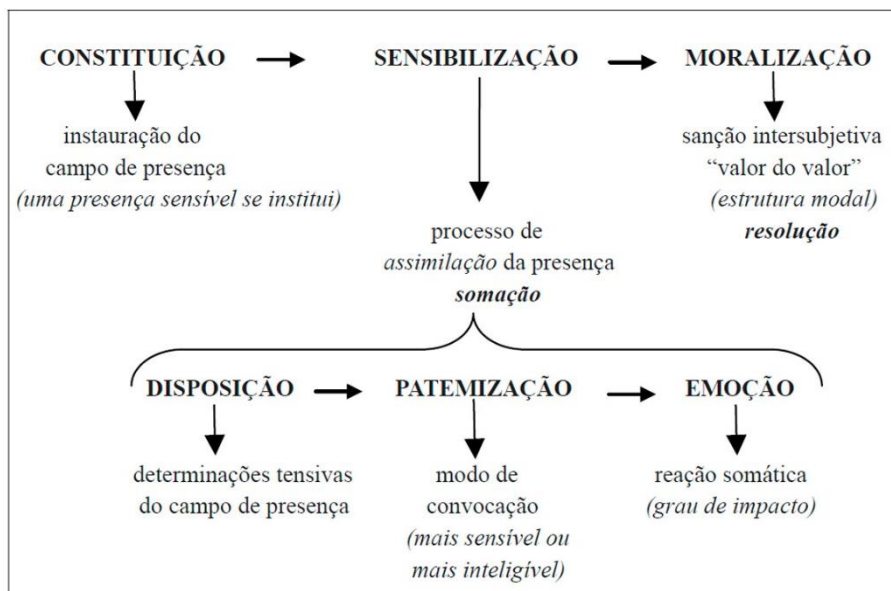
Sem nos determos na veracidade ou não da situação e do fato narrado, pois não é esse o nosso objetivo, poderíamos entender que no discurso da protagonista, sob o ponto de vista interacional, primeiramente ocorreu um duplo acidente, afinal, se na programação inerente à vida cotidiana, participar de uma passeata já é um acontecimento incomum (mas que poderia ficar na conta da intencionalidade e não da causalidade, deixando assim de ser um acidente), ficar presa na Linha Amarela à mercê de um tiroteio caracteriza efetivamente um acidente, que é utilizado para modalizar o destinatário/eleitor.

Nessa narrativa, o papel patêmico – do discurso e da expressão corporal da protagonista enquanto destinadora e de um pressuposto sujeito indefinido enquanto destinatário que sofre a ação – exerce um papel relevante para levar à modalização por meio de um processo manipulatório baseado em um contágio estésico que visa colocá-lo em disjunção com algo que afirma ser negativo – a campanha “#EleNão” – e, ao mesmo tempo, modalizá-lo no sentido de colocá-lo em conjunção com as propostas de Bolsonaro.

Procurando analisar os aspectos interacionais produzidos a partir da estesia contida neste vídeo, e que são o ponto focal da estratégia que analisamos, optamos

por nos basear na sequência proposta por Lima (2017, p. 864), denominada Esquema Passional Canônico (Imagem 18), desenvolvido a partir da interpretação de obras de Greimas, Landowski e Fontanille.

Imagem 18 – Esquema proposto por Eliane Soares de Lima



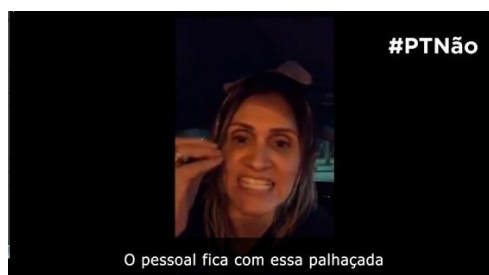
Fonte: LIMA, 2017, p. 859.

Em um primeiro momento, ocorre a revelação de uma presença sensível da protagonista por meio de formantes plásticos e discursivos que a instituem: o local confinado denotando tratar-se do interior de um veículo. A iluminação é fraca, indicando que a cena foi filmada à noite, a manifestação corporal apresenta a protagonista com olhos arregalados, boca, lábios e mãos tensos, enquanto gesticula e fala para a câmera de forma a acentuar e pausar determinados fonemas sublinhando a inteligibilidade e a emoção do seu conteúdo (Imagens 19 e 20), em um tom que frequentemente está próximo do grito irado quando ela diz:



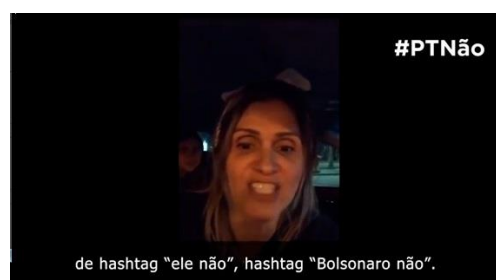
Gente, olha só.  
 Parem, pelo amor de Deus, com essa palhaçada!  
 O pessoal fica com essa palhaçada de hashtag "ele não", hashtag "Bolsonaro não".  
 Eu vivo na faixa de Gaza.  
 Eu acabei de sair de uma passeata e olhe onde eu estou, estou parada na Linha Amarela,  
 no meio de um tiroteio.  
 Vocês acham que é brincadeira?  
 Olha isso aqui.  
 Está achando que isso é mentira?  
 Isso não é mentira!  
 Olha as pessoas, tá todo mundo parado! Parado!  
 Voltando em contramão.  
 Pelo amor de Deus, põe a cabeça de vocês pra funcionar e vejam o que está acontecendo (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Imagem 19 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

Imagem 20 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

A prosódia, essa natureza de manifestações do plano da expressão, não apenas tem a função de discriminar um fato, mas também, em função das suas inúmeras variações, ter funções que determinam diferentes significados para aquilo que é enunciado. Como analisa Greimas e Courtés (2018):

O estatuto dos prosodemas (prosódia) não é evidente, mas fica claro que eles não se satisfazem somente com a função discriminatória que caracteriza os fonemas. Alguns dentre eles aparecem como categorias sintáticas [...], morfossintáticas [...] ou morfológicas. [...] Seu estatuto propriamente semiótico causa igualmente dificuldade porque os prosodemas não parecem ser “figuras” [...] isto é do plano da expressão, mas antes signos biplanos semimotivados: assim se distingue por exemplo, na entonação, uma oposição tipo *curva ascendente/curva descendente* no plano da expressão, essa oposição está em correlação com uma outra, situada no plano do conteúdo, a qual pode ser designada como *suspensão/conclusão* (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 393).

Em seguida, a presença instituída sensibiliza e provoca uma reação emocional, sensível, por meio da percepção racional do problema narrado associada à continuidade dos aspectos plásticos e principalmente à corporalidade evidenciada na movimentação da protagonista. Ela se manifesta nas cenas de carros parados, na filha que chora dentro do carro e, principalmente, na forma do dizer associando termos disfóricos como “palhaçada”, denotativos de gravidade – “Estou no meio de um tiroteio” ou “Bandidos armados de fuzil, de fuzil”. Manifesta-se ainda na culpabilidade presumida do seu destinatário ao responsabilizá-lo pelo problema ao dizer “Olha o que vocês estão fazendo” ou “Pelo amor de Deus”, apelando ao lado religioso para obter o apoio que deseja.

Eu estou no meio de um tiroteio, na Linha Amarela [Imagem 21] e vocês vem com essa palhaçada de hashtag "ele não"? Pensem no que vocês estão fazendo!

A gente está vivendo num inferno!

Eu estou aqui, com as minhas filhas, dentro do carro [Imagem 22] com um monte de bandido armado de fuzil, de fuzil!" (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Imagem 21 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNãO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

Imagem 22 – Capturas de telas do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

Pelo amor de Deus, parem pra pensar no que vocês estão fazendo.  
 E vocês com essa palhaçada de hashtag "ele não"!  
 Que vai curar vagabundo com livro? Não vai!  
 Ninguém vai curar vagabundo com livro!  
 É isso que vocês não entendem.  
 Olha onde eu estou vivendo!  
 Eu estou dentro do carro com as minhas filhas aqui, ó,  
 As minhas filhas estão aqui chorando.  
 Eu estou com duas crianças chorando, dentro do carro!  
 Pra vocês falarem isso: "ele não".  
 Pelo amor de Deus, pensem no que vocês estão fazendo.  
 Pensem no que vocês estão fazendo.  
 É isso que eu tenho pra falar pra vocês (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e).

Ao perceber a natureza do problema e identificar-se com ele, conteúdo e expressão completam-se criando sentidos que despertam o destinatário para o “valor do valor”, sancionando a destinadora, a denúncia e a proposta contratual que ela impõe pela negação (Imagem 23).

Imagem 23 – Captura de tela do vídeo “Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018e.

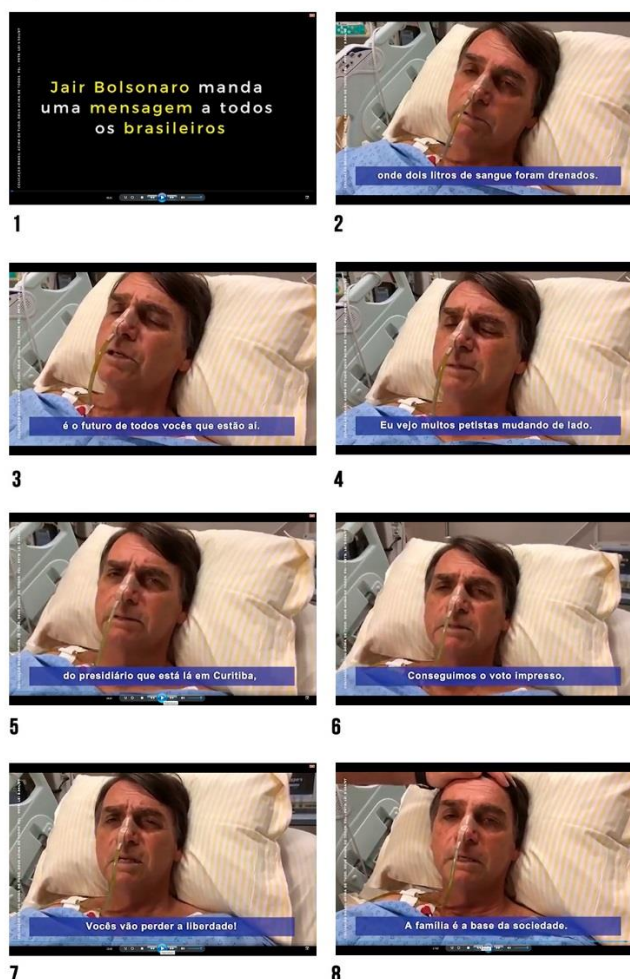
Assim, importa menos o conteúdo dito e mais a prosódia inerente a ele, pois o objetivo é criar um efeito emocional que manipule o destinatário a evitar situações como a exposta no vídeo, não aderindo a um programa irrelevante, como o do PT, marcado por questões de gênero, opção sexual, cultura e etnia presentes nas manifestações #EleNão, presumidamente menores diante do drama que vive e, por oposição, apoiar as propostas autoritárias de Bolsonaro para o combate à criminalidade.

### **3.6.2 A estesia pelo heroísmo**

A estratégia de criar um efeito de verdade a partir do contágio estésico provocado pela expressão, surge também no vídeo relativo à convalescência de Bolsonaro no hospital, em virtude do atentado sofrido em 6 de setembro de 2018 (Imagem 24), durante a campanha eleitoral na cidade de Juiz de Fora.

Imagem 24 – Captura de telas do vídeo “Do hospital, Jair Bolsonaro manda mensagem aos brasileiros”

SEQUÊNCIAS DO VIDEO “BOLSONARO NO HOSPITAL”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f.

No plano da expressão, ele exhibe um corpo cansado e frágil na cama hospitalar, com olheiras, um tubo preso ao nariz por um adesivo, acessos e curativos que objetivam a gravidade do ocorrido, o desconforto e o risco de vida do candidato naquele momento. O simples fato de estar gravando um vídeo naquela situação, associado ao próprio fato que o gerou, cria um efeito de heroísmo e resiliência, de alguém que foi sacrificado pela pátria.

Esse tom de heroísmo e sacrifício é acentuado por uma narrativa marcada por pausas, tosse, choro, em uma prosódia que sublinha o significado de sua convalescência, dá maior intensidade emocional e um *sentir-verdadeiro* ao seu discurso.

Bolsonaro provoca contágio estésico ao protagonizar um longo depoimento de 17 minutos que podemos dividir em três grandes segmentos que criam um sentido de *ser-verdadeiro* em função das circunstâncias e da forma como são apresentadas: no primeiro segmento, Bolsonaro fala do atentado e do socorro que recebeu. No segundo, procura disforizar seu oponente e intimida pela ameaça de uma eleição fraudulenta. E finalmente, no terceiro segmento, procura seduzir seus destinatários com a promessa de um país melhor, rico e que preza valores familiares, construindo nesta narrativa, uma modalização que envolve um percurso de perigo, heroísmo, ação e recompensa.

O primeiro segmento baseia-se em um percurso narrativo<sup>43</sup> temático<sup>44</sup>, em que Bolsonaro desempenha o papel do herói. Ele fala na primeira pessoa, em uma actorialização marcada por uma embreagem que evidencia o seu papel de destinador e se dirige a um destinatário/eleitor. Inicialmente, procura seduzir por meio do agradecimento e lisonja àqueles que o socorreram e à qualidade do atendimento recebido. Em um trecho ele diz:

Fui muito bem atendido na Santa Casa local.  
Sabemos o trabalho maravilhoso que estas Santas Casas fazem pelo Brasil.  
Vocês salvaram a minha vida.  
Estou no momento em São Paulo [...] (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Continuando sua narrativa, alterna entre o uso da primeira e terceira pessoas, em um jogo de embreagens e debreagens que acentuam a passagem do tempo, local e urgência de tratamento, tomando o cuidado de afastar a ideia de que tinha privilégios. Essa narrativa leva à comprovação da gravidade do atentado e dos perigos que enfrentou, a partir do detalhamento dos procedimentos, da duração da cirurgia e do volume de sangue que foi “drenado”.

---

<sup>43</sup> Percurso narrativo: “[...] o termo percurso [...] implica não somente uma disposição linear e ordenada dos elementos entre os quais se efetua, mas também uma progressão de um ponto a outro, graças a instâncias intermediárias. É assim que falamos, por exemplo, em percurso narrativo do sujeito ou do Destinador, em percurso gerativo do discurso, em percursos temático e figurativo” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 362).

<sup>44</sup> Tematização: segundo Greimas e Courtés (2018, p. 496), é um “procedimento [...] que tomando valores já atualizados (em junção com os sujeitos) pela semântica narrativa, os dissemina, de maneira mais ou menos difusa ou concentrada sob a forma de temas pelos programas e percursos narrativos, abrindo assim, caminho para a figurativização. A tematização pode concentrar-se quer nos sujeitos, quer nos objetos, que nas funções ou, pelo contrário, dividir-se igualmente pelos diferentes elementos da estrutura narrativa em questão”.

Foi uma facada.  
 No momento, achava que tinha sido um soco apenas, na boca do estômago,  
 E o tempo foi passando  
 E vimos que algo era mais grave.  
 Agradeço a equipe da Polícia Federal, que por lei nos acompanha,  
 pela presteza como me conduziram ao hospital.  
 No local, uma cirurgia de emergência que durou aproximadamente 3 horas,  
 onde dois litros de sangue foram drenados (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Os agradecimentos e o detalhamento são preparatórios para introduzir o seu destinatário no processo manipulatório que inicia-se a seguir, quando especula, com vagueza de significado, sobre o futuro da nação em uma aspectualização que cria um momento de tensividade<sup>45</sup> pela expectativa da revelação sobre os caminhos do Brasil que virá a seguir:

Mas a questão atual, o que está em jogo não é o meu futuro.  
 Vivemos um momento que o que vai estar em jogo é o futuro dos duzentos e poucos milhões de brasileiros, e um pouquinho lá fora também.  
 Pra onde tá partindo o Brasil? (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Inicia um segundo segmento e, a partir de uma embreagem que o recoloca na posição de destinatário de Deus e destinador do eleitor, continua seu relato atribuindo supostas conspirações para manter o poder nas mãos do PT por meio do voto eletrônico.

A narrativa de Bolsonaro prossegue:

Eu dou graças a Deus  
 Por ter chegado aonde cheguei  
 Como disse ou vinha dizendo em palestras  
 Ao longo de 3 anos onde adotei aquela máxima que seria nossa bandeira...  
 Peguei o versículo de João 8:32  
 E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará.  
 Bem, o que está em jogo no momento,  
 É o futuro de todos vocês que estão aí.  
 Até de você que apoia o PT.  
 Você é um ser humano também.  
 Eu vejo muitos petistas mudando de lado.  
 Mas vamos lá.  
 Isso, no Brasil, é o jogo do poder;  
 É o domínio de uma nação. Então serei breve (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

---

<sup>45</sup> Tensividade: é a relação que o sema durativo de um processo contrai com o sema terminativo – isso produz o efeito de sentido de “tensão”, “progressão”. Essa relação aspectual sobredetermina a configuração aspectual e a dinamiza de algum modo.

Esse trecho merece algumas considerações: a primeira é o tom messiânico utilizado por Bolsonaro para criar um efeito de verdade religiosa ao que será dito em seguida. A segunda remete a um sentido religioso, a ideia da “conversão”: o eleitor do PT poderia ser incluído no futuro do país por tratar-se de “um ser humano”, mas ao mencionar que via muitos petistas mudando de lado, torna-se evidente que para ser assimilado, ele deve abdicar de suas convicções políticas, como preconizado por Landowski (2002), que afirma em *Presenças do Outro*:

Assimilador, o grupo dominante não rejeita ninguém, e se pretende, ao contrário, por princípio, generoso, acolhedor, aberto para o que vem de fora. Porém, ao mesmo tempo toda diferença de comportamento um pouco marcada, pela qual o estrangeiro trai sua proveniência, parece, para ele, extravagância despida de razão. [...]

[Assim, o] o outro se encontra de imediato desqualificado enquanto sujeito: sua singularidade aparentemente não remete a nenhuma identidade estruturada. E é finalmente este desconhecimento [...] que fundamenta a boa consciência do Nós em sua intenção assimiladora: não só o estrangeiro tem tudo a ganhar ao se fundir de corpo e alma no grupo que o acolhe, mas, além disso, o que ele precisa perder de si mesmo para aí se dissolver como lhe recomendam não conta, estritamente falando, para nada (LANDOWSKI, 2002, p. 7).

A seguir, acena aos militares minimizando as críticas feitas ao Regime, atribuindo o surgimento ao PT à liberdade existente na época e um momento de suposta empatia proporcionada pela vida na caserna que serve para introduzir o discurso seguinte. Ele afirma nessa narrativa:

O PT surgiu em 80, num período que eles 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 apreendi cedo, lá em Nioaque, Mato Grosso do Sul, com o Major Homério, sub-comandante, quando tive um problema com um subordinado meu.

Eu estava possesso da vida. E ele, major Homério, que é vivo até hoje (eu era segundo tenente), falou: “Tenente, antes de tomar decisão contra subordinado, se coloque no lugar dele”.

Eu saí dali e algumas horas depois voltei, e minha decisão foi ao contrário (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Prossegue em uma narrativa longa e visionária, uma argumentação que disforiza seu opositor e seu partido, reafirma sua honestidade, sua atitude heroica, mas infrutífera para combater o voto eletrônico que permitiria a fraude. Procura assim objetivar suas denúncias de forma a deixar aberta uma possibilidade de contestação dos resultados das eleições caso perdesse nas urnas.



Então, a partir da narrativa de empatia anterior, continua sua manipulação sugerindo ao seu destinatário que faça o mesmo exercício, que participe com ele da argumentação, imaginando o pensamento de seu opositor, disforizado por meio do adjetivo “presidiário”, da insinuação de sua “possível riqueza” e da acusação de manter ligações com o comunismo para fraudar os resultados das eleições e, com isso, perpetuar-se no poder.

Nesse trecho ele afirma:

[...] o que eu peço pra vocês: se coloquem no lugar do presidiário que está lá em Curitiba, com toda a sua popularidade, com toda a sua possível riqueza, com todo seu tráfico, junto a ditaduras de todo mundo que se auto apoiam, em especial em Cuba (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Na sequência, volta à construção do papel temático do herói honesto que enfrentou o sistema e *quase* teve sucesso em combater o voto eletrônico, mas que respeitando a lei, foi derrotado pelo veto presidencial e recomendação da justiça, como nessas falas:

Qual é o plano "B" desse presidiário, desse homem pobre lá atrás, que roubou toda a nossa esperança?  
 Eu não consigo pensar em outra coisa a não ser o plano "B" de se materializar numa fraude.  
 Não favorável ao Lula, né, ou melhor, favorável ao Lula.  
 O PT descobriu o caminho para o poder: o voto eletrônico.  
 Vamos em frente! Lamentavelmente, o Supremo Tribunal Federal acolheu uma ação da senhora Raquel Dodge contra o voto impresso.  
 É lamentável porque a frase de maior força, na argumentação da senhora Raquel Dodge, era de que a impressão dos votos comprometia a segurança das eleições.  
 Pelo amor de Deus! Pelo amor de Deus! Não temos qualquer garantia nas eleições (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

Conclui o terceiro e último segmento com uma intimidação, afirmando que a vitória do PT levaria a uma situação de convulsão social semelhante à enfrentada pela Venezuela e atribui o fato de estar vivo a Deus e à sua família.

Nós não podemos continuar flertando com a Venezuela.  
 Olha o que está acontecendo com aquele povo!  
 Aquele povo é vítima num regime apoiado pelo PT, pelo PCdoB, pelo PSOL, nós não podemos chegar ao nível que eles chegaram.  
 Agradeço a todos vocês, tudo que fizeram por mim, mas digo uma coisa muito importante: o que me mantém vivo aqui, obviamente é Deus e a família maravilhosa que eu tenho.  
 A família é a base da sociedade.  
 Continuo pedindo a Deus força, sabedoria pra que, se essa for a vontade de Deus, de fato, nós possamos juntos levar o Brasil para um porto seguro  
 E colocar essa pátria maravilhosa num local de destaque no cenário mundial (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018f).

O vídeo analisado sugere um regime de presença definido por Landowski (2002, p. 204) como o do bufão, que se impõe na política justamente pela sua negação. Para o político bufão, vale tudo, desde a vulgaridade, a deslealdade, a exibição do corpo, a grosseria, um “fascínio pelo baixo, pelo feio, pelo inconveniente” (LANDOWSKI, 2002, p. 204) que aos olhos de segmentos conservadores da sociedade, é interpretado como uma forma de autenticidade e honestidade.

Esse “bufonismo” surge aqui por meio da interpretação com um sentido de histrionismo evidente a partir das falas, longas pausas, choro contido, mas principalmente pelo uso teatral da situação para disforizar seus oponentes com acusações, e ainda, a sedução dos eleitores para sua candidatura com o uso da autopiedade e heroicização da sua presença. Para Landowski (2002, p. 205), o bufão tem:

Sobretudo o gênio, por assim dizer físico, de rebaixar o jogo político no seu conjunto, representando-o de novo à sua maneira, ao mesmo tempo esteticamente (segundo uma estética de mau gosto, evidentemente) e no plano da estesia, traduzindo-o e, se possível, tornando contagiosa a própria repugnância pela adoção sistemática de uma hexis corporal voluntariamente chocante. É aparentemente a essa combinação de elementos que ele deve seu poder de sedução, seu “carisma” diante dos descontentes ou dos excluídos da política (LANDOWSKI, 2002, p. 205).

Estrategicamente, o bufonismo de Bolsonaro cria as condições para o estabelecimento, com seus destinatários, de um contrato de veridicção objetivado a partir da expressão, e adquire um sentido de verdade apenas pela forma como é dito e mostrado, independente do seu conteúdo.

Poderíamos inferir ainda que esse discurso figurativo leva a um referencial religioso e messiânico que cria novas significações e um efeito de ser-verdadeiro. Greimas (2014) aborda essa questão da crença quando diz:

O discurso figurativo, uma vez desreferencializado, está disponível e apto para se lançar em busca de significações outras, anagógicas, de modo que o exercício do nível figurativo consegue criar, em condições a serem determinadas, um novo “referente”, que é o nível temático (GREIMAS, 2014, p. 143).

Assim, para os segmentos conservadores e religiosos que apoiam o candidato, a expressão do seu discurso produz um efeito de verdade baseado na fé, porque pela expressão, sentem que quem o diz tem algo em comum com o Messias, se apresenta como um herói que teve coragem de enfrentar o Sistema e comprova isso a partir da sua fragilidade, da dor e da finitude à qual que se expôs pela pátria.

### 3.7 Subjetividade e objetividade que se alternam

A quinta estratégia identificada no *corpus* surge da alternância de mecanismos de linguagem, um eu-tu-nós-eles que ora confere subjetividade ao fazer afirmações ou denúncias, ora objetividade aparente nas demonstrações e comprovações usadas como testemunho, de forma a construir um sentido de verdade que o legitime enquanto destinador que age em nome da nação para proteger suas crianças de uma ameaça iminente. Essa estrutura está presente em outro vídeo sobre o “Kit Gay”, que será analisado a seguir.

Nele (Imagem 25), Bolsonaro traz de volta esse tema sob a forma de uma actorialização<sup>46</sup> marcada pelo papel actancial de destinador<sup>47</sup>, unido ao papel temático<sup>48</sup> de candidato à Presidência da República. Nessa narrativa, a aspectualização<sup>49</sup> é marcada por uma temporalização<sup>50</sup>, que coloca um tempo em lugar de outro tempo, o passado com valor de presente, em que a omissão da data

<sup>46</sup> Actorialização: “[...] Um dos componentes da discursivização [...] caracterizado pelo fato de visar instituir os atores do discurso pela união dos diferentes elementos semântico e sintático” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 22).

<sup>47</sup> Destinador: “destinador e destinatário em sua acepção mais geral, os dois actantes da comunicação (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 132).

<sup>48</sup> Papel temático: “[...] os papéis temáticos vêm a ser a formulação actancial de temas ou de percursos temáticos (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 356).

<sup>49</sup> Aspectualização: “[...] a disposição, no momento da discursivização, de um dispositivo de categorias aspectuais mediante as quais se revela a presença implícita de um actante observador” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 38).

<sup>50</sup> Temporalização: “A temporalização consiste [...] em produzir o efeito de ‘temporalidade’ e em transformar, assim, uma organização narrativa em ‘história’” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 22).

dos acontecimentos que ele apresenta cria uma *debreagem*<sup>51</sup> temporal que objetiva as supostas ameaças do passado no tempo presente.

Nele, Bolsonaro é apresentado como um destinador que se dirige a pais de filhos pequenos, iniciando uma manipulação que coloca estes actantes<sup>52</sup> em conjunção<sup>53</sup> com um objeto de valor comum com o candidato, ligado à segurança e à proteção das crianças em idade escolar.

Esta performance pode ser decomposta em três momentos: no primeiro, Bolsonaro surge como um narrador que chama atenção do seu narratário e descreve o problema alertando para a sua suposta gravidade e inicia a sua manipulação. No segundo, apresenta a prova da sua afirmação inicial objetivando a sua denúncia e, no terceiro, ele conclui expondo suas convicções sobre o problema e deixando implícito que a solução está em apoiá-lo nas eleições.

No vídeo, Bolsonaro surge como um narrador, vestido com paletó azul-marinho e camisa branca, sem gravata, sentado em um local indefinido, com iluminação suave e folhagens desfocadas ao fundo, em uma topologia que o coloca em destaque e lhe confere um sentido de tranquilidade e autoridade, que por sua vez, remete à ideia de um destinador.

---

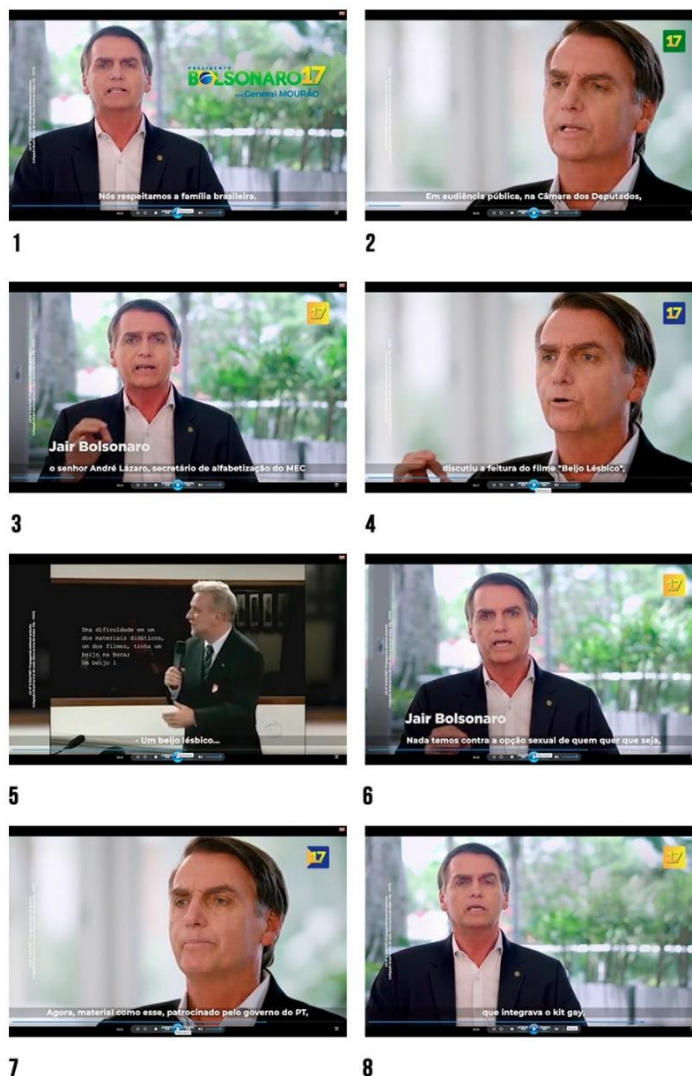
<sup>51</sup> Debreagem: “[...] a operação pela qual a instância da enunciação disjunge e projeta para fora de si, no ato de linguagem” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 110).

<sup>52</sup> Actante: “O actante pode ser concebido como aquele que realiza ou que sofre o ato, independentemente de qualquer outra determinação” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 20).

<sup>53</sup> Conjunção: “Em semiótica narrativa, convém reservar o nome de conjunção para designar paradigmaticamente, um dos dois termos (juntamente com a disjunção) da categoria junção, que se apresenta, no plano sintagmático, como função (=relação entre o sujeito e o objeto) constitutiva dos enunciados de estado” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 90).

Imagem 25 – Capturas de telas de vídeo “Jair Bolsonaro é contra a sexualização precoce nas escolas”

SEQUÊNCIAS DO VÍDEO DE BOLSONARO SOBRE O “BEIJO LÉSBICO”



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018g.

A movimentação de câmera inicia em meio-primeiro plano frontal (enquadramento da cintura para cima), com Bolsonaro olhando diretamente nos olhos do seu destinatário quando chama a atenção e faz um alerta às pessoas com filhos pequenos (cena 1 da Imagem 25). Esse enquadramento é associado ao áudio que remete a um valor de primeira pessoa quando se dirige ao espectador: “Eu falo a..., você que é pai, você que é mãe e tem filhos pequenos [...]” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018g).

Seu discurso inicial é de denúncia e o remete a ser portador de uma informação importante que será revelada a seguir. Ele diz:

“Em audiência pública, na Câmara dos Deputados, o Sr. André Lázaro, secretário de alfabetização do MEC do então ministro Fernando Haddad, discutiu a feitura do filme ‘Beijo Lésbico’ para passar para criancinhas a partir de seis anos de idade na escola. Assista” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018g).

Assim, Bolsonaro inicia sua narrativa com uma embreagem que confere uma camuflagem subjetivante ao seu discurso e o remete à condição de um destinador, portador de uma informação importante. Sugere também um sentido de urgência e gravidade que provocam uma interação estésica, de expectativa no destinatário/eleitor decorrente da curiosidade e ansiedade sobre a revelação que está por vir e o levará ao passo seguinte da manipulação: a objetivação da afirmação feita anteriormente.

Em seguida, ocorre um corte e aproximação para o primeiro plano (cena 2 da Imagem 25) enquadrando o rosto do candidato na posição  $\frac{3}{4}$  (plano fechado com rosto a 45° em relação à câmera). Neste momento em que inicia a narrativa, deixa de olhar para o seu destinatário diretamente nos olhos e passa a fazê-lo em uma aproximação e enquadramento que remetem a uma actorialização que denota distanciamento, assumindo um papel de narrador isento em relação ao que será narrado.

Para criar essa camuflagem objetivante e criar um sentido de verdade para a narração, Bolsonaro continua a utilizar a debreagem enunciativa, projetando o local onde a situação acontece – a Câmara dos Deputados. A câmera volta a ficar de frente e em seguida volta à tomada lateral quando o candidato menciona o cargo de quem faz o depoimento (cenas 3 e 4 da Imagem 25): o Secretário de Alfabetização do MEC do então ministro Fernando Haddad e prossegue, ainda em debreagem objetivante atribuindo tais fatos à pessoa ligada ao seu oponente na eleição de 2018, imputando a ele, que era ministro na ocasião em que os fatos ocorreram, a culpa pela intenção de exibir um filme sobre homossexualidade feminina, que é um tema adulto, para crianças que precisam de proteção, pois ainda não tem capacidade de entender ou se defender do que lhes é apresentado.

Em seguida, Bolsonaro volta a ser o destinador e retoma sua fala diretamente para a câmera enquanto cita nomes para em seguida, finalizar a narrativa ordenando que o espectador assista o que vem a seguir.

O vídeo sofre um corte, criando um hiato temporal que provoca tensão estésica e ao mesmo tempo reforça o efeito de camuflagem objetivante decorrente de sua isenção e distanciamento. A comprovação do seu alerta (ou objetivação de sua denúncia) será revelada pela sequência que virá a seguir, um trecho de vídeo que não permite identificar o local, o público e o contexto em que foi gravado.

Entra o trecho do Sr. André Lázaro expondo os detalhes e dúvidas de produção do filme, que envolvem um beijo lésbico e ele diz (cena 6 da imagem 25):

Uma dificuldade era: um dos materiais didáticos, um dos filmes, tinha um beijo na boca, um beijo lésbico na boca. A gente ficou uns três meses até discutindo até onde entrava a língua (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018g).

No segmento apresentado, o Sr. André Lázaro é um narrador que fala para uma plateia indefinida e de forma descontextualizada por meio de um corte de cena, sobre uma dúvida de roteiro do filme “Beijo Lésbico” que apresentaria detalhes de uma relação homoafetiva provocando um contágio estésico disfórico em segmentos conservadores da sociedade.

A seguir, a câmera alterna planos e movimentos entre o frontal e 45º como no início do vídeo e Bolsonaro volta como o destinador, mas falando na terceira pessoa, a partir de uma camuflagem objetivante, um “nós” que amplia o sujeito da enunciação por meio de “construções impessoais ou socializado pela instalação do *nós*” (GREIMAS, 2014, p. 123) criando um sentido de unanimidade e aprovação ao seu discurso (cenas 7 e 8 da Imagem 25) e afirma:

Nada temos contra a opção sexual de quem quer que seja, isso não é assunto de governo. Agora, material como esse, patrocinado pelo governo do PT, que integrava o kit gay, não podemos admitir que chegue em sala de aula. Nós respeitamos a família brasileira. Nós respeitamos a inocência da criança (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018g).

Na sequência, apresenta um discurso contraditório em que usa uma debreagem enunciativa para se afastar da questão da homossexualidade para, em seguida, utilizar a camuflagem objetivante que denota sua condição de destinador ao afirmar que ele (nós) não admitiria o “Kit Gay” em sala de aula.

Segundo Fiorin (2019), ao utilizar essa estratégia, Bolsonaro atribui ao Estado o papel de conduzir a sociedade aos seus valores tradicionais e conservadores e conclui a sua manipulação, ao se colocar como alguém disposto, enquanto representante do Estado, a fazer valer aqueles ideais encarnando a solução para que a sociedade e a criança sejam respeitadas.

Como se vê, o Estado é o agente da estratégia nacional, encarregado de voltar aos valores reais da nação brasileira, que são valores conservadores. O governo, por encarnar esses valores, tem legitimidade para estabelecer uma luta contra tudo o que pode desvirtuá-los (FIORIN, 2019, p. 372).

### 3.8 A iteratividade que produz o efeito de verdade

No *corpus* analisado, identificamos a estratégia de utilizar a iteração, recorrências<sup>54</sup> que criam um efeito de verdade decorrente da organização discursiva e da seleção de temas, geralmente polêmicos, que são repetidos na campanha e capazes de provocar uma “‘carga estética’, [que atrai] ao mesmo tempo, a esfera física e midiática da nação” (DEMURU, 2019, p. 49).

Segundo Greimas e Courtés (2018), essas recorrências podem formar outro discurso, no mesmo nível de análise, apresentando características próprias que em função da repetição, executam ou contribuem para o processo de modalização do destinatário. A repetição pode criar, assim, um efeito de verdade que leva a uma modalização em função do próprio discurso e pela sua repetição.

A recorrência, no discurso, de enunciados modais que regem sempre, nas condições dadas, enunciados descritivos (ou declarativos), autoriza a construção de um nível discursivo modal autônomo; e assim por diante. (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 410).

A iteração enquanto estratégia pode provocar um efeito de sentido de “duratividade descontínua” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 278), mantendo presentes pela repetição certos discursos por meio de performances predefinidas “com suas regras de ordem cenográfica e retórica bem estabelecidas” (LANDOWSKI, 2002, p. 191) em debates, entrevistas, reportagens, vídeos,

---

<sup>54</sup> Recorrência é a iteração de ocorrências [...] no interior de um processo sintagmático, que manifesta, de maneira significativa, regularidades capazes de servir para a organização do discurso-enunciado (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 410).



comícios, *lives*, não importa o contexto em que são apresentados, de forma de reafirmar contratos de veridicção objetivando um *fazer-crer* na permanência de objetos de valor supostamente comuns entre os actantes.

Um último aspecto decorrente da iteração é o efeito de provocar e manter um sentido de urgência, de apressar uma ação em função da sua repetição discursiva, transformando-se em um processo manipulatório que leva a um *dever-fazer*. Situam-se nesse caso as repetições ligadas ao discurso de campanha que enfatiza a necessidade urgente de votar em Bolsonaro, porque aquele candidato seria a única forma de neutralizar o PT e o último recurso para mudar o Brasil para melhor.

Finalizando, a iteração se diferencia das isotopias, na medida em que essas apresentam diferentes discursos que adquirem um determinado sentido por meio de recorrências temáticas e figurativas convergentes e, assim, criam e dão homogeneidade a um único discurso, como veremos detalhadamente no Capítulo 4.

#### 4 ISOTOPIAS TEMÁTICAS E FIGURATIVAS DA VERDADE NO DISCURSO DE BOLSONARO

Para falarmos das isotopias que caracterizaram o discurso de Bolsonaro, deveremos nos aprofundar um pouco na definição do termo utilizando as referências teóricas da semiótica greimasiana.

Originalmente, o termo *isotopia* designava a *iteratividade* (que vimos anteriormente), um conjunto de pelo menos dois semas que são repetidos homogeneizando e formando categorias ao longo do discurso (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 60).

A evolução da teoria relacionada ao termo levou a agregar, além da *iteratividade*, a repetição de categorias abstratas ou figurativas que, por sua vez, apresentam particularidades em função da sua colocação no discurso.

Concluindo, Greimas e Courtés (2018, p. 60) admitem a definição oferecida por Rastier, que a *isotopia* pode ser definida como a “iteratividade de unidades linguísticas (manifestadas ou não) que pertencem quer ao plano da expressão, quer ao do conteúdo, ou mais amplamente, como a recorrência de unidades linguísticas” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 278) e que:

- a) Podem ser Isotopias actoriais, quando estiverem relacionadas ao plano dos atores do discurso;
- b) Em alguns casos, a isotopia figurativa pode não ter correspondente no plano temático;
- c) A uma isotopia profunda (temática), corresponde a uma isotopia de superfície (figurativa), mas em alguns casos a uma série de isotopias figurativas corresponderá apenas uma temática. Greimas e Courtés (2018, p. 277) citam como exemplo para esse caso as parábolas evangélicas;
- d) Podem ocorrer pluri-isotopias, quando a diversas isotopias figurativas correspondem a várias isotopias temáticas e as bi-isotopias, quando ocorre uma manifestação conjunta de duas isotopias e, finalizando;
- e) Isotopias complexas, quando “um e outro termo são suscetíveis de manifestar-se ao longo da cadeia sintagmática” (GREIMAS; COURTÉS, 2018, p. 277) ocorre a manifestação de um ou outro texto em casos como de enunciados que regem outros enunciados de fazer

ou de estado que determinam as “modalidades veridictórias” em que o jogo do ser e do parecer determinam o plano isotópico do discurso.

A partir destas definições, iremos analisar as principais isotopias temáticas e figurativas relacionadas à verdade no discurso de Bolsonaro, partindo daquelas que se mostraram mais presentes na campanha, como o uso da Pátria como verdade, com o tema “Brasil acima de tudo”, para em seguida tratarmos da questão da religiosidade, da figura de Deus enquanto destinador, com o tema “Deus acima de todos”.

Da mesma forma, analisaremos as manifestações de um suposto heroísmo, espontaneidade e simplicidade relacionadas ao ser verdadeiro por meio de suas manifestações corpóreas, da exposição da vida privada, da independência em relação à política e aos meios de comunicação, das características singulares que marcaram a produção midiática do candidato, a moral conservadora que foi um dos pilares de campanha, a questão da corrupção, os temas da segurança e do armamento civil, a negação de acusações sobre atitudes e comportamentos polêmicos que marcaram toda a campanha e fechando, uma análise do tema do novo enquanto ser verdadeiro.

#### **4.1 “Brasil acima de tudo”: a pátria como verdade**

O tema “Brasil acima de tudo” faz parte da maioria dos discursos, de materiais de comunicação e dá nome à coligação de Bolsonaro na campanha à Presidência da República em 2018.

No plano do seu conteúdo, o Brasil é utilizado por Bolsonaro em uma debreagem enunciativa, que projeta a Nação à condição de destinadora de tudo que há nela, deslocando seu discurso no sentido do particular para o geral, do interesse da nação, para o cumprimento de um destino maior, de uma missão para com a Pátria e seu povo, em uma actorialização que objetiva sua competência para ser o destinatário da Nação (Imagem 26).

Imagem 26 – Header do site de Jair Bolsonaro



Fonte: BOLSONARO, 2000-2019.

No plano da expressão, além da entonação enfática conferida pelo candidato, frequentemente este tema é proferido topologicamente à frente de uma moldura composta por símbolos nacionais como a bandeira, do semissimbolismo das cores verde/amarelo ou do Hino Nacional, que figurativiza as ideias de nacionalismo, patriotismo, orgulho e esperança para a sociedade.

Objetivando sua narrativa, Bolsonaro procura seduzir ao elogiar as riquezas e potenciais da Nação, de certa forma resgatando e adaptando um imaginário aspiracional da cultura brasileira a partir da “Carta de Caminha”: uma terra idílica e abençoada, de riquezas infinitas, que tem um povo maravilhoso e um grande futuro à sua espera, que só depende dos políticos não se renderem aos próprios interesses para se realizar.

Essa verdade patriótica, também está associada a uma ideia de organicidade, em que cada brasileiro faz parte de um todo, reforçada pelo tema “O Brasil somos todos nós” em que a participação traz a responsabilidade do cumprimento do dever.

Mas de forma reversa, o tema “Brasil acima de tudo” traz uma intimidação pois quem não coloca o Brasil acima de tudo é falso e, portanto, não é patriota, é contra o Brasil, contra a sociedade. Essa oposição semântica foi figurativizada nos candidatos do PT, em particular Lula, Dilma, José Dirceu e Gleisi Hoffmann. São os vermelhos, comunistas, os antissujeitos da nação que denegriram a imagem do país “lá fora” e querem a sua destruição.

#### 4.2 Deus acima de todos: a verdade bíblica e religiosa

Grande parte do eleitorado de Bolsonaro está concentrada em um público religioso, predominantemente entre os evangélicos. Segundo pesquisa do

DataFolha, datada de 23/10/2018, 47% dos eleitores católicos, 59% dos evangélicos e 45% de outras religiões tinham intenção de votar em Bolsonaro (G1, 2018b). Para estes eleitores, surge um Bolsonaro que utiliza as referências religiosas como fiadoras da verdade por meio de debreagens enunciativas que oferecem camuflagens subjetivantes, como se o candidato fosse portador de um segredo metafísico que confere um sentido místico ao seu discurso. Esse discurso, por sua vez, implica no reconhecimento de um poder incontestável, derivado da vontade de Deus, o actante destinador do candidato e da sociedade como um todo. Assim, “Verdade”, para este segmento, representa a manifestação de algo divino, vinda de uma revelação direta de Deus e expressa na Bíblia nos evangelhos de João, citado com frequência por Bolsonaro: “[...] E conhecereis a verdade. E a verdade vos libertará”.

Bolsonaro também se posiciona como um eu fiador desta verdade, (“É por isso que eu sempre digo [...]”) deixando implícito que tem uma relação hermética-hermenêutica com o divino, uma espécie de portador da palavra de Deus, que tem, inclusive, Messias no próprio nome.

Figurativamente, ao estabelecer esta relação discursiva com o divino, Bolsonaro torna-se um intermediário entre este e os fiéis. Figurativamente é o Pastor, capaz de entender e traduzir as metáforas divinas para conduzir o seu rebanho: a sociedade brasileira.

Bolsonaro relata neste mesmo vídeo a viagem que fez a Israel, um local carregado de significados místicos, religiosos, mas também econômicos e tecnológicos relacionados ao aproveitamento de terras desérticas para a agricultura. Bolsonaro faz uma referência vaga a esse respeito que tanto pode remeter a um sentido político, religioso ou comercial que não é definido por ele. Relata a acolhida que teve, as lições que aprendeu e se refere “[...] ao que eles têm e não temos e o que temos e eles não têm” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a), mas de forma vaga, sem especificar do que se trata. Mais uma vez, remete a um discurso de um homem de ação, que marcou presença fora do país e que foi em busca de alguma coisa, entre o divino e o terreno, mas foi à origem de tudo, ao local de onde veio o Messias.

Ainda em relação do divino, os vídeos da campanha procuram colocar em conjunção a solução dos problemas da Nação, a fé e a religiosidade, de forma a posicionar Bolsonaro como o candidato ideal, “que tem Deus no coração” (PARTIDO

SOCIAL LIBERAL, 2018l) e é o instrumento de um Deus destinador que subordina a realização da obra terrena à sua vontade divina – “[...] se for a vontade de Deus” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018l). Se ela não se realizar, não será por falta de capacidade modal do candidato, mas sim, fruto da vontade divina.

Bolsonaro procura se distanciar dos políticos comuns a partir da mesma passagem bíblica de João, afirmando que acredita na Verdade, mas que infelizmente a mentira é o que caracteriza o meio político.

Assim, ao utilizar o texto bíblico como uma camuflagem subjetivante, Bolsonaro constrói um sentido de verdade enquanto segredo, um êxtase místico poderoso, mas indefinido, um *fazer-parecer-verdadeiro* que se transforma em um *crer-verdadeiro* e estende-se ao seu discurso, sancionando a sua manipulação e distanciando-o dos políticos tradicionais

Ao sustentar sua afirmação por meio da fé, Bolsonaro constrói um discurso que modaliza um fazer-crer poderoso que se superpõe ou até mesmo prescinde do saber, como afirma Greimas (2014, p. 128) “[...] o saber instalado não consegue expulsar o crer, mas que o crer às vezes repousa, e mesmo se consolida, sobre a negação do saber” e se a verdade liberta, a falsidade aprisiona.

A oposição semiótica à verdade, à falsidade, neste discurso representado pela ausência da fé em Deus, portanto, são atribuídas ao ateu, que não é patriota já que a fé faz parte do brasileiro. Aqui há uma relação simbiótica entre Deus e o Patriotismo em que estar com Deus tem o significado de ser patriota e ser patriota significa estar com Deus. Da mesma forma, ao utilizar a fé como um atributo do “ser brasileiro”, a ausência desta caracterizaria o “estrangeiro”, aquele que precisa mudar sua atitude, de “ser como nós” para não ser desqualificado enquanto sujeito, para que possa ser assimilado pela pátria (LANDOWSKI, 2002, p. 6-7).

A ausência da fé está figurativizada no vermelho da esquerda, do PT e principalmente em Haddad e Manoela D’Ávila, antissujeitos da nação e candidatos de pouca fé. Essa temática foi utilizada na fase final da campanha para desqualificar os candidatos do PT pela religião, quando Haddad e Manoela vão a cerimônias religiosas católicas e evangélicas (Imagens 27 e 28). Bolsonaro atribui a esses atos um caráter de heresia, um desrespeito para com “o povo brasileiro”. Para evidenciar esse discurso de disjunção religiosa, um dos vídeos aproveita a fala descontextualizada de um possível ato falho de Manoela D’Ávila durante uma entrevista em que afirma não ser cristã. Da mesma forma, Manoela e Haddad são

apresentados em imagens em preto-e-branco e, na sequência, com a imagem de Lula ao fundo, como se fosse o anticristo. Sobre eles, letreiros na cor vermelha, com letras *bold* que ocupam toda a imagem, denunciando o fato de serem ateus e a suposta atitude desrespeitosa dos candidatos do PT.

Vale lembrar que parte significativa dos potenciais eleitores de Bolsonaro estão entre os religiosos e, principalmente, evangélicos. Para este segmento, ser ateu ou desrespeitar a sua crença tem o sentido de afronta ao eleitor e a Deus, destinador de todos e da Pátria.

Imagem 27 – Captura de imagem de vídeos de campanha-religião



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018m.

Imagem 28 – Captura de imagem de vídeos de campanha-religião



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018m.

Se por um lado a figuratividade religiosa compunha uma parte do mosaico de isotopias que marcaram a campanha de Bolsonaro, por outro, o candidato explora uma nova forma de manipulação por meio da espontaneidade e simplicidade, como veremos a seguir.

### 4.3 A espontaneidade e a simplicidade enquanto emblemas do parecer verdadeiro

A espontaneidade e a simplicidade têm significados que aproximam o político do homem comum, na medida em que reforçam a ideia do ser-verdadeiro e fazem parte de estratégias discursivas buscando reconhecimento e popularidade.

Ela faz parte de um jogo de *fazer-saber* para *fazer-crer* que exige a produção de informações que são indispensáveis para existência e reconhecimento políticos. Nesta relação, um candidato-destinador, que tem contratos de veridicção continuamente negociados com o eleitor-destinatário, precisa estar no controle das informações para que elas produzam os efeitos de sentido que garantam a manutenção daqueles contratos e sustentem o seu programa narrativo.

Por outro lado, como a apreensão do sentido é um aprendizado contínuo (GREIMAS, 2014, p. 116), tendemos a perceber os significados do outro buscando elementos do nosso próprio aprendizado e assim, atitudes semelhantes às que tomamos são vistas como eufóricas na medida em que refletem um pouco de nós mesmos, como analisa Wilson Gomes:

Para obter essa informação conclusiva, recorremos a recursos de decifração constituídos pela nossa própria experiência de vida, mas que em geral são muito semelhantes àqueles empregados por todos os outros. Desse modo, buscamos classificar os outros e as suas experiências em tipos abstratos a partir das semelhanças que encontramos ou cremos encontrar entre o novo e o velho e, portanto, deciframos o desconhecido a partir dos quadros formados pelo já conhecido (GOMES, 2014, p. 12).

Para Landowski (2002, p. 91), houve um “tempo em que os homens que governam, ou que aspiravam a isso, procuravam se mostrar ‘transparentes’ e o máximo possível, que parecessem próximos de nós, como nós”, figurativamente, o homem comum, um “gente-como-a-gente” que desperta empatia e cumplicidade no eleitor, que se sente representado neste personagem.

Adotando uma outra perspectiva analítica, Landowski (2002) utiliza a metáfora do teatro para analisar as relações entre o político e a sociedade, em que o primeiro pretende ser figurativamente o homem comum, um “gente-como-a-gente” que desperta empatia e cumplicidade no eleitor, que se sente representado neste personagem.



Para o autor, isso é possível na medida em que um destinador – o político – e um destinatário – o homem comum – criam uma encenação em que o primeiro se expõe à curiosidade do segundo, muitas vezes de forma irreverente, autocrítica ou exagerada e assim, cria um *parecer verdadeiro* e autêntico. Em contrapartida, obtém aderência da parte do destinatário à sua manipulação.

A exibição do cotidiano proporciona uma abertura que objetiva essa relação, criando um sentido de intimidade de tal forma que o destinatário *sente* que conhece o seu destinador como alguém muito próximo, como um amigo que é valorizado afetivamente em função da percepção dessa proximidade e, em contrapartida, adere à sua manipulação, baseada em uma “familiaridade interindividual, se possível matizada de ‘simpatia’” (LANDOWSKI, 2002, p. 190).

Com o advento das redes sociais, o que era apenas uma atitude, uma forma de comportamento, passa a fazer parte de um “populismo digital” (DEMURU, 2019b, no prelo) um conjunto de estratégias discursivas que visam produzir aderência a partir de um processo de contágio sensível que estreita aqueles laços e oferece a oportunidade de disseminação na sociedade.

Bolsonaro utiliza e mistura essas formas de presença a serviço de uma estratégia em que o parecer verdadeiro tem o efeito de sentido de popularidade, diferenciação em relação aos políticos tradicionais e está em oposição a todos os valores que estes utilizam ou preconizam até então.

A criação do efeito de verdade que evidencia esse distanciamento foi objetivada sob várias formas, entre os quais a exibição de elementos do cotidiano do candidato, utilizado como estratégia para aproximação e identificação entre o então candidato e o eleitor e que é objeto deste estudo.

Sua campanha foi marcada por discursos que atribuíram à autenticidade e à informalidade o sentido de ser honesto e distante das práticas da velha política uma estratégia em que a simplicidade está relacionada ao ser verdadeiro como veremos a seguir.

#### **4.3.1 O uso do corpo**

A primeira manifestação desta estratégia está na exposição de aspectos da vida privada, em que a observação do cotidiano de Bolsonaro oferece um testemunho às suas afirmações políticas e oferece a oportunidade para manter-se

em evidência na mídia figurativamente, como uma celebridade, um *pop star* midiático como preconizado Ianni (1999):

No âmbito da "democracia eletrônica", dissolvem-se as fronteiras entre o público e o privado, o mercado e a cultura, o cidadão e o consumidor, o povo e a multidão. Aí o programa televisivo de debate e informação política tende a organizar-se nos moldes do programa de entretenimento. Aos poucos, o político, o partido, a opinião pública, o debate sobre problemas da realidade nacional e mundial, as possibilidades de opções dos eleitores e a controvérsia sobre planos alternativos de governo, tudo isso tende a basear-se nas linguagens, recursos técnicos, teatralidade e encenação desenvolvidos pelos programas de entretenimento (IANNI, 1999, p. 18).

Hoje, as redes sociais ocupam grande parte do espaço de entretenimento que foi da TV, dando lugar à criação de polêmicas e formas de exposição pessoal que mantém o político em evidência. Dos eventos políticos às ações cotidianas, a opção por delimitar ou eliminar as fronteiras entre o público e o privado é cada vez mais fluida na medida em que toda ação do homem público está sujeita a ser filmada e criticada nas redes. Por outro lado, o domínio da linguagem das redes enseja estratégias de manipulação e de presença que eram impensáveis no passado, dominado pelos grandes conglomerados de comunicação. Uma dessas estratégias, utilizada por Bolsonaro, é a exibição do próprio corpo.

Bolsonaro publicou nas redes<sup>55</sup> uma série de vídeos na praia, com os filhos ou brincando com a filha exibindo parte do seu corpo nu, numa atitude incomum para homens públicos (Imagem 28).

Percebe-se aqui um Bolsonaro que quer se mostrar no dia-a-dia em sua dimensão humana, com suas imperfeições, procurando por meio da exibição do corpo, uma identificação com o eleitor comum como afirma Demuru (2019, no prelo).

É por meio da figurativização do corpo em situações de vida cotidiana que os novos populistas digitais constroem simulacros de proximidade e contato com o "povo" na internet. E é graças a estas imagens que este "povo" se reconhece neles.

---

<sup>55</sup> A publicação é de julho de 2018, porém, permaneceu no canal do candidato durante o recorte temporal deste trabalho.

Imagem 29 – Captura de tela de vídeo com Bolsonaro na praia em 07/07/2018



Fonte: BOLSONARO, 2018a.

Durante a campanha, seus vídeos passaram a mostrar um candidato em roupas consideradas conservadoras, ou às vezes esportivas, mas populares e frequentemente com a exibição das respectivas marcas, atitude sintonizada com ideias liberais e de apoio à livre iniciativa e incomum por parte dos políticos tradicionais, que não desejam vincular sua imagem a qualquer tipo de marca comercial.

Então, em 6 de setembro de 2018, ocorre o atentado em Juiz de Fora. Bolsonaro foi atendido localmente e posteriormente transferido para São Paulo. Se no período pré-eleitoral o corpo do Bolsonaro que surgiu nas redes provocava reações de estesia por ser um sujeito saudável, após o atentado ele mostrava o de alguém sofrido, marcado por olheiras escuras e profundas, ofegante, o caminhar indeciso, a fala entrecortada pelo esforço, o desconforto da sonda nasal, o andador e o avental hospitalar indiscreto que revelava sua fragilidade.

Consoante a sua situação de convalescente, Bolsonaro não oculta o corpo em robes ou qualquer outro expediente que preserve a sua privacidade. Ao contrário, exibiu partes do corpo precariamente vestidas com um avental cirúrgico, como o de um paciente comum durante a internação hospitalar.

Em uma das *lives* mais vistas da sua campanha, com mais de 500.000 reações<sup>56</sup>, ele aparece utilizando roupa hospitalar e meias elásticas durante uma caminhada pelo hospital, com um enquadramento nas imagens que revelam grande parte das pernas por baixo do avental (Imagem 30).

Imagem 30 – Bolsonaro caminha pelo hospital em 16/09/2018

<sup>56</sup> Dados obtidos com o NetVizz.



Fonte: PODER 360, 2018.

Bolsonaro exibiu ali sua condição de fragilidade, de rei nu, apontando para um sentido de autenticidade enquanto um paciente comum, vítima da violência, mas, sobretudo, um discurso de vitimização, em uma manipulação por contágio estésico a partir de sentimentos de compaixão, empatia e indignação no seu eleitorado. E, utilizando a referência metafórica do teatro de Landowski (2002, p. 185), Bolsonaro foi um ator à vontade no seu papel: exibiu sua dificuldade de respirar, falar, caminhar, mas ao mesmo tempo, aproveitando o efeito sensível provocado pelo seu estado de fragilidade, repassou todos os argumentos de sua campanha, disforizou seus oponentes e finalizou com uma mensagem de otimismo e superação sob medida para seduzir o eleitor. E reforçou a manipulação por meio da denúncia da filiação do agressor a um partido de esquerda, atribuindo a esta, uma conjunção com a violência política e no eixo dos contraditórios, manipulando no sentido de isentá-lo de estimular o belicismo, já que estava na condição de vítima da violência.

Todas essas manifestações de uso do próprio corpo ensejam significados que transcendem o que mostram explicitamente. O corpo nu ou precariamente vestido faz parte de uma estratégia de se mostrar autêntico e verdadeiro, como afirma Landowski (2002, p. 192), “como se o desnudamento de sua individualidade pudesse por si só substituir a mensagem política”, proporcionando uma identificação entre sujeitos – o candidato e o eleitor – que têm em comum corpos marcados por imperfeições e doenças, que sofrem a ação do tempo ou no caso de Bolsonaro, da vulnerabilidade diante da violência.

Nele, o que se busca é o uso do corpo como uma forma de “alcançar a popularidade e consenso através de uma comunicação estésica, sensível” (DEMURU, 2019, no prelo) em que o corpo fragilizado provoca reações emocionais

de piedade e indignação, mas sobretudo, de solidariedade, facilitando sua performance e manipulação.

#### **4.3.2 A intimidade da residência**

No período posterior à hospitalização, a convalescência em função do atentado ofereceu a oportunidade para que Bolsonaro transformasse sua residência na sede da campanha e figurativizasse a sua simplicidade e transparência. Da casa, se mostrava mais uma vez como um homem e uma família comuns, que permitia aos eleitores compartilhar da sua privacidade e ao mesmo tempo, oferecia a oportunidade de avaliarem e reforçarem os valores do seu contrato de veridicção observando o seu cotidiano com a família, que o candidato fazia questão de estender aos visitantes, quer fossem correligionários, jornalistas ou políticos.

A casa que surge na TV e nas redes é uma residência em condomínio de classe média alta, grande, mas sem ostentação, com decoração simples e até impessoal. Os ambientes em que recebe os convidados são informais e despojados e muitas vezes irreverentes, assim como o cardápio.

Refeições como o café da manhã incluíram a midiatização de cenas produzidas com restos e migalhas sobre uma mesa sem toalhas, embalagens de manteiga, requeijão e a predileção por uma mistura inusitada de pão francês com leite condensado, que convenceu<sup>57</sup> o eleitor a ponto de viralizar nas redes e se transformar em item de cardápio de padarias no Rio de Janeiro, cumprindo a tarefa de atestar a autenticidade da vida de Bolsonaro, e poder de manipular o eleitor por meio das redes.

Da mesma forma, ao produzir suas *lives* e alguns vídeos da campanha na residência, Bolsonaro revela ambientes, decoração, um estilo de morar e de vida simples e despojado, mas confortável, sonho de consumo de grande parte dos eleitores de classe média e outra figurativização ligada ao poder: o castelo do rei.

Nela, o uso da residência aponta para um sentido cultural e programaticamente ligado às propostas de campanha de Jair Bolsonaro: a temática da propriedade privada e da relação de poder. Simbolicamente, a residência é o local de domínio do seu morador e assim, ainda que tivesse uma funcionalidade na

---

<sup>57</sup> Para Greimas (2014, p. 135), “a operação de com-vencer’ [...] consiste em uma série de procedimentos situados no plano cognitivo que objetivam a vitória, mas uma vitória completa, aceita e partilhada pelo ‘vencido’, que se transformaria por isso, em ‘convencido’”.

campanha, a relação entre destinador e destinatário se mantinha na medida em que se estabelecia, implicitamente, uma relação de manipulação por intimidação e de sedução por parte do destinador, pois até mesmo o acesso ao local dependia da sua aprovação. Uma vez lá, o visitante era simbolicamente colocado na condição de convidado e, como tal, deveria respeitar as regras do seu anfitrião, acatando o domínio exercido por ele. Ao mesmo tempo, ser convidado pode estabelecer uma manipulação por sedução a partir do compartilhamento da presença, do local e do poder ali existentes. Para o eleitor, adentrar à residência é ser destinatário em um processo de manipulação em que parece tornar-se alguém especial, um amigo que tem amplo acesso e muitas coisas em comum com seu destinador, que em sua actorialização, dirige-se às pessoas de forma coloquial, carregada de termos interioranos, às vezes até chulos, erros de pronúncia, alguma gagueira, pausas deslocadas, com uma temática que faz parte de “um lote de discursos pré construídos” (LANDOWSKI, 2002, p.192) para parecerem de um cidadão comum, autêntico e verdadeiro, lançado repentinamente à notoriedade.

#### **4.3.3 As refeições e os sentidos**

Entre os diversos aspectos que compõem essa espontaneidade, escolhemos analisar os efeitos de sentido da divulgação de mensagens com Bolsonaro fazendo suas refeições já que esse aspecto pode oferecer um panorama bastante rico do uso da alimentação como forma de relacionamento, disputa de poder e manipulação eleitoral.

Ao fazer parte das ações de um homem público, a prática da alimentação envolve a observação dos seus detalhes sob um olhar crítico da sociedade, que julga moralmente o ato e o compara com o seu próprio modo de vida, como afirma Romanelli (2006).

A comida é uma categoria que estabelece fronteiras entre a identidade da população pobre, que enfrenta dificuldades para prover a alimentação, e a identidade daqueles cuja cozinha é rica e variada, e a dos muito pobres, que passam fome (ROMANELLI, 2006, p. 333)

Assim, em se tratando de pessoas públicas, o ato de alimentar-se com luxo, ostentação ou desperdício evidencia as desigualdades e privilégios e, por isso, tem

um sentido de desaprovação popular. Ao contrário, fazer refeições de forma simples e frugal são atributos valorizados pelo eleitor que vê nessa atitude uma projeção de seus valores e significados em relação à alimentação.

Bolsonaro procura explorar esses significados derivados de um aprendizado cultural para realizar uma manipulação em que o seu fazer persuasivo exige um fazer interpretativo do eleitor, de forma a adentrar o seu imaginário para que possa estabelecer o contrato de veridicção, procurando colocar-se em conjunção com seu objeto de valor – a presidência – de maneira que o eleitor também coloque-se em conjunção com o seu: ele deseja crer que Bolsonaro é um político diferente dos demais, que irá resolver os problemas do país.

Vejamos agora os discursos políticos de Bolsonaro em duas situações envolvendo as refeições: vamos analisar uma situação informal de consumo de pastel em uma barraca de rua e uma de recepção de jornalistas da Rede Globo.

#### 4.4.3.1 O pastel

O primeiro vídeo analisado expõe ao eleitor um momento do seu cotidiano, figurativizando um cidadão comum, em uma atividade cotidiana, acompanhado pela esposa.

Foi publicado no YouTube em novembro de 2017 e permaneceu assim durante o período da campanha com títulos irônicos como: “Bolsonaro é flagrado gastando verba pública em restaurante luxuoso” ou “Ostentação! Bolsonaro é flagrado ostentando na barraquinha de lanche”. Tem 51 segundos e mostra Bolsonaro acompanhado da esposa em uma noite chuvosa, comendo pastel em uma barraquinha de rua (Imagem 31). A roupa de Bolsonaro tem cores discretas em tons frios (verde, cinza) assim como as da sua esposa.

Imagem 31 – Cenas de captura de vídeo de Bolsonaro consumindo pastel



Fonte: BOLSONARO TV, 2017.

Eideticamente predominam as formas retas e retangulares da barraca, dos suportes da lona e do triângulo formado pela lona caída ao lado de Bolsonaro. Ao lado de Bolsonaro, destaca-se a pintura limítrofe da calçada, em tom amarelo e forma curva que percorre a lateral da imagem ao lado direito. Vista em conjunto, a forma da lona, caída, sugere uma seta que aponta para Bolsonaro e a marcação da calçada. Também o *lettering* com seu nome sobre os borrões apresentam forma se semicírculos e a roda e respectivo paralamas que sustentam a barraca, têm a forma circular.

Matericamente existe uma predominância de itens produzidos com insumos plásticos que ficam evidentes na lona, adesivos, embalagens, banquinho e conservadora de bebidas (isopor). Apresenta também materiais metálicos como o alumínio de sustentação da barraca, do expositor, da superfície de preparo (mas pode ser aço inox) e da roda.

Neste vídeo, Bolsonaro procura dar um sentido de verdade ao tema da simplicidade enquanto um atributo do ser-verdadeiro. Ele se apresenta tranquilo, come seu pastel de forma displicente (boca aberta, torto), senta-se curvado e com certo desconforto. Mas para *fazer-saber* que ali está o futuro candidato<sup>58</sup> e se possa atribuir-lhe a qualidade da simplicidade e do *ser-verdadeiro*, é colocado o *lettering* com o seu nome sobre o fundo verde-amarelo da campanha.

Nesta encenação, não há discursos verbais, políticos, hierarquia ou de qualquer outra forma de privilégio. Bolsonaro fica apenas sentado em um banquinho de plástico, comendo, protegido da chuva pela lona da barraca. A informalidade e a proximidade com o homem comum chegam ao ponto de alguém assobiar para chamar a atenção do candidato e este retribuir espontaneamente, procurando identificar quem o chamou e advertindo o assobiador para o fato de que ele poderia sofrer um atropelamento.

Essa situação, mesmo sem falas, cria um sentido de proximidade e identidade com o eleitor que vê aspectos de sua vida privada projetados nas atitudes de um candidato que tem, no ato de comer um pastel, o comportamento e presumivelmente um estilo de vida semelhante ao seu.

---

<sup>58</sup> O vídeo é de 2017 e, portanto, precedeu a candidatura oficial, mas Bolsonaro iniciou sua campanha para a presidência em 2014, segundo seu próprio depoimento em vídeo. O vídeo continuou publicado durante o período de campanha.



Assim, o estranhamento que a naturalidade desta atitude causa, provoca um contato sensível que contribui para que o eleitor aceite a manipulação e sinta-se representado por um candidato que espelha o seu cotidiano, a sua vida.

#### 4.4.3.2 Pão com leite condensado

No dia 27/10/2018, ou seja, às vésperas do segundo turno das eleições, o Jornal Nacional veiculou matéria jornalística sobre os últimos dias de campanha dos candidatos à presidência e a sequência sobre Bolsonaro é gravada em sua residência. Para isso, ele recebe jornalistas da Rede Globo para um café da manhã em uma sala contígua à garagem, separada desta por uma parede divisória vazada como uma estante, na qual estão objetos decorativos.

Após os cumprimentos, o vídeo corta para Bolsonaro preparando, pessoalmente, o café da manhã para os jornalistas, na cozinha da residência, objetivando assim um modo de vida simples e informal e até afetuoso em relação aos visitantes. Ele coloca café no coador e por meio de um corte na cena, afasta-se da cozinha, sempre em primeiro plano, presumivelmente levando o café, enquanto a locução evidencia o trabalho do anfitrião dizendo “ele faz e serve...” (Imagem 32).

Imagem 32 – Captura de tela de vídeo. Bolsonaro preparando café



Fonte: BOLSONARO, 2018e.

Corta para uma mesa de madeira sem toalha onde estão os itens e objetos do cardápio matinal: uma garrafa térmica comum, pão na embalagem da padaria, copo de vidro com requeijão, manteiga, leite Ninho na embalagem de caixinha, suco em jarra de plástico e uma extensão elétrica com um dispositivo eletrônico ligado a ela – aparentemente um carregador de celular (Imagem 33). Bolsonaro pede que todos

estejam à vontade porque não haveria mais ninguém no local, em uma ironia para continuar sua objetivação de informalidade, mesmo diante dos profissionais e da transmissão pela principal emissora de TV do país, às vésperas das eleições. Corta para *close* de copo americano sendo preenchido por café. Em seguida, mostra Bolsonaro preparando pão com leite condensado, retirado diretamente da embalagem. Ele diz que “aqui não tem esse negócio de açúcar não, gordura, dieta” (BOLSONARO, 2018e). Surgem outras pessoas que em pé, se servem.

Finaliza cortando para Bolsonaro comentando que as visitas se tornaram rotina enquanto o jornalista toma um gole de café.

Imagem 33 – Captura de tela de vídeo de mesa com café da manhã



Fonte: BOLSONARO, 2018e.

O Bolsonaro desta situação manipula em três direções, distanciando-se dos estereótipos da política: na primeira, evidenciando sua informalidade ao receber, preparar e servir pessoalmente o café da manhã, um *gente-como-a-gente* que o aproxima do eleitor, gerando uma pulsão sensível pelo inusitado de ter um candidato quase eleito, fazendo e servindo café aos jornalistas da Rede Globo, com os quais entrou em atrito (e com a emissora) inúmeras vezes. Essa atitude contribui para uma manipulação objetivando que é um homem conciliador, magnânimo, simples e sem rancor, que recebe a todos, acima das divergências inerentes à democracia. A segunda, quando se mostra um homem de hábitos simples e descontraídos, que recebe as pessoas em sua casa sem ritualização, como o homem comum que recebe amigos ou parentes. E a terceira, de independência, quando procura se distanciar da imagem dos políticos comuns, que dependem das grandes redes de televisão para se eleger e, em contrapartida, recebem seus jornalistas com requinte

e mesuras. Para isso, Bolsonaro os recebe sem qualquer tratamento especial, com os alimentos em uma mesa sem toalha que além da falta de qualquer requinte, é uma atitude anti-higiênica e até grosseira, demonstrando segurança, controle da situação e independência em relação à grande mídia.

#### 4.4.4 A simplicidade da produção midiática

Finalizando os aspectos relacionados à simplicidade como uma manipulação no sentido de parecer-verdadeiro, a produção midiática da campanha reflete essa aspectualização em diversos momentos como na *live* a seguir, tomada como um exemplo desta isotopia (Imagem 34).

Ela apresenta inúmeros problemas técnicos e de direção: falta de foco e ajustes durante a apresentação dos candidatos, som precário e com eco, câmera oscilando. Durante a gravação entra em quadro uma mão e uma segunda câmera seguida de ajustes de enquadramento na câmera original, que se mantêm em plano americano até o final da *live*, denotando uma produção amadora e de baixo custo.

Ao mesmo tempo, se ela mostrou precariedade na forma, manteve a sintonia com os valores preconizados pelo candidato como veremos a seguir.

Imagem 34 – Captura de tela de vídeo – Última *live* antes do segundo turno



Fonte: BOLSONARO, 2018b.

Ela faz uma síntese das temáticas de campanha com uma aparência amadora e improvisada com Bolsonaro surgindo à frente de uma bandeira nacional pendurada na parede, que se por um lado remete ao sentido patriótico de sua candidatura, por outro, objetiva a simplicidade por estar presa à parede por fitas adesivas. Abaixo dela, vários objetos estão sobre um móvel, entre os quais

destacam-se um globo (abertura para o exterior) e a Menorá, que tem o sentido de oferecer santidade e demonstrar a fé existente no lugar (ao longo da *live* aparece também um aparelho de som vermelho, que fica à frente da bandeira, mas ao mesmo tempo, é cercado pelos outros elementos de cena).

Ao lado de Bolsonaro, outro candidato, o subtenente Hélio, um militar negro, usando uma caneca negra com um grafismo militar, remete à condição do candidato enquanto ex-militar e ao apoio das Forças Armadas. A camiseta amarela com os dizeres “Minha Cor é o Brasil” tem o sentido de oferecer, além do patriotismo e informalidade, um testemunho da ausência de racismo no candidato à Presidência e a aderência do negro à candidatura de Bolsonaro.

À frente, uma mesa com uma toalha estampada com pimentas, que remetem ao sentido de temperamento inflamado e capaz de dizer o que quer. Sobre a mesa, objetos de referência notadamente popular, conservadora e simples. Finalizando, uma outra caneca com uma charge do candidato e um curioso objeto: uma raquete eletrificada para matar mosquitos, uma forma popular de lidar com esses insetos.

A maioria desses itens são figuras-objetos que encontramos diariamente na casa das pessoas comuns, anônimas, em uma simplicidade que manipula o destinatário no sentido de identificar-se com o candidato por meio da aparência, informalidade e dos objetos que ele utiliza em sua casa.

Assim, ao mesmo tempo em que remete a um sentido de simplicidade, por outro, itera figurativamente os principais aspectos da campanha e os associa ao candidato.

#### **4.4.5 Marketeiros do Jair**

Além do exemplo de amadorismo analisado anteriormente, grande parte da campanha de Bolsonaro remete a esse tipo de produção que se diferencia da comunicação produzida pelos profissionais que atendem à “velha política”, com produções bem cuidadas e de alto custo.

Eles fazem parte de outra isotopia do *parecer-verdadeiro*: o engajamento espontâneo e orgânico de eleitores como “marketeiros do Jair”, produzindo e compartilhando mensagens de apoio nas redes, diluindo custos, ampliando exponencialmente a presença do candidato e adicionalmente, dificultando a apuração de pessoas e valores envolvidos na campanha.

Esse aspecto foi figurativizado por vídeos em que apoiadores dão seu testemunho de produção espontânea e engajada de materiais de campanha, a *hashtag* “#marketeirosdojair” e um vídeo que solicita aos apoiadores o envio de suas próprias mensagens de oito segundos para publicação (Imagem 35).

Imagem 35 – Captura de telas de vídeos de campanha #Marketeiros do Jair



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018h.

Imagem 36 – Captura de tela de vídeo “DesafioDos8Segundos”: O Brasil está com Bolsonaro



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018n.

Imagem 37 – Captura de tela de vídeo “DesafioDos8Segundos”: O Brasil está com Bolsonaro



Refletindo sobre os papéis actanciais exercidos por essa estrutura, podemos inferir que a protagonização da emissora de TV no mercado nacional de comunicação faz dela uma destinadora nos processos eleitorais. A ela estão subordinados os políticos que desejam referências jornalísticas positivas nos noticiários e principalmente participação nos debates aos cargos executivos majoritários, o de Presidente em especial. O debate presidencial e, principalmente, o debate promovido pela Rede Globo é o lugar por excelência para o político que, segundo Landowski (1992, p. 88) visa “fazer-se ver e captar o olhar de um observador potencial” por meio de mecanismos que o evidencie frente aos demais, utilizando para isso procedimentos de “iluminação” que permitem que o candidato seja visto e de “captação”, que garantem ser visto pelo destinatário/eleitor.

Como um exemplo ilustrativo, utilizamos o debate promovido pela Rede Globo às vésperas do primeiro turno da eleição presidencial de 2018 (Imagem 38).

Imagem 38 – Captura de tela de vídeo do debate no estúdio da Globo em 04/10/2018



Fonte: PENSAR JUNTOS, 2018.

Ele foi montado figurativamente como um grande show, com uma plateia que funcionava como claque e aplaudia quando solicitada, uma abertura com vinheta animada eletronicamente, uma trilha sonora com um tema especial para o evento e cenários futuristas tendo ao centro o púlpito de onde os candidatos respondiam as questões, de forma que, ao enquadrá-los, a câmera mantinha a logomarca do programa ao fundo. Essa logomarca também foi colocada topológica em uma posição que remete a um sentido de poder, já que estava emoldurada pela presença adjuvante dos candidatos, divididos em dois grupos e colocados à frente de um sistema de iluminação com facho azulado.



O apresentador, por sua vez, foi colocado em destaque diante dos candidatos, como um maestro alocado em um púlpito que lhe conferia a posição de um observador/julgador, evidenciando o papel actancial de destinador de todos, tendo ao lado, um recipiente personalizado com a logomarca do evento, guardando um segredo, as perguntas que seriam sorteadas e respondidas pelos candidatos. As regras, inclusive a presença, movimentação em cena e os tempos de fala dos candidatos foram definidos pela emissora, negociados previamente com os representantes dos candidatos e informadas ao público pelo apresentador William Bonner na abertura.

Assim, o candidato que comparece ao debate tem um duplo papel actancial: pretende ser o destinador do eleitor e ao mesmo tempo é o destinatário da emissora, na medida em que se sujeita às suas regras e ao apresentador para participar do evento.

Sob o ponto de vista do eleitor, por outro lado, essa encenação cria um efeito de programação<sup>61</sup> já que ele espera a presença dos principais candidatos, que estes se comportem segundo a coreografia delineada pela emissora para esse tipo de evento e que, seguindo essas regras, ofereçam respostas que orientem mudanças ou reforcem os contratos de veridicção<sup>62</sup> já estabelecidos com seus candidatos<sup>63</sup>. Essa programação, entretanto, tende a relativizar a importância dos debates no processo de sedução do eleitor.

Contrariando essa cultura política e midiática, Bolsonaro se lançou como um destinador “independente”, candidato que não está ligado a acordos políticos, conglomerados de comunicação ou à produção midiática controlada por marketeiros profissionais. Enquanto os políticos tradicionais desgastavam suas imagens fazendo acordos para conseguir preciosos minutos na TV aberta em troca de benefícios, Bolsonaro, estrategicamente, direcionou a sua comunicação para as redes sociais,

---

<sup>61</sup> Programação: a partir da teoria de Landowski (2014), refere-se a atividades que seguem com regularidade. “A programação preside, em primeiro lugar, as atividades de tipo tecnológico que concernem as nossas relações com as coisas. Mas ela pode também subjazer a um modo de organização social e política do tipo tecnocrático, no que tange às relações entre as pessoas” (LANDOWSKI, 2014, p. 32).

<sup>62</sup> Contrato de veridicção: em uma visão muito reducionista do conceito de Greimas, seria “a construção de um discurso cuja função não é o dizer-verdadeiro, mas o parecer-verdadeiro. [...] visa a adesão da parte do destinatário a quem se dirige e por quem procura ser lido como verdadeiro”. (GREIMAS, 2014, p. 117).

<sup>63</sup> Segundo o Portal Terra, nas eleições presidenciais de 2018, pesquisa do Datafolha revelou que 23% dos eleitores poderiam mudar seu voto, mas apenas 6% afirmaram categoricamente que poderiam mudá-lo em função do debate presidencial (BENÍCIO, 2018).



que demonstraram ser um meio eficiente para atingir e mobilizar pessoas. Segundo o IBGE, em 2017, a internet estava presente em 74,9% dos domicílios brasileiros e o celular foi o dispositivo utilizado por 98,7% das pessoas para acessá-la. Entre os usuários da rede, 95,5% utilizaram algum tipo de aplicativo (exceto e-mail) para enviar ou receber textos, voz ou imagens (IBGE, 2018).

Assim, enquanto os candidatos negociavam coligações e aguardavam o período determinado pela legislação para iniciarem suas campanhas nos meios de comunicação, ele já dominava o uso político das redes há cerca de três anos. Essa estratégia o levou a tornar-se um candidato independente em relação aos meios tradicionais de comunicação, incluindo a TV, e portanto, diminuiu a importância que os meios tradicionais poderiam agregar à sua campanha.

Consoante essa estratégia, sua campanha foi baseada na produção de vídeos, *lives*, atuação pessoal e o aproveitamento de oportunidades de mostrar a sua proximidade com o eleitor, sua independência e a capacidade de provocar uma manipulação a partir do contágio sensível que as redes oferecem.

O atentado, ao qual nos referimos no Capítulo 3 deste trabalho, se por um lado impediu que o candidato prosseguisse com sua agenda original, por outro lhe deu maior visibilidade na mídia, transformando sua ausência nos eventos de campanha em uma presença midiática na medida em que o assunto foi coberto exaustivamente pelos meios de comunicação. Ao se recuperar parcialmente, transferiu a sede da campanha para sua residência e de lá tinha o controle total da sua imagem assumindo completamente o seu papel de destinador nesse processo.

O ponto alto da sua demonstração como um destinador político independente, veio da sua ausência ao debate promovido pela Rede Globo. Bolsonaro já havia participado de dois debates no início da campanha e neles teve dificuldade de manter o seu papel actancial de destinador e divulgar aspectos recorrentes de sua campanha em função das perguntas dos seus oponentes e pelas regras impostas pelas emissoras. Com a Rede Globo, já contava com uma experiência de confronto anterior em uma entrevista.

O debate na Rede Globo estava marcado para 04/10/2018, portanto, às vésperas do primeiro turno das eleições, e o candidato manteve segredo em torno do seu comparecimento, com afirmações contraditórias que deixavam expectativas em torno de sua participação. Fez uso do atentado como objetivação, manipulando a imprensa de forma que noticiassem, analisassem e estudassem implicações,

alimentando um noticiário com informações para gerar uma expectativa crescente em torno do seu nome e provocar contágio estésico e polarização em torno do seu nome.

Da mesma forma, ao ser desafiado pelos oponentes, Bolsonaro manteve-se em evidência e no controle daquele segredo, alimentando o suspense em torno de sua participação, reiterando argumentos médicos, mas contraditoriamente, mostrando alguma disposição de comparecer.

Na abertura do debate, o âncora William Bonner faz as apresentações e informa que Bolsonaro foi convidado, mas não compareceria e que o debate prosseguiria com os demais candidatos. No momento em que o apresentador fazia este anúncio, entrava no ar uma longa entrevista concedida por Bolsonaro à Rede Record na sala de sua residência. Nela, repassa todos os aspectos do atentado que sofreu, desacredita as autoridades que investigam o caso e, sobretudo, faz um longo depoimento com os principais temas de sua campanha, entrecortado por duas aparições de um enfermeiro negro que indicava os momentos de pausa para descanso, objetivando sua convalescência, criando no eleitor um efeito sensível de compaixão e admiração pelo seu esforço e adicionalmente objetivando a ausência de preconceito.

O clima é de uma conversa informal, com o jornalista fazendo perguntas especialmente formuladas para levantar as questões-chave da campanha, enquanto concomitantemente no debate na Globo, os candidatos obedecem a regras, discutem mutuamente, fazem alianças improváveis e criticam a ausência de Bolsonaro, que assim torna-se presente, mesmo estando ausente.

Dessa forma, o seu relacionamento displicente e até grosseiro com a principal emissora de TV, a sua aparição em uma concorrente identificada com o segmento evangélico, que apoiava majoritariamente a sua candidatura e o uso eficiente da internet, ofereceram a oportunidade para Bolsonaro objetivar o seu papel actancial de um destinador independente e diferente em relação à política e à mídia tradicional.

#### **4.6 A verdade da moral conservadora**

Em diversos vídeos da campanha de Bolsonaro, a família tradicional é enaltecida e intimamente ligada à ideia de Nação enquanto formadora da sociedade, como veremos nos vídeos a seguir.

#### 4.6.1 O tema do aborto

Bolsonaro deixa evidente sua posição contrária ao aborto, ao assinar um documento, a pedido de entidade católica, comprometendo-se a combater toda lei a favor do aborto (Imagem 39) ou adotando em vídeos uma postura legalista, em que o aborto só é permitido em casos previstos por lei.

Imagem 39 – Assinatura de documento contra o aborto



Fonte: VOTOCATOLICOBASIL, 2018.

Figurativamente, evidencia essa atitude contra o aborto na sua campanha, de forma indireta, por meio da exibição de vídeo em que o nascimento de uma criança remete ao sentido do despertar de um novo momento para o país e por extensão, considerando o Brasil como o destinador de todos os brasileiros, a um sentido de patriotismo de quem gera mais um filho para a nação.

#### 4.6.2 A figurativização da família

Da mesma forma, em vídeo, figurativiza a família com uma mulher grávida e um bebê (Imagem 40) evidenciando que a formação familiar ideal inclui a vinda de filhos. Menciona esse fato ainda, quando dá seu testemunho familiar, afirmando que a vinda da sua filha era importante para consolidar o casamento.

Imagem 40 – *Print* de tela de vídeo com figurativização de família



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018i.

Bolsonaro também trata a questão do aborto de forma reativa, ao se defender de insinuações de que estaria assumindo uma postura mais liberal em relação ao tema, da mesma forma que aborda outras questões ligadas à moral, como veremos mais adiante, quando se tratar de diversidade sexual.

O avanço de políticas de respeito à diversidade sexual a partir da Constituição de 1988, tornaram ilegais todas as formas de discriminação de pessoas em função de sua opção sexual. Embora aspectos dessa legislação ainda estejam em trâmite no STF, existe um entendimento legal por parte do Ministério Público, expresso sob a forma de uma cartilha, que define direitos iguais para todos, independente de raça, credo ou orientação sexual (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2017).

São duas orientações conflitantes – a legal e a do preconceito – porém, ele surge de uma forma velada, já que sua manifestação direta implica em problemas legais. Evita criticar, mas figurativiza a família tradicional na união entre homem e mulher.

Procurando objetivar o seu discurso, apresenta a própria família e faz comentários sobre a distinção entre a educação dos seus filhos homens, afirmando que foi mais fácil educá-los do que uma menina, revelando um sentido conservador em que aos homens tudo é permitido e as mulheres devem ter uma educação e controle mais rígidos, que evitem desvios morais. Para dar o seu testemunho, dentro da estratégia de objetivar os seus discursos, Bolsonaro comenta aspectos da vida da sua filha e ao fato de ter revertido uma vasectomia para que sua mulher viesse a ter um filho dele e repete o antigo clichê que uma criança é necessária para consolidar um casamento e, por consequência, completar o elo faltante para

formação de uma família (Imagem 41). Bolsonaro imprime um tom de confiança, em uma debreagem enunciativa que traz o eleitor para perto de si, compartilhando com ele um fato que poderia ser um sinal de fraqueza e identidade, mas ao mesmo tempo tão comum (mães solteiras são comuns na maioria das famílias), ao falar que a esposa era mãe solteira, objetivando o discurso do perigo que ronda as mulheres com o exemplo de vida da esposa. O candidato carrega nas expressões histriônicas de forma a produzir um conteúdo estésico que leve a um fazer-crer nos seus sentimentos e valores familiares e afetivos, que em alguns momentos conflita com um sorriso irônico que teima em se manter presente, um sorriso “joker” como preconizado por Landowski (2002, p. 206). A produção acentua a estesia em que a câmera explora e o desempenho teatral do protagonista-destinador, em uma actorialização marcada por silêncios, falas truncadas, rosto em super *close* e uma iluminação que evidencia supostas emoções até chegar às lágrimas, em uma performance novelizada inédita em uma comunicação política, já que os políticos tradicionais procuram esconder suas emoções e fragilidades.

Se por um lado Bolsonaro procura provocar estesia pela emoção que transmite, por outro, conduz o destinatário-eleitor fazendo com que esteja implícito um processo de confiança mútua, que “vincula os seus protagonistas [...] a um contrato fiduciário” (GREIMAS, 2014, p. 124) em que alguém merecedor da confiança estreita o seu relacionamento e obtém a sua adesão a partir do compartilhamento de algo que é pessoal, íntimo e secreto (Imagem 41).



Fonte: BOLSONARO, 2018.

Ao atribuir um caráter cívico à família tradicional, o apoio aos movimentos LGBTQ passa a ter o significado de ser contra a pátria, na medida em que alternativas de união afetiva fora da estrutura tradicional levariam as famílias e a sociedade à dissolução. Na sequência, apoiar minorias e movimentos ligados à sexualidade seria uma opção política pela vida em pecado, utilizada pelos partidos de esquerda que desejam eliminar a família para dominar e implantar os seus ideais comunistas.

#### **4.6.3 A temática disfórica da diversidade**

Ao enaltecer a família, Bolsonaro utilizou um discurso eufórico, ressaltando laços e afetividades, mas paralelamente, construiu a ideia disfórica de uma ameaça à estrutura familiar, a expectativa do acontecimento de um acidente em relação à educação infantil. Adotou como uma das bandeiras morais da campanha, o combate ao que definiu como o “kit gay”, uma interpretação redutiva e descontextualizada de um projeto de treinamento para professores do ensino básico, criado em 2011, chamado “Escola sem Homofobia” e que não chegou a ser implantado por “pressão das bancadas evangélicas no Congresso”, segundo o jornal eletrônico *El País* de 19/10/2018 (BARRAGÁN, 2018).

Segundo Bolsonaro, o projeto e o “kit gay” expunham crianças de seis anos de idade a uma sexualização precoce, estimulava o homossexualismo e homologava a pedofilia nas escolas comprometendo a preservação da inocência das crianças. Para dar um caráter de verdade à sua denúncia, exhibe o livro de educação

sexual “Aparelho Sexual e Cia.”, de Hélène Bruller e Philippe Chapuis, e trechos descontextualizados de uma palestra de André Lázaro, ex-secretário de alfabetização do MEC durante a gestão de Haddad no Ministério da Educação, em que comenta detalhes da encenação de um “beijo lésbico” na produção de um filme que seria exibido nas escolas.

A denúncia ao “kit gay” remonta o ano de 2011, mas pelo conteúdo polêmico, continuou a ter forte repercussão nas redes sociais durante a campanha eleitoral, (Imagem 42), com gráfico relativo ao período de 22/09/2018 a 21/10/2018, produzido pelo DAPP-FGV.

Imagem 42 – Repercussão do “kit gay” nas redes sociais no período eleitoral



Fonte: FGV, 2018.

O discurso do “kit gay” despertou reações porque atua diretamente sobre os valores morais, objeto de valor de grande parte da sociedade, relacionado ao sentimento de preservação dos filhos e por envolver um local onde os pais esperam que suas crianças estejam protegidas, mesmo longe da vigilância familiar.

A denúncia, ainda que não comprovada, gerou um estado de estesia permanente, marcado pela insegurança, ansiedade, indignação e impotência diante do suposto fato, mantendo o candidato em evidência durante o período eleitoral e levando seu protagonista – Fernando Haddad – a ser visto como antissujeito da família, da sociedade e da nação, ainda que não se tenha comprovado a veracidade das acusações.

Por falta de comprovação, os vídeos foram retirados por ordem da Justiça, entretanto, até que isso acontecesse, o discurso conservador de Bolsonaro a

respeito do assunto já havia cumprido o seu papel modalizador junto aos eleitores, tornando inócua a medida do TSE e abrindo caminho para o desenvolvimento de outras políticas educacionais de cunho conservador como a eliminação de questões relacionadas a gênero e política nas escolas por meio do projeto “Escola sem Partido”, ora em discussão sobre a sua constitucionalidade.

#### 4.6.4 A verdade da ética

As denúncias, acusações, processos e delações premiadas por corrupção tiveram uma cobertura midiática contínua e se intensificaram com as inúmeras fases da Operação Lava Jato, envolvendo partidos e políticos de todos os matizes (Imagem 43).

Imagem 43 – *Print de tela com reportagem sobre impugnações por corrupção*



Fonte: O GLOBO, 2018.

Até mesmo juízes da Suprema Corte tiveram sobre si a suspeição da corrupção, como na matéria publicada na edição de 15 de Dezembro de 2017 da revista IstoÉ sobre o Ministro do Supremo, Gilmar Mendes, com o título “A suspeita transação de Gilmar Mendes”. Nela, a imagem principal, em preto e branco, foi produzida com uma vinheta emoldurando o rosto do Juiz, que aparece com um semblante circunspecto, a mão direita sobre o queixo, olhar encarando diretamente o leitor em atitude de desafio (Imagem 44). Sobre a imagem principal, separado pela logomarca da revista, manchetes de duas notícias: uma de cunho policial e outra, relacionada à corrupção com o título “Lula defende roubalheira”.

Imagem 44 – Capa da Revista IstoÉ com matéria sobre Gilmar Mendes





Fonte: ISTO É, 2017, capa.

A capa seguinte, da mesma IstoÉ, datada de 05/10/2018, apresenta o candidato Fernando Haddad acusado de corrupção e outros crimes em 32 processos (Imagem 45).

Da mesma forma, o rosto do candidato é apresentado com uma expressão cansada, pensativa, envolto por uma vinheta negra, um semissimbolismo que remete ao luto e ao pesar. Sobre esta, a logomarca da revista em vermelho, com o título “Haddad, o candidato de 32 processos” e topologicamente sobre este, um longo subtítulo a respeito das acusações ao candidato e a pergunta dirigida ao leitor: “É isso mesmo que você quer?”.



Fonte: ISTO É, 2018, capa.

Exemplos como esses, de políticos sob suspeita, acusações endereçadas a um juiz da Suprema Corte e a Haddad, um político em campanha, demonstram que a corrupção teve o efeito de sentido de disforizar toda a classe política e de colocá-la em disjunção com o eleitor que se sentiu traído pelos seus representantes e pelos partidos políticos aos quais pertencem.

Este sentimento de traição e descontentamento criou na sociedade um novo objeto de valor na política, a honestidade. Para atender a este quesito, idealmente, o político não deveria ter passagem anterior pela política e assim, não ter sido contaminado pela corrupção ou, ao menos, que nunca tivesse sido processado por esse motivo.

Se Bolsonaro, atuando há cerca de 30 anos na política, não se enquadrava no primeiro item do perfil, também não possuía acusações de corrupção no seu currículo. Segundo afirmação do próprio candidato, o juiz Joaquim Barbosa, um dos grandes protagonistas jurídicos do Mensalão, depois de averiguações o sancionou como o único parlamentar que não havia recebido propinas para aprovação das agendas do PT naquele episódio. E com esse aval, em 2014, Bolsonaro se lançou candidato por um pequeno partido – o Partido Social Liberal (PSL) – e passou a modalizar o eleitor no sentido de identificá-lo como sendo o único candidato ético e honesto que o Brasil esperava e, em contrapartida, disforizando os outros candidatos, principalmente os do PT e sua base de apoio, remetendo-os a integrantes de uma política velha e corrupta.

Para modalizar a sua honestidade diante do eleitor, Bolsonaro adota estratégias discursivas baseadas na religiosidade, na denúncia, na culpabilidade, na desqualificação e na ameaça.

Em 25 de setembro de 2018 foi veiculado um vídeo nas redes, reafirmando um discurso religioso baseado na citação de trecho do evangelho de João relativo à verdade<sup>64</sup>, para sancionar sua honestidade ao afirmar que, como regra, o meio político está acostumado à mentira.

Utilizando uma debreagem enunciativa que remete a uma figuratividade de messianismo para si mesmo, afirmou: “Eu levantei uma bandeira” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018a). Prossegue, afirmando que levou a verdade a todos os lugares que visitou e por isso teve uma excelente acolhida e a “certeza da esperança” de mudanças de um Brasil que desejava colocar um governante honesto no poder. Reforça nesta frase uma figuratividade religiosa, o “messias” (que o candidato tem também no nome), aquele que leva a “Verdade”, ou seja, a palavra de Deus a todos os lugares por onde passou.

Percebe-se também nessa afirmação, uma indefinição semântica, na medida em que une dois termos contraditórios – certeza e esperança – criando um vazio de sentido que confere uma aura messiânica ao candidato, ao mesmo tempo em que o isenta do comprometimento com suas promessas. Finaliza mencionando a viagem que fez a Israel, local que enseja sentidos religiosos e sagrados associados a disputas geográficas, políticas e econômicas e ainda, isolamento e ameaça permanente pelo mundo árabe, apoiado pelo PT. Essa religiosidade perpassa outros momentos da comunicação, mas está presente de forma permanente na temática “Deus acima de todos”.

A questão da Verdade associada à ética aparece ainda no questionamento da lisura do processo eleitoral. Naquele momento surgem diversas formas de denúncia sobre tentativas de manipulação eleitoral a partir da distribuição de falsos materiais de campanha que teriam por finalidade enganar o eleitor na sua decisão de voto. Ainda que esta denúncia não tenha sido comprovada, criou um estado de alerta, desconfiança e ameaça que eclipsou as verdadeiras discussões sobre os planos de governo dos candidatos.

---

<sup>64</sup> João:32 - “E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”.

Da mesma forma, surge a denúncia sobre adulteração de urnas eletrônicas. A possibilidade de fraudes nos resultados a partir de sutis mudanças nos códigos de programação das urnas foi um assunto explorado por Bolsonaro há longo tempo, ainda enquanto deputado, tendo apresentado um projeto de lei em 2015 que propunha retroceder ao uso do voto de papel com contagem manual, supervisionada pelos partidos. O projeto foi aprovado pelo Legislativo, mas anulado pela Procuradora Geral da República, Raquel Dodge, por ser considerado inconstitucional e pelo TSE, por envolver maiores custos. Bolsonaro considerou a anulação uma conspiração entre a PGR e o TSE para possibilitar a fraude, mantendo o PT no poder.

Durante o período eleitoral, Bolsonaro voltou ao tema na *live* gravada no hospital logo após o atentado, repercutindo nas redes sociais<sup>65</sup> e gerando vídeos de apoio com depoimentos que visavam objetivar e conferir um caráter de verdade à denúncia, baseado em “‘formadores de opinião ou ‘experts’ que, devido à profissão que exercem ou aos títulos que aparentam possuir, podem parecer fontes confiáveis” (DEMURU, 2018, s.p.).

Essas denúncias e acusações, baseadas em temas polêmicos e sem comprovação, repercutiram não apenas nas redes sociais mas também na mídia tradicional, que serviu como caixa de ressonância para o tema, gerando envolvimento estésico e polarização em uma campanha paralela que obteve êxito em dar um sentido de coragem e determinação a Bolsonaro colocando-o em evidência diante do eleitor.

Imbricando com a estratégia da denúncia, os discursos de Bolsonaro foram pautados por denúncias e culpabilidade do PT e seus representantes pelos problemas que país enfrentava: corrupção, crise econômica, evasão de dinheiro para financiar obras no exterior, desemprego, tentativas de controle de mídia, avanço da criminalidade. Esse discurso reafirma e oferece razões objetivas para o desejo de mudança e vem somar à estratégia de desqualificação do outro, de forma que suas propostas e atitudes sejam consideradas antipatrióticas e danosas aos interesses da nação.

---

<sup>65</sup> Segundo o DAPP/FGV, “Fraude nas urnas” foi o tema que obteve maior menção sobre notícias falsas no período de 22 de setembro de 2018 a 21 de outubro de 2018, gerando 3.341.621 interações no Twitter e Facebook e 37.535.059 visualizações no YouTube (FGV, 2018).

Procura desqualificar o PT sob os aspectos ideológicos, políticos e jurídicos. No plano ideológico, acusa o partido de ser comunista, ter pretensões autoritárias e alinhado com ditaduras que se autossustentam como Cuba, Bolívia e principalmente a Venezuela. Para um eleitor de classe média e conservador, ser comunista tem o sentido de perda de liberdade, de riqueza e de patrimônio. Em seguida, utilizando falas de José Dirceu e Jacques Wagner, critica o PT por desejar dar um golpe para tomar o poder, instaurando uma ditadura perene, acabando com a operação Lava Jato, o poder Judiciário, libertando e trazendo de volta os políticos presos por corrupção, como Lula, José Dirceu e Palocci, apontando para um sentido de impunidade a quem cometeu os crimes que levaram o país à crise econômica e política. Continua objetivando uma manipulação por intimidação utilizando como exemplo uma Venezuela vivendo problemas políticos, econômicos e sociais. As críticas ao PT servirão como pano de fundo para desqualificar o seu candidato à Presidência.

Nos discursos de Bolsonaro, Haddad é acusado de ser desonesto, ter feito uma má administração em São Paulo, de ter 32 processos em andamento na Justiça (vide capa da revista Isto É mencionada anteriormente e utilizada em vídeo de campanha por Bolsonaro), de defender o desencarceramento de presos, o aborto e a liberação de drogas, portanto, além de estar ligado a uma velha política corrupta e amoral e que deseja adotar medidas que vão contra a família e a sociedade.

Da mesma forma, é associado simbioticamente a Lula, disforizado e figurativizado como “o bandido”, aquele que comandava os desmandos contra a nação. Haddad também é figurativizado disforicamente como o “cara de poste”, alguém impassível e dissimulado diante das acusações que recebia. Para dar dramaticidade visual às denúncias, os vídeos referentes ao PT são produzidos com imagens em preto-e-branco, em tons escuros e com uma moldura irregular e letreiros na cor vermelha evidenciando sua ligação com a esquerda, resultando em uma figuratividade pesada que remete à tristeza e à depressão. Outro aspecto relevante é o sentido de urgência apocalíptica presente nestes vídeos, afirmando que eleger Bolsonaro imediatamente é a única forma, e que não haverá outra oportunidade para resgatar a nação daqueles que a levaram a uma situação de crise e dissolução social reforçada manipulatoriamente pela exibição de vídeos mostrando cenas e depoimentos sobre os problemas enfrentados pela Venezuela, sob o governo de Maduro.

Essa dissolução é figurativizada na divisão que passou a existir entre as pessoas pela ideologia de classes provocada pela administração petista, em uma educação que não respeita a inocência das crianças, uma economia em crise e na falta de segurança dos cidadãos. E a segurança é um dos temas que causaram controvérsias e sustentaram a isotopia da verdade na campanha de Bolsonaro como veremos a seguir.

#### **4.6.5 A figuratividade da segurança**

A in-segurança pode ser uma das formas de manipulação eleitoral mais eficiente em um país que apresenta altos índices de criminalidade. Bolsonaro faz da insegurança um dos aspectos basilares de sua campanha adotando cinco estratégias discursivas para abordar o assunto.

Na primeira delas, procura criar um cenário alarmante de descontrole da segurança para fazer propostas que remetem a um sentido de eficiência, mas são vazias de conteúdo. Apresenta vídeos usando comparações entre os dados de violência no Brasil e na Síria conflagrada por uma guerra civil, que oferecem uma visão distorcida do problema, comparando sociedades, populações e contextos sociais completamente diferentes<sup>66</sup> e faz propostas vagas como “investir em segurança e preservar os direitos do cidadão, combater o crime com tecnologia e equipamentos para ter mais capacidade investigativa e operativa para as forças policiais” (PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018o).

A segunda delas é o discurso do confronto direto, que seduz os eleitores que desejam uma postura autoritária para eliminar o problema a partir da prisão ou eliminação física de quem representa ameaça à sua família ou ao seu patrimônio. Nesse caso, Bolsonaro é figurativizado como o herói destemido que vai aonde está o crime e faz a sua própria justiça, prendendo ou eliminando o autor e afugentando os demais.

A essa demonstração de força está ligado o desejo de proteção permanente pela intimidação contra ameaças alimentadas por preconceitos e diferenças sociais contra minorias, (i) migrantes, movimentos sociais, religiosos, políticos, sindicais,

---

<sup>66</sup> No vídeo do HGPE de 28/09/2018, produzido especificamente para tratar das propostas para segurança, compara dados de mortes por assassinato no Brasil entre 2001 e 2015 e na Síria, um país com 18,27 milhões de habitantes, entre 2011 e 2017 (Banco Mundial, <http://bit.ly/2tZ9TXR>).

ideológicos e qualquer pessoa ou atividade que afete negativamente o grupo ao qual o pretense herói está ligado.

A terceira é de cunho punitivo, de severidade no julgamento e estabelecimento de penas elevadas e sofrimento para que os criminosos fiquem um longo tempo longe da sociedade expiando os crimes que cometeram. O discurso de Bolsonaro manipula esse grupo por um misto de sedução e tentação, afirmando que em seu governo “lugar de bandido é na cadeia”, sem as “saiadinhas” ou progressões da pena previstas em lei.

Estende esse discurso para solução de casos em que estejam envolvidas questões ligadas à violência contra as mulheres, que propõe combater com um longo período de prisão para os autores, ou a castração química compulsória para estupradores que queiram redução nas respectivas penas. São discursos que ensejam arbitrariedades e apontam a longa retirada do convívio social como a única forma de aumentar a segurança da sociedade.

O quarto discurso é o da descriminalização da ação policial, dando liberdade jurídica para que os policiais possam agir de forma violenta no combate ao crime. É uma proposta que já demonstrou ter sérias consequências para a sociedade na medida em que estimulam o autoritarismo e formação de milícias.

O quinto e mais polêmico discurso, que vem imbricado com os demais, está relacionado ao armamento civil. Bolsonaro faz apologia ao armamento civil como forma de autodefesa. Para alimentar esse discurso, projeta cenários que provoquem estesia por meio da insegurança, encenando situações imaginárias de alguém que tem a casa invadida, precisa defender sua família e o seu patrimônio, enfrentando os invasores pelas armas ou, ainda, de pais que ficam preocupados com a falta de segurança para um filho que volta tarde para casa.

Figurativamente, utiliza o gesto de apontar os dedos (Imagens 46 e 47) como forma de demonstrar sua opção pelo armamento e autodefesa da sociedade e o faz de maneira lúdica, como em vídeo do horário político com coreografias envolvendo jovens apontando os dedos minimizando a responsabilidade que incide sobre o uso de uma arma.



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018j.

Imagem 47 – Coreografias apontando os dedos como armas



Fonte: PARTIDO SOCIAL LIBERAL, 2018j.

No plano eleitoral, utiliza a questão da segurança para disforizar o oponente, ora afirmando, a partir da descontextualização da fala do seu adversário, que o então candidato do PT pretendia colocar marginais fora das cadeias ou liberar o uso de drogas, ora utilizando estrategicamente vídeos com discurso capaz de provocar contágio sensível, como o suposto depoimento de uma mulher que, voltando de uma manifestação, ficou presa sob tiroteio na Linha Amarela. Ela se mostra desesperada com duas filhas chorando e afirma que, enquanto as pessoas vêm com a “palhaçada de hashtag #eleNão”, os bandidos fazem tiroteios com fuzis e que livros não curam “vagabundos”, insinuando que as propostas do PT são inócuas. Em outro vídeo, afirma que o país está tomado pela violência, “perdendo a guerra para o tráfico” e sob o comando de facções como o PCC e FARC. As imagens relativas à violência vêm em preto e branco sob um filtro vermelho que as associa à esquerda. Finaliza, agora em tons de verde/amarelo, afirmando que a última oportunidade de salvar o Brasil está na eleição de Bolsonaro.

Assim, ao utilizar essas estratégias discursivas e carregar na figuratividade, Bolsonaro se transforma no xerife, juiz, e protetor da sociedade, a solução para o



problema da insegurança, facilitando a aceitação de contratos veridictórios baseados em soluções indefinidas ou em atitudes punitivas que supostamente resolveriam um problema social armando a sociedade para a autodefesa. Este tema foi mais um ponto controverso na campanha de Bolsonaro, acusado de estimular a violência por meio da proposta de facilidade de armamento das pessoas. O candidato negou tais acusações, assim como negou inúmeras outras que compunham uma estratégia discursiva para sustentar um discurso da verdade por meio da negação. Esse é o tema que trataremos a seguir.

#### **4.6.6 Negação e vitimização**

Nesta isotopia, o candidato utiliza a negação e a vitimização como estratégia discursiva para iterar e objetivar suas propostas de campanha. Nela, o seu discurso não é direto, mas utiliza a negação do contrário como forma de criar o efeito de verdade e adicionalmente, um sentido de injustiça que só pode ser reparado pela crença nas suas propostas. Os principais temas abordados sob essa estratégia foram a corrupção, homofobia, racismo e machismo, como veremos nos exemplos a seguir.

##### **4.6.6.1 A negação da corrupção**

Afirma que teria ocorrido um depósito bancário indevido por parte de um frigorífico para sua conta de campanha de 2014. Bolsonaro se defende alegando que o valor foi depositado à sua revelia e devolvido posteriormente.

Ele utiliza essa acusação como oportunidade para reafirmar sua condição de candidato não afetado pela corrupção e objetiva sua conduta por ter devolvido e denunciado o problema. Assim, comprova sua honestidade e se diferencia dos políticos tradicionais que, em seu discurso, são tradicionalmente corruptos.

##### **4.6.6.2 Negando a homofobia**

No caso da acusação de homofobia, argumenta que as pessoas são livres para terem sua opção sexual. Para demonstrar sua aceitação, utiliza o vídeo produzido em um evento e analisado em detalhes no item 3.3.2 deste trabalho, bem como depoimentos de pessoas – homossexuais e heterossexuais – que atestam a sua tolerância de Bolsonaro à diversidade sexual. O candidato, entretanto, utiliza a negação destas supostas afirmações para reafirmar suas posições conservadoras em favor da heterossexualidade matrimonial, crítica às uniões homoafetivas e se insurgir contra o que chamou de “*kit gay*”, alegando que estimularia a sexualidade precoce e o homossexualismo.

#### **4.6.6.3 Negando o Racismo**

Com relação ao racismo, figurativiza e objetiva sua tolerância ao abraçar e segurar nos braços um rapaz negro que dá um depoimento isentando Bolsonaro da acusação de racismo e ao se fazer acompanhar em sua última *live* antes das eleições, pelo candidato a deputado e subtenente Hélio, um homem negro que endossa suas posições sobre racismo, lembrando que nas Forças Armadas não existe esse tipo de preconceito. Nesta suposta aceitação, Bolsonaro tem a oportunidade de enaltecer seu passado militar, objeto de valor para um segmento conservador na sociedade.

#### **4.6.6.4 Machismo**

O machismo foi duramente combatido por diversos grupos femininos durante as eleições, gerando uma série de manifestações por parte de movimentos feministas rejeitando o candidato com a *hashtag* #EleNão.

E mais uma vez, a estratégia discursiva de Bolsonaro em relação a esse problema incluiu uma negação objetivada pelos testemunhos das duas ex-esposas e da esposa atual, de parlamentares e de outras mulheres.

Para solução de problemas ligados ao machismo, Bolsonaro respondeu com discursos que o colocavam em conjunção com as expectativas do grupo que o acusava, afirmando que deveriam receber em função da sua produtividade profissional e que a agressão às mulheres deveria ser combatida com repressão aos

agressores. Objetivou o *parecer-verdadeiro* desse discurso por meio da eleição de duas deputadas de seu partido: Joice Hasselmann e Janaína Pascoal.

Em todos esses casos, Bolsonaro utiliza uma estratégia discursiva baseada em assuntos que potencialmente causem contágio estésico, polarização e estejam em consonância com o pensamento dos grupos conservadores que o apoiam. Assim, a partir da negação, o candidato tem a oportunidade de iterar os aspectos fundamentais da sua campanha junto a esses apoiadores.

#### **4.7 O novo verdadeiro**

O novo e a verdade são isotopias que convergem no discurso do candidato. Nelas, a verdade é uma condição para ser novo e ser novo, uma condição para ser verdadeiro. Novamente utiliza um discurso de negação para a iteração desse discurso, em que o velho é negado enquanto representação da política tradicional para que evidencie o novo, representado pela sua candidatura.

Essa negação a tudo que existe encerra uma manipulação para *fazer-crer* que a única solução possível e urgente é a sua eleição por meio da iteração de seus principais temas de campanha: honestidade, ter Deus no coração e como o destinador da Pátria, independência, conservadorismo, liberalismo econômico, segurança.

Bolsonaro reforça assim, sua narrativa de que é a única opção para reconduzir a Nação ao seu destino de prosperidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, procuramos identificar os modos de produção do efeito de verdade no discurso de Bolsonaro, bem como as isotopias temáticas, figurativas e plásticas por meio das quais a verdade se manifestava e desdobrava para, estrategicamente, criar um *fazer-crer* em suas propostas de campanha.

A este propósito, observamos inicialmente que, no *corpus* analisado, os discursos apresentam características que indicam uma seleção de temas relacionados a objetos de valor comuns para segmentos mais conservadores da sociedade, como aqueles formados por evangélicos, católicos conservadores e setores de classe média descontentes com as administrações petistas, conforme relatamos na contextualização no item 3.1 do Capítulo 3 deste trabalho.

São segmentos com os quais Bolsonaro iniciou sua campanha ainda em 2014 e que, aparentemente, foram sendo preparados ao longo do tempo para estabelecerem contratos de veridicção com a sua candidatura. No período eleitoral que analisamos, identificamos um conjunto de estratégias precisas que criaram um efeito de verdade no seu discurso e que foram determinantes para a realização do seu esquema narrativo de base, conforme veremos a seguir.

Como primeira estratégia para obter o efeito de verdade, Bolsonaro apresenta um discurso em que a ideia de nação se une à isotopia de uma verdade bíblica e religiosa, como vimos nos itens 4.1 e 4.2 deste trabalho, e está expressa no tema “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Nela, a partir de uma debreagem enunciativa, Bolsonaro faz da Nação a destinadora de tudo e de todos e de união e organicidade do seu povo em torno de objetivos comuns ligados à pátria. Ela está ligada a uma verdade bíblica e religiosa, reiterada continuamente pelo candidato com a utilização de camuflagens subjetivantes, que o remetem à condição de portador de um poder derivado da vontade de Deus, o destinador maior de tudo, inclusive do próprio Bolsonaro. Adicionalmente, remete ao sentido de ser o fiador da Verdade, o Messias que irá conduzir a nação ao seu destino de grandiosidade.

Em uma segunda estratégia, Bolsonaro se apresenta como um destinador independente, o único e verdadeiro candidato que pode corresponder às expectativas do eleitor, ao adotar um discurso em que assume ser tudo que os outros políticos não são. No item 4.5 podemos identificar que a actorialização de

Bolsonaro objetiva esses discursos por meio do uso de embreagens ou debreagens enunciativas que oferecem camuflagens subjetivantes e remetem aos sentidos de autoritarismo e independência ao não admitir contestações, não depender de conglomerados comunicacionais nem do apoio ou presença de empresários, políticos, artistas ou celebridades. Um exemplo emblemático desta estratégia foi a sua ausência ao debate da Rede Globo e conceder entrevista à Rede Record no mesmo horário, às vésperas do primeiro turno das eleições, como vimos no item 4.5 desta dissertação.

A terceira estratégia é criar o efeito de verdade a partir da objetivação de todas as suas afirmações por meio da apresentação de testemunhos, depoimentos, provas verdadeiras ou duvidosas, diretamente ou de forma sutil, conferindo a elas uma aura de verdade incontestável. Vemos isso nos casos dos testemunhos analisados no item 3.5.2 e figurativizado em discursos como nos relacionados à homofobia, em que Bolsonaro se deixa abraçar e beijar por uma pessoa que afirma ser *gay*, visto no item 3.5.2.1, de racismo, no item 4.6.6.3 em que abraça um rapaz negro ou se faz acompanhar por militares ou de machismo, a partir de depoimentos das ex-esposas, analisados no item 3.5.2.2 e do fato de seu partido ter eleito as duas deputadas mais votadas. Ou ainda, de forma mais sutil, na figurativização da família tradicional e contra o aborto, visto no item 4.6.2, apresentando um casal heterossexual, que carrega um bebê no colo e a mulher está grávida. Entretanto, um dos temas que provocou maior contágio estésico durante a campanha, foi construído a partir da sua objetivação: trata-se do “Kit Gay”, analisado no item 3.3.2. Bolsonaro o figurativiza por meio do livro “Aparelho Sexual & Cia” e, ao manuseá-lo e exibi-lo, constrói um discurso de despertar a sexualidade precoce, estimular a homossexualidade e a pedofilia envolvendo crianças de seis anos de idade, a partir da distribuição daquele material nas escolas.

A quarta estratégia está relacionada a uma presença marcada pela simplicidade e espontaneidade de forma a construir o efeito de verdade a partir de discursos que envolvem a exibição de aspectos de sua vida privada, de forma que possam ser identificados com as de seus destinatários-eleitores, como vimos na isotopia da espontaneidade e simplicidade descrita no item 4.3. Para isso, Bolsonaro utiliza diversos discursos que passam pela exibição do corpo, da casa, de hábitos, como sair para comer pastel à noite, pela simplicidade como recepciona as pessoas.

Na quinta estratégia, o efeito de verdade emerge da negação por supostas acusações de preconceito e que geraram movimentações de grupos de oposição em torno de preconceitos como homofobia, racismo e machismo, vistas anteriormente sob o prisma da objetivação. Os vídeos relacionados a esse tema trazem além da objetivação, elementos que indicam uma atitude oposta do candidato em relação às acusações que recebia. Nessa estrutura, além da defesa, ocorre uma manipulação no sentido de mostrar um candidato injustiçado, enfrentando uma oposição desleal que inventa falsidades a seu respeito. Nestes casos, os vídeos trazem depoimentos e atitudes de pessoas, inclusive esposa e ex-esposas, que colocam Bolsonaro em conjunção com os grupos que objeto do seu preconceito. No mesmo período, entretanto, é veiculado um vídeo sobre a irrelevância destes temas frente a problemas mais graves como a segurança, analisado no item 3.5.1, em que uma mulher constrói um discurso de negação das manifestações #EleNão baseado em uma suposta autoverdade, afirmando estar presa em meio a um tiroteio na Linha Amarela e, enquanto isso, as pessoas participam das manifestações. Paralelamente, outros vídeos percorrem o caminho contrário, atribuindo a Bolsonaro valores pessoais opostos àqueles dos quais é acusado. Vistas no seu conjunto, esta sequência de vídeos envolvendo uma negação e vitimização diante de acusações sugere uma estratégia de manipulação que provoca o envolvimento da sociedade e até dos seus opositores em questões polêmicas como os preconceitos para, a partir destas, evidenciar o nome do candidato nas redes sobrepondo-o aos demais.

Completando essas considerações, gostaríamos de mencionar uma sexta estratégia, relacionada à produção do efeito de verdade pela iteração. Conforme tivemos oportunidade de mencionar no item 3.8, a campanha de Bolsonaro repete discursos em sintonia com o caráter conservador e religioso dos seus segmentos de apoio. Essas iterações não surgem de forma programada, direta, unidirecional. A análise do *corpus* revela a criação de mecanismos sutis para fazer com que elas apareçam sob formas diferentes, até contraditórias, mas que convergem, remetendo à repetição dos mesmos temas e aos mesmos sentidos ao longo da campanha.

Essas iterações podem vir diretamente, sob a forma de uma narrativa ao longo de uma entrevista ou *live* onde o candidato não sofre contestação, ou forçada e imposta, ao subverter a programação de um debate televisivo, ou ainda velada, apresentando-se por meio da vitimização para que, a partir da defesa, possa enunciar os mesmos discursos.

É uma estratégia em que os temas de campanha surgem e permanecem sob diferentes formas e assim, remetem ao sentido de serem novos, mesmo tendo sido repetidos inúmeras vezes. Por outro lado, como já mencionamos no item 3.8, a iteração cria um efeito de verdade ao que é dito, provoca um efeito sensível de urgência e sugere uma manipulação por intimidação, na medida em que não aderir tem o sentido de estar conspirando contra a pátria e a sociedade.

Finalizando essa reflexão, gostaríamos de assinalar que os discursos analisados nesta pesquisa são apenas parte de um processo eleitoral extremamente complexo, que apresenta inúmeras outras perspectivas e caminhos para serem pesquisados em estudos futuros.

Sugerimos inicialmente uma investigação sobre a sequência de vídeos produzidos para a campanha. Vistos por grupos temáticos e pelas datas em que entraram em veiculação, podemos formular a hipótese de que fazem parte de uma produção calculada para provocar um efeito estésico crescente até o momento da eleição.

Outro caminho a ser investigado é a relação entre os sentidos das mensagens da campanha oficial de Bolsonaro que analisamos nesta pesquisa e as mensagens de WhatsApp no mesmo período, já que aparentemente, a polarização gerada pela comunicação a partir daquele aplicativo foi decisiva para o resultado eleitoral.

## REFERÊNCIAS

BALDAN, Maria de Lourdes Ortiz Gandin. Veridicção: um problema de verdade. **Revista Alfa**, nº 32, São Paulo, 1988.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. Metade dos evangélicos vota em Bolsonaro, diz Datafolha. **Folha de S.Paulo**, 4 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2OpELsa>. Acesso em: 04 out. 2019.

BARRAGÁN, Almudena. Cinco ‘fake news’ que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro. **El País**. 19 out. 2018. [on-line] Disponível em: <http://bit.ly/2QaP8z3>. Acesso em: 19 mai. 2019.

BENÍCIO, Jeff. Só 23% poderiam mudar o voto após assistir a um debate na TV. **Terra**. 19 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2mGf4bw>. Acesso em: 27 set. 2019.

BOLSONARO, Flávio. **2º turno**: propaganda eleitoral de Jair Bolsonaro. 12 out. 2018. 5min. Disponível em: <http://bit.ly/359rxEG>. Acesso em: 05 ago. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Perfil Youtube** (/jbolsonaro). 2017. Disponível em: <http://bit.ly/3abZtEy>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Brasil acima de tudo, Deus acima de todos**. 2000 - 2019. Disponível em: <http://bit.ly/2ECHJmH>. Acesso em: 01 ago. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Bolsonaro em dia de folga na praia com a filha!!** 7 jul. 2018a. 1 min. Disponível em: <http://bit.ly/2Kyxlyz>. Acesso em: 25 jul. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Bolsonaro**: última *live* antes do segundo turno. 27 out. 2018b. 27 min. 13s. Disponível em: <http://bit.ly/2LRWiYH>. Acesso em: 01 ago. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Haddad, o criador do kit-gay**: Vamos mudar o rumo da educação. 01 out. 2018c. 4 min. 19s. Disponível em: <http://bit.ly/2p5qAhh>. Acesso em: 10 nov. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **PT quer soltar presos! Você concorda?** 12 out. 2018d. 9s. Disponível em: <http://bit.ly/31W6y7l>. Acesso em: 07 out. 2019.

BOLSONARO, Jair Messias. **Bolsonaro Recebe o JN e Faz Pão Com Leite Condensado**. 28 out. 2018e. 10 min. Disponível em: <http://bit.ly/2IUMpyQ>. Acesso em: 07 set. 2019.

BOLSONARO TV. **Bolsonaro é flagrado gastando verba pública em restaurante luxuoso**. 51s. 30 nov. 2017. Disponível em: <http://bit.ly/2kMXWQe>. Acesso em: 09 set. 2019.

BRUM, Eliane. Bolsonaro e a autoverdade. **El País**. 16 jul. 2018. [on-line] Disponível em: <http://bit.ly/2s5iVkp>. Acesso em: 20 nov. 2019.



BRAGA, Ruy. As jornadas de junho no Brasil: crônica de um mês inesquecível. **OSAL - Observatorio Social de América Latina**, Buenos Aires, 2013, n. 34, p. 51-61, 2013. Disponível em: <http://bit.ly/2IUL36R>. Acesso em: 09 set. 2019.

BRASIL. Presidência da República - Secretaria Especial dos Direitos Humanos – SEDH. **Plano nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT**. 2009. Disponível em: <http://bit.ly/37kCBB9>. Acesso em: 10 nov. 2019.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Pressão de bancadas faz governo cancelar kit sobre homossexualidade**. 2011. Disponível em: <http://bit.ly/33eNXnF>. Acesso em: 04 out. 2019.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução n. 23.551**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. Brasília, DF, 19 de dezembro de 2017.

CAESAR, Gabriela. Repasses de partidos a candidatos ultrapassam R\$ 1 bilhão; MDB, PR e PP são os que mais transferiram recursos. **G1**, 19 set. 2018. Disponível em: <https://glo.bo/2xp6ZKr>. Acesso em: 20 fev. 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, Márcia (Org.) **O trabalho de tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326., 2009. [on-line] Disponível em: <<http://www.patrick-charauveau.com/Identidade-social-e-identidade.html>>. Acesso em: 11/03/2019

COSTA, Maristela; SILVA Michel; SILVA, Simone; MARTYNIUK, Valdenise. **Simulacros do saber no ambiente digital de comunicação**. 2019. CPS/PUC, no prelo.

D'AGOSTINO, Rosanne. TSE aprova resolução com tempos de propaganda dos candidatos a presidente. **G1**, 28 ago. 2018. Disponível em: <https://glo.bo/2PNJwdy>. Acesso em: 20 fev. 2019.

DEMURU, Paolo; SEDDA, Franciscu. Da cosa si riconosce il populismo. Ipotesi Semiotiche. **Actes Semiotiques**, nº 121, 2018.

DEMURU, Paolo. **Brasile**: Il calcio, la storia, l'identità. Um esercizio di semiótica della cultura. Tese de doutorado – Instituto Superiore di Scienze Umane – Scuola Superiore di Studi Umanistici Dell'università di Bologna, 236f. 2011.

DEMURU, Paolo. Como a pós-verdade segundo Bolsonaro é produzida nas redes. **Jornal Eletrônico Nexo**. 16 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/30E6gSO>. Acesso em: 20 out. 2018.

DEMURU, Paolo. De Greimas a Eric Landowski. **Revista Galáxia** (on-line) Especial 2 – Algirdas J. Greimas – Centro de Pesquisas Sociosemióticas PUC/SP, dez. 2019a.

DEMURU, Paolo. A carne medial da política: corpo e reconhecimento na era do populismo digital. **Contracampo**, 2019b, no prelo.

DEMURU, Paolo. Simboli nazionali, regimi di interazioni e populismo mediatico: prospettive sociosemiotiche. **Estudos Semióticos**, v. 15, n. 1, p. 48-63, 19 ago. 2019c.

ECO, Umberto. Fakes, Identity and the Real Thing. **Revista Versus quaderno di studi semiotici**, nº 46, 1987, Bompiani, Bologna, Itália.

ECO, Umberto. **Semiótica e filosofia da linguagem**. São Paulo: Editora Ática, 1991.

FERNANDES, Carla Montuori. Da mídia impressa à audiovisual: o agendamento intermediário do escândalo da Petrobras no Jornal Nacional. **Revista Líbero**. vol. 18 nº 35 p. 111-122, jan/jun 2015.

FGV. Fundação Getúlio Vargas. **Fraude nas urnas e 'kit gay' têm mais impacto que outras notícias falsas**. 01 dez. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2YFCBGR>. Acesso em: 19 mai. 2019.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**. As categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Editora Ática, 2001.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

FIORIN, Jose Luiz. Operações enunciativas do discurso da extrema-direita. **Discurso & Sociedade**, v. 13, n. 3, p. 370-382, 2019.

FIORIN, José Luiz. Prefácio. In: LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

FOLHA DE S.PAULO. **PT dava mesada de R\$ 30 mil a parlamentares, diz Jefferson**. São Paulo, capa, 14 jun. 2005. Disponível em: <http://bit.ly/2KgYjN7>. Acesso em: 03 ago. 2019.

FOLHA DE S.PAULO. **Polícia reage com violência a protesto e SP vive noite de caos**. São Paulo, capa, 14 jun. 2013. Disponível em: <http://bit.ly/2WoY7Dh>. Acesso em: 25 ago. 2019.

FOLHA DE S.PAULO. **Atos de mulheres contra Bolsonaro reúnem milhares em mais de 30 cidades**. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/37rUG0o>. Acesso em: 21 nov. 2019.

G1. **Protestos contra Bolsonaro ocorrem em 26 estados e DF**; atos a favor, em 16. 2018a. Disponível em: <https://glo.bo/2OaKK3P>. Acesso em: 20 nov. 2019.

G1. **Pesquisa Ibope de 23 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e cor.** 2018b. Disponível em: <https://glo.bo/310IGjm>. Acesso em: 24 set. 2019.

GANDRA, Alana. Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil. **Agência Brasil – EBC.** 21 fev. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2Rd8BBx>. Acesso em: 01 dez. 2019.

GOMES, Wilson. Sobre a transformação da política na era da comunicação de massa. **Compós** – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Belém: 2014. [on-line] Disponível em: <http://bit.ly/2QtmM3G>. Acesso em: 28 dez. 2019.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica Estrutural.** São Paulo: Editora Cultrix, 1973.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido I** – Ensaaios semióticos. São Paulo, Editora Vozes, 1975.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da Imperfeição.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II** – Ensaaios semióticos. São Paulo: Edusp, 2014.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica.** São Paulo: Editora Cultrix, 1979.

GREIMAS Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica.** São Paulo: Editora Contexto, 2018.

IANNI, Octávio. O Príncipe Eletrônico. **Revista Perspectivas**, nº 22, 1999.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PIB recua 3,6% em 2016 e fecha ano em R\$ 6,3 trilhões.** 2017. Disponível em: <http://bit.ly/2UN1aPO>. Acesso em: 29 abr. 2019.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua TIC 2017:** Internet chega a três em cada quatro domicílios do país. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/36cYIOj>. Acesso em: 03 dez. 2019.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Contas Nacionais Trimestrais** – SCNT. Séries históricas. 2019. Disponível em: <http://bit.ly/35tb1QW>. Acesso em: 16 dez. 2019.

ISTO É. **A suspeita transação de Gilmar Mendes.** São Paulo, ed. 2505, 15 dez. 2017, capa. Disponível em: <http://bit.ly/2GOWJVh>. Acesso em: 26 out. 2018.

ISTO É. **Haddad, o candidato de 32 processos.** São Paulo, ed. 2546, 05 out. 2018, capa. Disponível em: <http://bit.ly/2T8ubpP>. Acesso em: 26 out. 2018.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida.** São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do Outro** - Ensaios de Sociossemiótica. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

LANDOWSKI, Eric. Para uma semiótica sensível. **Educação & realidade**, v. 30, n. 2, 2005.

LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

LANDOWSKI, Eric. **Pasiones sin nombre** - ensayos de sociosemiótica. Primera edición digital. Lima/Peru: Fondo Editorial, 2017.

LARUCCIA, Mauro Maia; MARTYNIUK, Valdenise Leziér; SILVA, Miriam Cristina Carlos. O discurso publicitário do Movimento Passe Livre (MPL) no Brasil. **Esferas**, 2015.

LIMA, Eliane Soares. A semiótica das paixões e a análise da dimensão passional dos enunciados. **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 25, n. 2, p. 841-871, 2017. Disponível em: <http://bit.ly/2rnu9Ay>. Acesso em: 20 nov. 2019.

MESSEMBERG, Débora. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Revista Sociedade e Estado**, Volume 32 – Setembro/Dezembro de 2017.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Rev. Lua Nova**, nº 55/56, 2002.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **O Ministério Público e a Igualdade de Direitos para LGBTI** – Conceitos e Legislação. Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, Ministério Público do Estado do Ceará. Brasília, 2017.

NASCIMENTO, Leonardo. *et. al.* “Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer”: 30 anos (1987-2017) de pautas políticas de Jair Bolsonaro nos jornais brasileiros. **Revista Plural**, USP-SP, Vol. 25.1, 2018, p. 135-171.

NOVA ESCOLA. **Vamos falar sobre ele?** Ed. 279, ano 30, fev. 2015, capa. O GLOBO. **Ministério Público impugna 749 candidaturas com base na ficha limpa**. 18 set. 2018. Disponível em: <https://glo.bo/2XxdzK0>. Acesso em: 05 ago. 2019.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **As semioses pictóricas**. CPS – PUC. Texto não datado nem paginado, contendo a referência: \* Esse texto foi fruto de pesquisa financiada pelo CNPq, nos anos 1992-1993, e foi publicada em versões parciais em *Cruzeiro Semiótico*, Porto, 1993, número temático sobre o referente, e em *Face*, Revista de Semiótica e Comunicação, vol.4, número 2, 1995, pp.104-145.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. O julgamento do mensalão e as redes sociais de interpretação. Pistas para uma hermenêutica da comunicação e cultura midiática compartilhada. **Compós** – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Salvador, 2013.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Website do partido**. s.d. Disponível em: <http://bit.ly/2Gnuurs>. Acesso em: 20 fev. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Jair Bolsonaro tem esperança no crescimento do Brasil**. 25 set. 2018a. 25 set. 2018a. 1 min. 19s. Disponível em: <http://bit.ly/2VRZwSi>. Acesso em: 16 mar. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Brasil acima de tudo, Deus acima de todos**. 2018b. Disponível em: <http://bit.ly/2ECHJmH>. Acesso em: 01 ago. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Para quem acha que Bolsonaro é homofóbico**. 14 set. 2018c. 1min. 18s. Disponível em: <http://bit.ly/33pddrr>. Acesso em: 09 out. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Ex-esposa de Jair Bolsonaro grava vídeo em apoio a sua candidatura**. 27 set. 2018d. 00 min. 27s. Disponível em: <http://bit.ly/2sbrWsA>. Acesso em: 09 out. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Mulher revoltada contra a criminalidade protesta: #PTNÃO**. 2 out. 2018e. 1 min. 57s. Disponível em: <http://bit.ly/36OVuvF>. Acesso em: 07 out. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Do hospital, Jair Bolsonaro manda mensagem aos brasileiros**. 17 set. 2018f. 17 min. 46s. Disponível em: <http://bit.ly/2OgEilo>. Acesso em: 04 out. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Jair Bolsonaro é contra a sexualização precoce nas escolas**. 18 out. 2018g. 1 min. Disponível em: <http://bit.ly/2ILpRsF>. Acesso em: 10 nov. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Obrigado, #MarketeirosDoJair!** 26 out. 2018h. 30s. Disponível em: <http://bit.ly/2NPCJRj>. Acesso em: 01 mar. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Clipe oficial da campanha de Jair Bolsonaro**. 28 ago. 2018i. 2 min. 15s. Disponível em: <http://bit.ly/2Glxy1V>. Acesso em: 05 ago. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Chegou a hora, Brasil!** 06 out. 2018j. 2 min. 53s. Disponível em: <http://bit.ly/2M6K6Vd>. Acesso em: 21 jan. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Quem consegue resolver todos os problemas sozinho?** 15 set. 2018k. 1min. 14s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8qS337BlwLc>. Acesso em 10 mar. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **O Brasil que Bolsonaro quer para o futuro**. 06 ago. 2018l. 1 min. 30s. Disponível em: <http://bit.ly/36KAvtQ>. Acesso em: 19 abr. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **O Brasil não pode perder a chance de se librar da ameaça petista**. 25 out. 2018m. 5 min. Disponível em: <http://bit.ly/35VSdcl>. Acesso em: 01 mar. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **#DesafioDos8Segundos**: o Brasil está com Bolsonaro. 06 out. 2018n. 37s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QceETvVCuwM>. Acesso em: 10 nov. 2019.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Propostas de Jair Bolsonaro para a segurança** – Programa Muda, Brasil (28/09). 29 set. 2018o. 3min. 2 s. Disponível em: <http://bit.ly/2RVtlfZ>. Acesso em: 10 nov. 2019.

PENSAR JUNTOS. **Debate Presidencial na Globo Completo 04/10/2018**. 06 out. 2018. 2h 31min 33s. Disponível em: <http://bit.ly/3aPMRTF>. Acesso em: 27 jan. 2020.

PODER 360. **Sobre**. 2016. Disponível em: [https://www.youtube.com/channel/UCFCiSRbCVwQ\\_BQaDQBYxN\\_A/about](https://www.youtube.com/channel/UCFCiSRbCVwQ_BQaDQBYxN_A/about). Acesso em: 19 abr. 2019.

PODER 360. **No hospital, Jair Bolsonaro (PSL) caminha com ajuda de andador**. 16 de set. de 2018. 1 min. 29s. Disponível em: <http://bit.ly/2GXFKeC>. Acesso em: 08 ago. 2019.

R7. **O ano em que o Brasil saiu às ruas**: 13 imagens da onda de protestos. 13 dez. 2013. Disponível em: <http://bit.ly/2Rxpwif>. Acesso em: 27 jan. 2020.

ROMANELLI, Geraldo. O significado da alimentação na família: uma visão antropológica. **Medicina** (Ribeirão Preto. Online), v. 39, n. 3, p. 333-339, 2006. Disponível em: <http://bit.ly/356hDnt>. Acesso em: 28 dez. 2019.

SILVA, Frederico Ferreira da. Líderes políticos e comportamento eleitoral: rumo a uma personalização da política?. **Análise Social**, n. 211, p. 469-482, 2014.

SILVA, Luiza Helena Oliveira. Por uma semiótica do vivido: entrevista com o sociossemioticista Eric Landowski. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 12, n. 1, p. 345-361, 2014.

SILVA, Luis Rogério Lopes. **Discurso de ódio no Facebook**: a construção da incivilidade e do desrespeito nas fan-pages dos deputados Jair Bolsonaro, Marco Feliciano e Rogério Peninha Mendonça. 2018. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

SILVA, Samara Mendes Araújo; NEGREIROS, Fauston. **Isso é comida de pobre!**: o comportamento alimentar como símbolo de distinção social nas cidades piauienses na contemporaneidade - s.d. [on-line] Disponível em: <http://bit.ly/2kzoTHd>. Acesso em: 05 set. 2019.

SOARES, Wellington. Conheça o "kit gay" vetado pelo governo federal em 2011. **Nova Escola**. 2015. Disponível em: <http://bit.ly/2p7cmwO>. Acesso em: 10 nov. 2019.

STHEPHANOWITZ, Helena. **Bolsonaro imprime 50 mil cópias de panfleto homofóbico para distribuir nas escolas e quer reembolso dos cofres públicos.** 2011. Disponível em: <http://bit.ly/2CVhMhQ>. Acesso em: 10 nov. 2019.

THAIS. **Bolsonaro e o Kit Gay nas escolas públicas.** 04 fev. 2016. 6 min. 27s. Disponível em: <http://bit.ly/2CApwFG>. Acesso em: 10 nov. 2019.

TATAGIBA, Luciana. 1984, 1992 e 2013. Sobre ciclos de protestos e democracia no Brasil. **Política & Sociedade**, v. 13, n. 28, p. 35-62, 2014.

TATAGIBA, Luciana. **As direitas nas ruas.** Um inventário inicial dos protestos no governo Dilma (2011-2016). 2016. Disponível em: <http://bit.ly/2EDyt2k>. Acesso em: 20 dez. 2019.

TRUTH. In: Oxford Dictionary. s.d. Disponível em: <https://www.lexico.com/en/definition/truth>. Acesso em: 25 jul. 2019.

TRUTH. In: Cambridge Dictionary. 2018. Disponível em: Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/truth>. Acesso em: 25 jul. 2019.

TSE. Eleições 2018: **Justiça Eleitoral conclui totalização dos votos do segundo turno.** Brasília, 30 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2UbYrjz>. Acesso em: 20 fev. 2019.

TUBELLA, Imma. Televisão e Internet na Construção da Identidade. In: CASTELLS, Manuel e CARDOSO, Gustavo (org). **A Sociedade em Rede – do Conhecimento à Ação Política.** Belém: Debates, 2005.

VOTOCATOLICOBRASIL. **Assinatura de documento contra o aborto.** Instagram. 16 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2WgNjGc>. Acesso em: 20 mai. 2019.

WAINBERG, Jacques Alkalai. Mensagens fakes, as emoções coletivas e as teorias conspiratórias. **Galáxia** (São Paulo), n. 39, p. 150-164, 2018.

## ANEXO I – ANÁLISES DO CORPUS

Dado ao grande volume de informações, preferimos fazer o *upload* de todo o material do *corpus* em pasta do Google Acadêmico. Os itens que compõem estes anexos são:

- 1.1 – Pre-análises de todos os itens do *corpus* com as respectivas URL's;
- 1.2 – Análise completa dos itens selecionados;
- 1.3 - URL's das *lives* consideradas na pesquisa;
- 1.4 – URL's das entrevistas consideradas na pesquisa;
- 1.5 – URLs dos debates considerados na pesquisa;
- 1.6 - Prints de tela de postagens no Facebook;
- 1.7 – Prints de tela de postagens no Twitter.

Os itens poderão ser acessados por meio do link <https://classroom.google.com/c/NjAxNTlwMDI3Njla>. A senha de acesso é 5qr4xwc. O material permanecerá disponível por tempo indefinido, caso algum pesquisador queira utilizá-lo