



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – PPGCS
DOUTORADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ISABELLY CRISTIANY CHAVES LIMA

**A INVENÇÃO DO MITO JAIR *MESSIAS* BOLSONARO E A CONSTRUÇÃO DA
CIDADANIA CRISTÃ-HETERONORMATIVA COMO RETÓRICA POLÍTICA**

Campina Grande
2021

ISABELLY CRISTIANY CHAVES LIMA

**A INVENÇÃO DO MITO JAIR *MESSIAS* BOLSONARO E A CONSTRUÇÃO DA
CIDADANIA CRISTÃ-HETERONORMATIVA COMO RETÓRICA POLÍTICA**

Produção de tese submetida ao Doutorado em Ciências Sociais, do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande (PPGCS-UFCG), na linha de pesquisa Cultura e Identidades, sob a orientação da professora Dr.^a Elizabeth Christina de Andrade Lima.

Campina Grande
2021

L732i Lima, Isabelly Cristiany Chaves.

A invenção do mito Jair *Messias* Bolsonaro e a construção da cidadania cristã-heteronormativa como retórica política / Isabelly Cristiany Chaves Lima. – Campina Grande, 2021.

251 f.: il. color.

Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2021.

"Orientação: Prof.^a Dr.^a Elizabeth Christina de Andrade Lima".
Referências.

1. Imagem Pública. 2. Ciberespaço. 3. Político Antipolítica. 4. Político Digital. 5. Cidadania Cristã-heteronormativa. 6. Bolsonaro, Jair Messias – 1955. I. Lima, Elizabeth Christina de Andrade. II. Título.

CDU 328(043)

ISABELLY CRISTIANY CHAVES LIMA

**A INVENÇÃO DO MITO JAIR *MESSIAS* BOLSONARO E A CONSTRUÇÃO
DA CIDADANIA CRISTÃ-HETERONORMATIVA COMO RETÓRICA
POLÍTICA**

Aprovada em ____/____/____

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande (PPGCS-UFCG), pertencente à linha de pesquisa Cultura e Identidades, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Ciências Sociais, sob a orientação da professora Dr.^a Elizabeth Christina de Andrade Lima.

BANCA EXAMINADORA

Dr.^a Elizabeth Christina de Andrade Lima (UFCG-PPGCS)
Orientadora

Dr.^a Esther Solano Gallego (Unifesp)
Examinadora Externa

Dr. José Adilson Filho (UEPB)
Examinador Externo

Dr. Roberto Vêras de Oliveira(PPGCS/UFCG)
Examinador Interno

Dr. Luis Henrique Hermínio Cunha (PPGCS/UFCG)
Examinador Interno



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
POS-GRADUACAO EM CIENCIAS SOCIAIS
Rua Aprígio Veloso, 882, - Bairro Universitário, Campina Grande/PB, CEP 58429-900

REGISTRO DE PRESENÇA E ASSINATURAS

ATA DA DEFESA PARA CONCESSÃO DO GRAU DE DOUTORA EM CIÊNCIAS SOCIAIS,
REALIZADA EM 26 DE FEVEREIRO DE 2021

CANDIDATA: **Isabelly Cristiany Chaves Lima**. COMISSÃO EXAMINADORA: Elizabeth Christina de Andrade Lima, Doutora, PPGCS/UFMG, Presidente da Comissão e Orientadora; Esther Solano Gallego, Doutora, UNIFESP, Examinadora Externa; José Adilson Filho, Doutor, UEPB, Examinador Externo; Roberto Vêras de Oliveira, PPGCS/UFMG, Examinador Interno; Luis Henrique Hermínio Cunha, Doutor, PPGCS/UFMG, Examinador Interno. TÍTULO DA TESE: *"A Invenção do Mito Jair Bolsonaro e a Construção da Cidadania Cristã-Heteronormativa como Retórica Política"*. ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Sociologia. HORA DE INÍCIO: 09h00 – LOCAL: **Sala Virtual (Google Meet), em virtude da suspensão de atividades na UFMG decorrente do corona vírus**. Em sessão pública, após exposição de cerca de 45 minutos, a candidata foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo demonstrado suficiência de conhecimento e capacidade de sistematização no tema de sua tese, obtendo conceito APROVADA. Face à aprovação, declara a presidente da Comissão achar-se a examinada legalmente habilitada a receber o Grau de Doutora em Ciências Sociais, cabendo a Universidade Federal de Campina Grande, como de direito, providenciar a expedição do Diploma, a que a mesma faz jus. Na forma regulamentar, foi lavrada a presente ata, que é assinada por mim, RINALDO RODRIGUES DA SILVA, e os membros da Comissão Examinadora. Campina Grande, 26 de Fevereiro de 2021.

Recomendações:

RINALDO RODRIGUES DA SILVA

Secretário

ELIZABETH CHRISTINA DE ANDRADE LIMA, Dra., PPGCS/UFMG

Presidente da Comissão e Orientadora

ESTHER SOLANO GALLEGU, Dra., UNIFESP

Examinadora Externa

JOSÉ ADILSON FILHO, Dr., UEPB

Examinador Externo

ROBERTO VÉRAS DE OLIVEIRA, Dr., PPGCS/UFCG

Examinador Interno

LUIS HENRIQUE HERMÍNIO CUNHA, Dr., PPGCS/UFCG

Examinador Interno

ISABELLY CRISTIANY CHAVES LIMA

Candidata

2 - APROVAÇÃO

2.1. Segue a presente Ata de Defesa de Tese de Doutorado da candidata **ISABELLY CRISTIANY CHAVES LIMA**, assinada eletronicamente pela Comissão Examinadora acima identificada.

2.2. No caso de examinadores externos que não possuam credenciamento de usuário externo ativo no SEI, para igual assinatura eletrônica, os examinadores internos signatários certificam que os examinadores externos acima identificados participaram da defesa da tese e tomaram conhecimento do teor deste documento.



Documento assinado eletronicamente por **Esther Solano Gallego, Usuário Externo**, em 26/02/2021, às 12:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **Roberto Veras de Oliveira, Usuário Externo**, em 26/02/2021, às 12:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **RINALDO RODRIGUES DA SILVA, SECRETARIO**, em 01/03/2021, às 09:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **LUIS HENRIQUE HERMINIO CUNHA, PROFESSOR 3 GRAU**, em 01/03/2021, às 15:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **Isabelly Cristiany Chaves Lima, Usuário Externo**, em 01/03/2021, às 16:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **ELIZABETH CHRISTINA DE ANDRADE LIMA, PROFESSOR(A) DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/03/2021, às 10:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Adilson Filho, Usuário Externo**, em 05/03/2021, às 18:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.ufcg.edu.br/autenticidade>, informando o código verificador **1287041** e o código CRC **7959BAA6**.



Referência: Processo nº 23096.002471/2021-79

SEI nº 1287041

AGRADECIMENTOS

Como fazer um agradecimento se uma polifonia de fatos, de eventos, de pessoas me atravessa, solicitando a sua presença em minha escrita? Os agradecimentos só podem ser no plural, na multiplicidade que me mediou e contribuiu para aquilo que sou, onde estou e aonde ainda poderei ir. Agradeço a Deus. Ao Universo. À Vida. Ao meu pai Paulo, que acordava antes do sol nascer (ainda acorda, pois não perdeu o hábito), circulava pelas ruas da cidade de Campina Grande para trazer o alimento diário. À minha mãe Rosilene (carinhosamente, Leninha), que viu algo diferente em mim, ensinou-me o gosto pelo estudo e pela leitura, da forma de que ela dispunha: através dos versículos bíblicos recitados, quando eu ainda era tão pequena. Aos meus irmãos Leonardo e Andressa. À abertura da Universidade Pública, que viabilizou o direito à Educação à classe trabalhadora (fui a primeira, de 27 netas(os) de Aniceto, a frequentar a Universidade Pública). À Literatura, que me ensinou a “*ser gouche* na vida”. Ao meu companheiro Mozart, de nome de compositor famoso, que me encanta pela sua dedicação à educação, estimula a nossa esperança de um mundo melhor e me presenteou com uma família de agregados maravilhosa: Dona Alice e seus filhos(as). À maternidade de minha filha Anne Alice, que tem me ensinado a sensibilidade, o acolhimento ao próximo, à compreensão (Anne assistiu a muitas aulas de doutoramento). À adoção de meu filho Cauã, que me fez aprender a resiliência e a certeza de que, na vida, é preciso coragem. Aos meus amigos de ontem e aos de hoje, em especial a aqueles que estiveram presente, de uma forma de outra, nesta tese: Jean, Thiago, Thais, Fabíola, Ana Carolina, Kênia, Claudinha, Andreia, Alécia, Ivandro... À minha querida orientadora Elizabeth (a amada Bebete), que navegou comigo nessa pesquisa tão fatigante e me acalentou sempre que dizia um “nega”. Ao professor Luis, que faz parte desta tese muito mais do que ele imagina, seus questionamentos eram uma mistura de inquietamento com crescimento. Ao professor Roberto Vêras, que tive a oportunidade de conhecer em minha qualificação e, certamente, com seu jeito pontual e assertivo de se posicionar, contribuiu para esta produção. À professora Esther Solano, que é uma referência teórica e bibliográfica em minha produção, ajudando-me a pensar o movimento de Bolsonarização e a quem agradeço pelo aceite em participar dessa fase tão importante de minha vida acadêmica. Ao professor José Gabriel, tenho muita gratidão por seu olhar tão sensível na vida, lembro que entre nove cadeiras para pagar, durante um ano, trabalho para entregar e uma filha de dois anos nos corredores da UFCG, Gabriel veio me ajudar, mostrando sua empatia. Ao professor José Adilson que tem investigado esses tempos sombrios por quais estamos atravessando e aceitou o convite de contribuir nesta produção. À minha família, aos professores e aos amigos: gratidão!

O correr da vida embrulha tudo, a vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem.

(GUIMARÃES ROSA)

RESUMO

Kit gay, “mamadeira de piroca”, sexualização das criancinhas, ditadura marxista, mídia esquerdista, Lava Jato etc. Certamente, eu e você, leitor(a) brasileiro(a), já ouvimos alguns desses termos, reiterados no pleito para presidenciais, em 2018, cujo vitorioso foi Jair *Messias* Bolsonaro, o trigésimo oitavo Presidente da República Federativa do Brasil. Essas expressões se espalharam na *internet* como uma pandemia. Han (2018) atesta que nenhuma outra mídia é capaz desse contágio viral. A *internet* foi uma das grandes protagonistas da eleição de 2018. O *ciberespaço* remodelou o estatuto da imagem pública; realizou novas conexões com as comunicações de massa; facilitou o fortalecimento de comunidades simbólicas de pertencimento; inaugurou um modelo de eleitor, que nomeamos de e-leitor; propagou a novidade de um fenômeno de uso semiótico: o político antipolítico; contribuiu para divulgar o político digital; viabilizou a construção da retórica do “cidadão de bem” e, em consequência, da cidadania heteronormativa e cristã. Desse modo, podemos afirmar que 2018 foi disruptivo (MOURA; CORBELLINI, 2019). A modernidade da linguagem virtual, do *meme*, e a tradição dos temas Deus, Família e Brasil produziram uma simbiose profícua de relação abertas e cruzadas, em um jogo enunciativo de discursos já ditos, não ditos e possíveis de se dizerem, que disseram sobre a sociedade, sobre a política, sobre a cultura, sobre as comunicações midiáticas, sobre os espetáculos, sobre a ecologia das aparências, sobre o processo de Bolsonarização da esfera pública. Sendo assim, a tese tem como objetivo central refletir sobre a construção da imagem pública de Jair *Messias* Bolsonaro e essa reflexão se entrelaça com a invenção do personagem político e, por conseguinte, da construção da cidadania cristã-heteronormativa, como retórica política. Para tanto, como procedimento metodológico, observei as estratégias de visibilidade dos principais movimentos e atores sociais que ofereceram suporte logístico e ideológico ao então Deputado. Além disso, análises quantitativas e qualitativas foram realizadas. Constato, portanto, que a agenda da moralidade e dos costumes foi um palanque relevante de Bolsonaro, mediado por uma estética que buscou o riso, o ataque ao sistema, através do politicamente incorreto e dos discursos de ódio, escamoteados no preceito de liberdade de expressão. É fato que a compreensão de como pensamos a sociedade e a nós mesmos, leitor(a), de como as tradições são construídas, de como as crenças são instituídas é objeto das Ciências Sociais. Todavia, é uma atividade complexa cuja busca pretende entender a realidade, afastando-se das simplificações e do imediatismo. Portanto, apresento aqui uma possível leitura, de uma realidade complexa, cujas linhas se entrelaçam em um tear rico e dinâmico, de múltiplas entradas e variados olhares.

Palavras-chave: Imagem pública. Ciberespaço. Político antipolítico. Político Digital. Cidadania cristã-heteronormativa. Jair *Messias* Bolsonaro.

ABSTRACT

Kit gay, “mamadeira de piroca”, sexualization of children, marxist dictatorship, leftist media, Lava Jato etc. Certainly, you and I, a brazilian reader, have already heard some of these terms, repeated in the 2018 election, for presidential candidates, whose winner was Jair *Messias* Bolsonaro, the thirty-eighth President of the Federative Republic of Brasil. These contents spread on the internet as if it were a pandemic. Han (2018) attests that no other media is capable of this viral contagion. The internet was one of the major protagonists of the 2018 election. Cyberspace has reshaped the status of public image; made new connections with mass communications; facilitated the strengthening of symbolic communities of belonging; inaugurated a voter model: the e-leitor; propagated the novelty of a semiotic phenomenon: the anti-political politician; contributed to publicize the digital politician; it made possible the construction of the rhetoric of the “good citizen” and, consequently, of heteronormative and christian citizenship. So, I can say that 2018 was paradigmatic. The modernity of the virtual language and the meme, and the tradition of themes such as God, Family and Brazil produced a productive association of open and crossed relationships, in an enunciative game of discourses already said, unspoken and that can be said, who said about society, about politics, about culture, about media communications, about shows, about the ecology of appearances, about the Bolsonarização process of the public sphere. In this way, the thesis has as its central objective to reflect on the construction of the public image of Jair Messias Bolsonaro and this reflection is intertwined with the invention of the political character and, consequently, of the construction of heteronormative christian citizenship, as political rhetoric. For that, as a methodological procedure, I observed the visibility strategies of the main movements and social actors that offered logistical and ideological support to the then Deputy. In addition, quantitative and qualitative analyzes were performed. I note, therefore, that the agenda of morality and customs was Bolsonaro's platform, mediated by an aesthetic that sought laughter, attacking the system, through politically incorrect and hate speech, concealed in the precept of freedom of expression. It is a fact that the understanding of how we think about society and ourselves, reader (a), how traditions are built, how beliefs are instituted is the object of Social Sciences. However, it is a complex activity that seeks to understand reality, moving away from simplifications and immediacy. Therefore, I present here a possible reading, of a complex reality, whose lines intertwine in a rich and dynamic loom, with multiple entries and varied looks.

Keywords: Public image. Cyberspace. Anti-political politician. Digital Politician. christian-heteronormative citizenship. Jair *Messias* Bolsonaro.

RÉSUMÉ

Kit gay, “mamadeira de piroca”, sexualisation des enfants, dictature marxiste, médias de gauche Lava Jato etc. Certes, vous et moi, lecteur brésilien, avons déjà entendu certains de ces termes, répétés lors de l'élection de 2018, pour les candidats à la présidentielle, dont le vainqueur était Jair *Messias* Bolsonaro, le trente-huitième Président de la République Fédérative du Brésil. Ces contenus se sont répandus sur *internet* comme s'il s'agissait d'une pandémie. Han (2018) atteste qu'aucun autre média n'est capable de cette contagion virale. *Internet* a été l'un des principaux protagonistes de l'élection de 2018. Le cyberspace a remodelé le statut de l'image publique; établi de nouveaux liens avec les communications de masse; facilité le renforcement des communautés symboliques d'appartenance; inauguré un modèle d'électeur: le *e-leitor*; propagé la nouveauté d'un phénomène sémiotique: le politicien anti-politique; contribué à faire connaître le politicien numérique; elle a rendu possible la construction de la rhétorique du “bon citoyen” et, par conséquent, de la citoyenneté hétéronormative et chrétienne. Donc je peux dire que 2018 a été paradigmatique. La modernité du langage virtuel et du même, et la tradition de thèmes tels que Dieu, la famille et le Brésil ont produit une association productive de relations ouvertes et croisées, dans un jeu énonciatif de discours déjà dit, tacites et que l'on peut dire, qui a dit à propos de de la société, de la politique, de la culture, de la communication médiatique, des spectacles, de l'écologie des apparences, du processus de *Bolsonarização* de la sphère publique. De cette manière, la thèse a pour objectif central de réfléchir sur la construction de l'image publique de Jair *Messias* Bolsonaro et cette réflexion est intimement liée à l'invention du caractère politique et, par conséquent, de la construction de la citoyenneté chrétienne hétéronormative, comme rhétorique politique. Pour cela, comme démarche méthodologique, j'ai observé les stratégies de visibilité des principaux mouvements et acteurs sociaux qui offraient un soutien logistique et idéologique au député d'alors. De plus, des analyses quantitatives et qualitatives ont été effectuées. Je note, par conséquent, que l'agenda de la morale et des coutumes était la plate-forme de Bolsonaro, médiatisée par une esthétique qui cherchait le rire, attaquant le système, par des discours politiquement incorrects et haineux, dissimulés dans le précepte de la liberté d'expression. C'est un fait que la compréhension de la façon dont nous pensons à la société et à nous-mêmes, lecteur (a), comment les traditions se construisent, comment les croyances sont instituées est l'objet des sciences sociales. Cependant, c'est une activité complexe qui cherche à comprendre la réalité, en s'éloignant des simplifications et de l'immédiateté. Je présente donc ici une lecture possible, d'une réalité complexe, dont les lignes s'entremêlent dans un métier riche et dynamique, aux entrées multiples et aux regards variés.

Mots clés: Image publique. Le cyberspace. Politicien anti-politique. Politicien numérique. Citoyenneté chrétienne-hétéronormative. Jair *Messias* Bolsonaro.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – A influência do ciberespaço na construção da imagem pública.....	34
Ilustração 2 – Live da vitória: a Bíblia, a Constituição Federal de 1988, Churchill e Olavo de Carvalho.....	36
Ilustração 3 – Capa do livro “Mito ou Verdade”	51
Ilustração 4 – Gráficos de porcentagens de votos	53
Ilustração 5 – Conjunção da consciência imediata e quebra da linearidade: uma farinha diferente	63
Ilustração 6 – Bolsonaro e a paixão nacional brasileira, o futebol.....	110
Ilustração 7 – O político digital	115
Ilustração 8 – Testando a popularidade do online no “offline”	117
Ilustração 9 – O antídoto contra a mídia esquerdista	119
Ilustração 10 – "video ergo est"	121
Ilustração 11 – O político autêntico	123
Ilustração 12 – Discursos camaleões: ativistas pró-Bolsonaro.....	127
Ilustração 13 – A “simplicidade” do político populista digital	131
Ilustração 14 – Voyeurismo da vida privada.....	132
Ilustração 15 – Atentado à faca durante agenda de campanha	134
Ilustração 16 – O boletim médico online	135
Ilustração 17 – Bolsonaro “cola” em debate: a produção de memes	135
Ilustração 18 – Divergências em relação a temas ligados às ideologias clássicas .	141
Ilustração 19 – Divergências em relação aos novos temas	142
Ilustração 20 – MBL e a adesão à pauta moral	152
Ilustração 21 – Protagonismo, lazer e afetividade: as coreografias pró-Bolsonaro .	175
Ilustração 22 – Temas intrínsecos à imagem pública de Jair Bolsonaro	181
Ilustração 23 – Um governo sem ideologia?	183
Ilustração 24 – A cruzada do bem versus o mal.....	186
Ilustração 25 – Direitos Humanos, o esterco da vagabundagem	190
Ilustração 26 – Esquerda e direita em tensão	193
Ilustração 27 – A invenção do mito	198
Ilustração 28 – Uma voz solitária que “clama no deserto”	200
Ilustração 29 – A retórica Bolsonaro versus o sistema.....	201
Ilustração 30 – A formação de teorias da conspiração.....	203
Ilustração 31 – A retórica do inimigo a ser temido e, portanto, combatido e abatido	204
Ilustração 32 – A degradação moral promovida pelo PT.....	205
Ilustração 33 – “Vamos fuzilar a petralhada”	209
Ilustração 34 – A engrenagem da anticorrupção e da agenda moral no guarda chuva do antipetismo	212

LISTA DE SIGLAS

ABGLT – Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos.
BBB – Bancada da Bala, da Bíblia e do Boi.
CBF – Confederação Brasileira de Futebol.
CNI – Confederação Nacional da Indústria.
CQC – Custe o Que Custar.
CUT – Central Única dos Trabalhadores.
DOPS – Departamento de Ordem Política e Social.
FPE – Frente Parlamentar Evangélica.
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
INPE – Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais.
JN – Jornal Nacional.
JB – Jair Bolsonaro.
LIBRAS – Língua brasileira de sinais.
LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.
LGBTQIAP+ – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Trans, Queer, Intersexo, Assexuados, Agêneros, Pan, Polis etc.
MEC – Ministério da Educação.
MBL – Movimento Brasil Livre.
MDB – Movimento Democrático Brasileiro.
MG – Mariana Godoy.
MST – Movimento Sem Terra.
MTST – Movimento dos Trabalhadores Sem Teto.
ONG – Organização não Governamental.
OMS – Organização Mundial da Saúde.
PDC – Partido Democrata Cristão.
PC do B – Partido Comunista do Brasil.
PFL – Partido da Frente Liberal.
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro.
PNAD C – Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua.
PP – Partido Progressista Nacional.
PPB – Partido Progressista Brasileiro.
PPR – Partido Progressista Reformador.
PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro.
PSC – Partido Social Cristão.
PSL – Partido Social Liberal.
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira.
PSOL – Partido Socialismo e Liberdade.
PT – Partido dos Trabalhadores.
PTB – Partido Trabalhista Brasileiro.
STM – Superior Tribunal Militar.
TRE – Tribunal Regional Eleitoral.

TSE – Tribunal Superior Eleitoral.

URSAL – União das Repúblicas Socialistas da América Latina.

UTI – Unidade de Terapia Intensiva.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 A INVENÇÃO DO MITO E CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA DE JAIR BOLSONARO	34
2.1 EM BUSCA DO MITO: UMA BIOGRAFIA DE UM PRESIDENCIÁVEL EM CONSTRUÇÃO	38
2.2 UMA RADIOGRAFIA BRANCA, MASCULINA, ELITISTA, JUDAICO-CRISTÃ DO VOTO BOLSONARISTA	51
3 POR UMA CARTOGRAFIA DA IMAGEM	59
3.1 O “REI ESTÁ NU” OU SE ESCOLHE COMO ENXERGAR? IMAGEM MENTAL E PACTO DE LEITURA NA INTERPRETAÇÃO DO MITO BOLSONARO	65
3.2 ESTÉTICA DO ESPETÁCULO NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA	70
4 O ESTATUTO DA IMAGEM PÚBLICA NA COMUNICAÇÃO DE MASSA	82
4.1 AS NOVAS MÍDIAS DIGITAIS NA PROFUSÃO DE UM DEVIR-IMAGEM PÚBLICA	91
4.2 A CONTRIBUIÇÃO DO CIBERESPAÇO NA IMAGEM PÚBLICA DO POLÍTICO	99
4.3 BOLSONARO CONTA E AUMENTA UM CONTO (DA CAROCHINHA?): O POLÍTICO DIGITAL	106
5 COM QUANTOS CONSERVADORISMO SE FAZ O CONSERVADORISMO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO?	138
6 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA DE JAIR BOLSONARO: REFLEXÕES TEÓRICAS E EMPÍRICAS	173
6.1 AS CONJUNTURAS QUE IMPULSIONARAM A BOLSONARIZAÇÃO	177
6.2 EXPERIÊNCIAS ESTÉTICAS DA BOLSONARIZAÇÃO E A BANALIDADE DA VIOLÊNCIA	208
6.3 A CIDADANIA CRISTÃ-HETERONORMATIVA COMO PRODUTORA DE SENTIDOS E AFETOS	214
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS (ALGUMAS REFLEXÕES)	232
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	246

1 INTRODUÇÃO

Hoje, dia 18 de janeiro de 2021, enquanto tento finalizar o processo árduo da escrita desta tese sobre um mito inventado para ocupar a cadeira presidencial da República Federativa do Brasil, os dados oficiais do Ministério da Saúde registram a triste realidade de 209.847 mortes de brasileiras e brasileiros, de março de 2020 a meados de janeiro de 2021, causadas pelo novo coronavírus (*COVID-19*), uma doença infecciosa, com proporções pandêmicas.

Em contrapartida a este cenário doloroso de perdas irreparáveis, o Presidente da República do Brasil, chefe de Estado e de Governo, vai se desenhando como líder negacionista, primeiro da existência e depois letalidade do vírus, nomeando-o em mais de uma oportunidade como uma “gripezinha¹”, demonstrando, entre outras coisas, a sua falta de preparo em gerir o povo que representa, além de escassa empatia ao declarar que todo mundo morre, portanto, não tem responsabilidade sobre isso, uma vez que “Eu não sou coveiro, tá?²”; incentivador da anticiência e do obscurantismo, que desestimula o uso da máscara como medida de segurança, recomendada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), e da vacina como forma de imunização; convoca a população para enfrentar a *COVID-19* como homem, em suas palavras: “O vírus tá aí, vamos ter de enfrentá-lo, mas enfrentar como homem, pô, não como moleque³”.

Esse mesmo personagem, que se diz homem (protótipo da força, do poder, do falo, da autoridade), comanda, sobretudo pelas redes sociais digitais, o País com um crescimento cada vez mais assustador no desmatamento de nossas florestas. Segundo o Instituto de Pesquisas Espaciais (INPE), áreas com alerta de desmatamento na Amazônia Legal tiveram um aumento de 278% em julho de 2019⁴, enquanto os incêndios aumentaram 30% na Amazônia⁵, só no primeiro ano do

¹Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/11/26/bolsonaro-nega-que-tenha-chamado-o-virus-da-covid-19-de-gripezinha.htm>. Acesso em: 28 nov. 2020.

²Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/04/20/eu-nao-sou-coveiro-diz-bolsonaro-sobre-numero-de-mortes-por-covid-19.htm>. Acesso em: 28 nov. 2020.

³Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/03/29/bolsonaro-diz-que-e-preciso-enfrentar-virus-como-homem-e-nao-como-moleque.htm>. Acesso em: 28 nov. 2020.

⁴Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/08/07/area-com-alertas-de-desmatamento-na-amazonia-sobem-278percent-em-julho-comparado-ao-mesmo-mes-de-2018.ghtml>. Acesso em: 28 nov. 2020.

⁵Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2020/01/09/politica/1578582797_478364.html. Acesso em: 28 nov. 2020.

Governo de Bolsonaro, provocando uma crise diplomática pela inabilidade em administrar nossa floresta tropical.

De maio a setembro de 2020, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) registrou que 4,1 milhões de pessoas buscavam ocupação no mercado de trabalho, um aumento de 43%, e um montante de 14 milhões de brasileiros desempregados⁶, enquanto a concentração de renda aumentou. Em 2019, existiam 45 bilionários no País e, em 2020, saltou para 50 bilionários⁷. Somente alguns exemplos ilustrativos de um tecido social que se esgarça no desrespeito ao nosso bioma e riquezas naturais, nas desigualdades sociais.

Eis o retrato de um projeto de governo elitista, neoliberal, patriarcal, neoconservador, negacionista, anticiência, autoritário, cujo foco se centra no “cidadão de bem”, autointitulados de cristãos, conservadores e não “maricas”, alusão reiterada pelo Presidente à homoafetividade como se fosse um sinal de fraqueza. Entretanto, é importante frisar que Jair Bolsonaro não surgiu do dia para a noite, é necessário compreender esse percurso e, assim, refletir sobre esse fenômeno que tem muito a dizer sobre a formação do povo brasileiro. Portanto, inicia-se esta jornada.

Brasil. 30 de novembro de 2010. Câmara dos Deputados. Sessão Ordinária, pequeno expediente. O então Deputado Federal pelo Estado do Rio de Janeiro, Jair *Messias* Bolsonaro, do Partido Progressista (PP), vai à tribuna contestar a aprovação do material *Escola Sem Homofobia*, que estava sendo licitado para a distribuição no sistema educacional público do Brasil. É relevante salientar que, conforme Toitio (2016), o projeto de combate à homofobia tinha como norteador um conjunto de materiais educativos, avaliado e aprovado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), para profissionais da educação e alunas(os) do Ensino Médio, com o intuito de contribuir para a compreensão da sexualidade como uma construção histórica e cultural, além de buscar apontar e refletir sobre situações de agressões abertas e simbólicas contra LGBTQIAP+.

Qualificado por Jair Bolsonaro como *kit gay*, e reproduzido pela mídia brasileira com tal alcunha, o material foi rotulado, no pronunciamento do Deputado,

⁶Disponível em: <https://istoe.com.br/um-recorde-no-governo-bolsonaro-a-taxa-de-desemprego/>. Acesso em: 28 nov. 2020.

⁷Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/10/07/pandemia-fez-bilionarios-ficarem-ainda-mais-ricos-no-brasil-e-no-mundo.htm>. Acesso em: 28 nov. 2020.

como o “maior escândalo” de que já tomou conhecimento e “não tem nada a ver com corrupção”, acenando que se tratava de algo ainda mais inaceitável. Com um tom de alarme, Bolsonaro profere, na tribuna: “Atenção, pais de alunos de 7, 8, 9 e 10 anos, da rede pública! No ano que vem, seus filhos vão receber na escola um *kit* intitulado *Combate à Homofobia*” e, em tom aparentemente explicativo, emite a *fake news*: “Na verdade, é um **estímulo ao homossexualismo, à promiscuidade**. Esse *kit* contém DVDs com duas historinhas. Seus filhos de sete anos vão vê-las no ano que vem, caso não tomemos uma providência agora” (BOLSONARO, 2010, grifo nosso).

Mostrando-se aterrorizado com a possibilidade de o material chegar às escolas, o então Deputado ainda dispara: “Dá para continuar discutindo esse assunto? Dá **nojo!** Esses *gays* e *lésbicas* querem que nós entubemos, como **exemplo de comportamento**, a sua **promiscuidade**. Isso é uma coisa extremamente séria” (BOLSONARO, 2010, grifo nosso).

O apelo para que o Presidente da Câmara dos Deputados tome as devidas providências, em relação ao assunto, foi solicitado, pois segundo o Deputado: “não podemos submeter-nos ao **escárnio** da sociedade. [...] Isso é uma **vergonha!** [...] Essa história de homofobia é uma história de cobertura para **aliciar** a garotada, especialmente os garotos que eles acham que têm **tendências homossexuais**”. (BOLSONARO, 2010, grifo nosso).

Por fim, o clamor incorpora a rogativa divina: “Pelo **amor de Deus**, meus colegas que estão nos gabinetes! Pelo amor de Deus!” e insiste que “[...] **Não me agrada falar em homossexual**. Eu realmente assumo o que disse na *TV Câmara*: se um garoto tem **desvio de conduta** logo jovem, ele deve ser **redirecionado** para o **caminho certo**, nem que seja com umas **palmadas**”. Assim, “Acusam-me de ser violento, mas não sou **promíscuo**, não sou canalha com as **famílias brasileiras!** Muito obrigado, Sr. Presidente⁸”. (BOLSONARO, 2010, grifo nosso).

Exemplo, comportamento, caminho certo, família brasileira, amor de Deus. Tendências homossexuais, desvio de conduta, homossexualismo, vergonha, escárnio, promiscuidade, redirecionamento, palmadas. Essas escolhas lexicais não são neutras. Elas são contrapontos que compõem a materialidade verbal de parte da

⁸ Todas as aspas, do início desta produção textual, são partes de fala do então Deputado Bolsonaro, seguindo a ordem do discurso em que foi expressa. O pronunciamento completo pode ser acessado no *site* oficial da Câmara dos Deputados. Disponível em: <http://www.camara.leg.br/internet/SitaqWeb/TextoHTML.asp?etapa=5&nuSessao=208.4.53.O&nuQuarto=29&nuOrador=2&nuInsercao=0&dtHorarioQuarto=14:56&sgFaseSessao=PE&Data=30/11/2010&txApelido=JAIR%20BOLSONARO,%20PP-RJ>. Acesso em: 14 out. 2018.

cartilha que constrói a imagem pública de Jair Bolsonaro.

Entretanto, em 2010, Bolsonaro parecia ainda falar para poucos ouvintes. Apesar de ter havido certa repercussão do material de combate à homofobia, pela mídia hegemônica, que optou em reproduzir a nomenclatura *kit gay*, Bolsonaro ainda parecia ser uma voz a clamar em um deserto um tanto seco e árido. Sem a popularização das mídias digitais, muitas das palavras pronunciadas, com o tom pretensamente sério e de denúncia, na tribuna do Parlamento, pareciam ser jogadas ao vento. Não havia o eco esperado. O palanque da televisão aberta poderia produzir mais efeito. Mas, como se tornar parte do agendamento televisivo?

A comunicação de Bolsonaro, que ecoava na televisão aberta, o canal de comunicação ainda massivamente hegemônico na primeira década do século XXI, não acontecia nos quadros de programação informativa, onde suas supostas denúncias, aparentemente, deveriam estar. Mas, seu espetáculo ocorria, sobretudo, em programas de entretenimento, de auditório e de humor, como o *SuperPop* da apresentadora Luciana Gimenez, da RedeTV!, cujo tema da homossexualidade se reiterava nas falas do Deputado; ou em programas humorísticos como o CQC (Custe o Que Custar), da emissora de televisão Band, onde Bolsonaro conjugava entretenimento e política.

No final das aparições, ficava a imagem do cara engraçado, às vezes um pouco lunático, outras vezes um tanto agressivo, de fixação pelos mesmos temas, que não se parecia (ou se parecia pouco) com os outros políticos tradicionais, porém era a vedete que fazia parte do *show*, ajudava a audiência subir, além de contribuir para muita gente sorrir, outras tantas se irritarem, sem uma clara diferenciação entre entretenimento e política.

Com isso, defendo a ideia de que Bolsonaro é um processo de imagem pública que vem sendo gestado. Sua busca pela atenção não se iniciou em 2018, nem o uso das mídias como modo de ser visto e ser lembrado. Em 1986, Bolsonaro procurou a seção “Ponto de Vista” do periódico semanal VEJA, para a publicação de um artigo denunciando os baixos salários no Exército, dando-lhe holofotes, ao passo que comete ato de indisciplina e deslealdade para com seus superiores, acarretando uma prisão de 15 dias, por transgressão grave, segundo o regimento disciplinar das Forças Armadas.

Em 1987, a mesma revista VEJA publica “Por bombas nos quartéis, um plano na Esao [Escola Superior de Aperfeiçoamento de Oficiais]”, com a intenção de

demonstrar a insatisfação de Bolsonaro e, conseqüentemente, de seus companheiros de farda com os baixos salários, como forma de chamar atenção para as reivindicações. Bolsonaro negou veementemente a sua autoria nos croquis e o plano de pôr bombas no quartel. Foi inocentado pelo Superior Tribunal Militar em um julgamento de oito votos a favor do capitão e quatro contra a inocência.

Em 2018, Bolsonaro aparecia com estratégias semelhantes e as palavras enunciadas também. Por que agora ele consegue ser ouvido mais amplamente? O que tem se transformado? Quais são as mudanças socioculturais que o Brasil está passando para resultar na adesão a Bolsonaro? Há, portanto, um projeto político diferente? Uma concepção própria de Estado? Uma posição econômica, social e cultural elaborada e exequível? Qual o motivo do ativismo disciplinador pautar muitos dos debates políticos proferidos em 2018? Perguntas começaram a povoar minhas inquietações. Não tenho, porém, todas as respostas.

Apesar desse pequeno percurso introdutório, já se pode afirmar que o discurso bélico do presidencialista não surgiu no pleito de 2018. Os homossexuais, como seus alvos privilegiados, datam antes da corrida presidencial. É possível encontrar inúmeras declarações homofóbicas, como as apontadas no início desse preâmbulo. Quinalha (2019, p. 260) aponta que grupos vulneráveis sempre estiveram no alvo dos discursos virulentos de Bolsonaro, contudo os homossexuais parecem ser um caso de predileção “[...] há uma incitação constante e explícita à violência física, por vezes até ao extermínio”.

Entretanto, em 2018, Bolsonaro encontrou o alto-falante. Alguns ecos ressoam na realidade efetiva: as redes sociais, a moralização da esfera pública, a ascensão dos evangélicos na cena pública, a atuação de *think tanks*⁹. Esses são apenas alguns dos processos sociais que levaram o então Deputado Federal a subir a rampa do Planalto Central e a receber a faixa como o trigésimo oitavo Presidente da República Federativa do Brasil, a partir de 2019.

Desse modo, o glossário do Presidente, que parecia ultrapassado, com pouca ressonância social, começou a encontrar mais ancoragem. Bolsonaro não é novidade, ressalta-se mais uma vez. Há três décadas na política partidária, com uma atuação parlamentar de pouca perceptibilidade (apenas três projetos aprovados, no

⁹ Compreensão dos “[...] ‘think tank’ – traduzidos literalmente como ‘tanques de pensamento’ ou ‘centros de pensamento’. Através dele os intelectuais produzem, sistematizam e difundem teorias sobre estratégias de saída da crise do capital de acordo com os interesses do próprio capital, transformar interesses privados em interesses públicos, universais.” (ROCHA, 2017, s/p).

subterfúgio de que não aprovou muitos, mas que contribuiu para barrar bastantes), representando o chamado baixo clero parlamentar com falas pitorescas e abordado, por alguns de seus adversários, como uma figura jocosa, caricata e violenta, o Deputado se colocou na missão de vigilante dos “bons” costumes, guardião dos “cidadãos de bem” e aquele que podia “arrumar” o País. Ocupa, portanto, para uma parte da sociedade brasileira, esse espaço.

Narrado, por seus apoiadores, com uma identidade cultural de homem, heteronormativo, patriota, capitão reformado do Exército brasileiro, cristão, político da direita, defensor afincado das bancadas da Bala, do Boi e da Bíblia; a carreira política de Bolsonaro é de migração por vários partidos (PDC, PP, PPR, PPB, PTB, PFL, PP, PSC, em março de 2018 PSL, e, em 2020, sem partido)¹⁰.

Porém, o seu mister só alcançou aderência política partidária bem sucedida há pouco tempo, em um processo paulatino de construção, que leva em consideração a defesa anticorrupção (participação da ONG *Brazil No Corrupt*); a onda dos discursos do conservadorismo, da Ordem e Progresso; o antilulismo e o antipetismo; o antiesquerdismo e o antissocialismo/comunismo; a influência do *ciberespaço* na política partidária; as manifestações de junho de 2013; a indústria televisiva da crise em 2015 e 2016; o *Impeachment*¹¹ da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, em 2016; os escândalos de corrupção relacionados a políticos e a grandes empreiteiras, apoiados na narrativa do período: a operação Lava Jato; a prisão do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2018; a espetacularização da violência no Estado do Rio de Janeiro, que resultou em uma inédita Intervenção Federal na segurança pública, com um interventor militar, também em 2018 etc.

Considerado, por muitos analistas políticos, como um político de uma candidatura de fácil desidratação, Bolsonaro ainda contraria a muitos analistas sociais e políticos. Chegou ao final da corrida ao Palácio da Alvorada, em segundo turno, com 55,13% dos votos válidos contra 44,87% para o petista Fernando Haddad. Isso em um cenário de bastantes incertezas, sendo o pleito de 2018 considerado como o xadrez eleitoral mais inesperável, desde 1989.

Entre as imprevisibilidades: em abril de 2018, tinha-se a maior taxa de eleitores sem candidatos; estava-se diante de uma sucessão presidencial com o

¹⁰ “Suas filiações foram: PDC, 1989-1993; PP, 1993; PPR, 1993-1995; PPB, 1995-2003; PTB, 2003-2005; PFL, 2005; PP, 2005-2016; PSC, 2016-2018; PSL, 2018-.” (LACERDA, 2019, p. 15).

¹¹ Há uma vertente interpretativa que atribui Golpe Parlamentar-Judicial-Midiático.

maior número de postulantes, desde a eleição de 1989, (em abril, eram 23 nomes cogitados, finalizando com a inscrição de 13 presidenciáveis); a impugnação da candidatura do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que figurava o primeiro lugar nas intenções de votos, no primeiro turno; a aliança dos chamados “Partidos do Centrão” com o candidato à presidência, pelo PSDB, Geraldo Alckmin; a substituição do Ex-Presidente Lula pelo Ex-Prefeito de São Paulo (de 2012 a 2016) Fernando Haddad; o embaraço do PSL de Jair Bolsonaro para firmar uma aliança na escolha do Vice-Presidente; as mudanças na legislação eleitoral, diminuindo o período da campanha e as formas de financiamento; no primeiro turno, a ausência de estrutura tradicional para o candidato do PSL, que resultou em um tempo incipiente de oito segundos de propaganda eleitoral e exposição de televisão, considerada pela crítica¹² como a grande vitrine da visibilidade pública nacional; além de um escasso acesso ao fundo partidário, em comparação com seus principais oponentes, e sem palanque em relevantes capitais; a incógnita sobre a interpretação do atentado à faca, em Minas Gerais, durante uma agenda de campanha, cujos resultados foram duas cirurgias e uma longa internação, possibilitando-o passar por um processo de comoção pública, de exposição midiática televisiva intensa, ao passo que o impediu de cumprir compromissos de campanha, de comparecer a todos os debates televisivos, apesar de, antes mesmo do atentado, o candidato ter alegado a falta de intenção em participar de debates entre presidenciáveis, no primeiro turno etc.

Assim, surgem mais alguns questionamentos: o que possibilitou que a candidatura de Jair *Messias* Bolsonaro não perdesse aderência? Isto é: qual ponto (ou pontos) de identificação, a frase lapidar¹³, o então Deputado capitalizava para a acumulação de poder simbólico, a fim de que um número relevante de seguidores enxergue, em sua figura, uma espécie de salvador que poderia amalgamar a indignação, o medo, devolvendo, em forma de esperança, um novo Brasil?

Defendo a tese de que, entre avanços e recuos, o mundo e consequentemente o Brasil vivenciaram, no período democrático recente, mudanças (civis, sexuais, sociais, reprodutivas) de cunho progressista. No Brasil, a Constituição Federal de 1988, nossa Constituição Cidadã, assegura formalmente

¹² Antes de 2018, a televisão era considerada a grande vitrine da visibilidade pública nacional. Confira Gomes (2008) sobre esta abordagem.

¹³ “A busca da frase lapidar – aquela que se torna símbolo ou emblema de um ocasião, uma circunstância ou uma classe de atores – tornou-se uma obsessão para políticos e jornalistas” (GOMES, 2008, p. 09).

direitos, com o intuito de promover justiça social. O ativismo negro, por sua vez, conquistou o Estatuto da Igualdade Racial, ampliou suas ações, redes e articulações, com o direito à terra dos remanescentes das comunidades quilombolas e a prática de racismo como crime sujeito à pena de prisão inafiançável e imprescritível. As questões da população LGBTQIAP+ tornaram-se fundamentais para a discussão tanto de políticas públicas quanto de direitos humanos, nacional e internacionalmente, resultando no direito ao nome social, ao Plano Nacional de Participação Social.

Essas três décadas de Constituição Cidadã transformaram, de alguma forma, a sociedade brasileira. As políticas públicas de redistribuição de renda, de afirmação, de reconhecimento e de reparação das injustiças históricas, presentes no cotidiano e em dispositivos legais, como o Programa Bolsa Família, atreladas a políticas de educação, saúde e habitação, foram paulatinamente transformando o campo democrático e popular, alterando a cartografia dos espaços públicos do ver e do dizer.

Em contrapartida, também podem ter ajudado a provocar reações crescentes, mobilizações religiosas e manifestações políticas de uma população ressentida e indignada de ver seus espaços sendo transformados. Desse modo, as vozes dos oprimidos, historicamente, passaram a ser taxadas de “coitadismo”, “mimimi”, “ditadura do politicamente correto”, termos que compõem o dicionário de uma direita neoconservadora reacionária, como recurso retórico, teórico e prático que será abordado nesta produção.

Entretanto, as engrenagens autoritárias, discriminatórias, elitistas se mostram resilientes, apontando que não se trata de “coitadismo”, mas de uma realidade concreta, de uma necropolítica, de uma desigualdade social, de um racismo estrutural etc. No Brasil, tem-se a polícia que mais morre e mais mata, em relação a outros países do mundo, sendo que, dessas mortes causadas por policiais (logo, pelo Estado), 70% são de negros e pardos; há uma baixa representação feminina no Congresso, apenas 15%, enquanto 51,8% da população são de mulheres, segundo Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua (PNAD C), de 2019; e se têm altos números de feminicídios (uma morte a cada sete horas, em média, pelo fato de ser mulher) e LGBTQIAP+ (uma morte por homofobia a cada vinte e três horas).

Diante dessa realidade sociológica, antropológica e culturalmente complexa, Bolsonaro oferece resposta de fácil assimilação, promete saída simples para fenômenos multifacetados. Com isso, produz sentido, fala o que uma parte da população entende e quer ouvir. As defesas da moralidade pública contra a corrupção e a regulação dos corpos, por exemplo, passam a figurar o escopo de que é preciso salvar a família contra uma crise generalizada: econômica, política, social e cultural.

A tônica da ordem provoca um neoconservadorismo ativo, que, como processo social, disputa pela moralidade pública a fim de inscrevê-la na ordem legal do País, com o intuito de centralizar a religião e os agentes religiosos/políticos na ação do Estado de Direito, na cristianização do Estado Moderno, a partir do escopo da família (universalizada de um único padrão moral), como modelo da organização social do País, no tripé: Família, Deus e Brasil.

Assim, há um conjunto de racionalidades e afetividades que está difuso na sociedade. O medo da imprevisibilidade do amanhã, da perda da referência, aliado a uma comunidade que se sente moralmente perseguida pelo politicamente correto, pelas mudanças sócio-políticas e culturais podem ter ajudado a promover, no Brasil, Jair Bolsonaro, e em consequência suas bandeiras contra a ideologia dita esquerdista, resultando em projetos como Escola Sem Partido, Cura Gay, além do desejo da liberação ampla do porte de armas, da diminuição da maioria penal.

Uma onda neoconservadora que tem ligações com as questões econômicas, com a violência urbana, com a desigualdade social, com o autoritarismo. E Bolsonaro disputa esse espaço e tem sabido criar uma identidade para parte desse nicho conservador e neoconservador, em uma movimentação de uma comunidade simbólica de pertencimento, unida pelas redes sociais.

Todavia, é importante ressaltar que tudo isso não é algo espontâneo, automático ou que deva ser ignorado ou subestimado. Não surge do nada. Assim, como também não é um fenômeno totalmente novo, nem completamente velho. A propagação faz parte de um processo longo de múltiplas variáveis de determinações estruturais e conjunturais geopolíticas tanto macro quanto micro estrutural. Destaca-se que não estou afirmando que esses são os únicos contextos, nem os exclusivos motivadores, ou que são causas ou consequências, porém, são panoramas analíticos que ajudam na reflexão.

É possível acentuar de modo macro: o efeito Donald Trump, nos Estados Unidos da América, aliado ao processo de uma direita alternativa internacional, destacado por Solano (2018), além do fortalecimento da extrema direita nas últimas eleições europeias. Em dez teses sobre a ascensão da extrema direita na Europa, Löwy (2014) aponta algumas tendências observadas há alguns anos na Europa, entre elas a aderência eleitoral à extrema direita, um fenômeno sem precedentes desde os anos de 1930. Isto é: essa corrente obtinha, em muitos países, entre 10 e 20% de votos, mas tem aumentado cerca de 15% na taxa de aderência, em forma de votos. Como é muito diversa, essa direita se apresenta tanto em partidos abertamente neonazistas (o Aurora Dourada grego) quanto naqueles que fazem o jogo político institucional (a União Democrática de Centro suíça). Todavia, ainda segundo Löwy (2014), o que eles têm em comum é o nacionalismo excessivo, a xenofobia, o racismo, o ódio contra imigrantes, a islamofobia, o anticomunismo e, em muitos casos, o antissemitismo, a homofobia, a misoginia, o autoritarismo, o desprezo pela democracia e a eurofobia. Outro fator que merece destaque é a contaminação da extrema direita nas ideias da direita “clássica” e até em partes da esquerda¹⁴ social-liberal.

Micro: no Brasil, as relevantes manifestações de rua, em 2013, que segundo Wink (2018) tem como ponto fulcral a saída da direita do “armário” e a apreensão de que defender os posicionamentos de forma não velada (assim, como o politicamente incorreto) é uma fórmula para o sucesso, para a exposição; a ascensão do Congresso mais conservador pós Ditadura Civil-Militar, em 2014; a tentativa fracassada de superar os problemas financeiros com a Nova Matriz Econômica, no governo de Dilma Rousseff (BARROS, 2019); a indústria televisiva da crise, em 2016, como narrativa reiterada pela grande Mídia a fim de promover a desestabilização do governo da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, além da recusa de alguns partidos, como o PSDB, em aceitar o resultado das urnas de 2014 para a Presidência; a espetacularização da corrupção, com a Operação Lava Jato, provocando uma indignação de difícil administração (BARROS, 2019); a ruptura democrática acarretando o *Impeachment* da Ex-Presidenta Dilma Rousseff (PT) e, em consequência, o fortalecimento do antipetismo, do antissistema, da antipolítica, do antiestado; a prisão do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT); a atuação de

¹⁴ A esquerda também necessita de uma reflexão mais apurada e detalhada, porém não é objeto de nosso trabalho.

think tanks e de ideólogos como Olavo de Carvalho. Outro fator relevante é a cultura de ordem. Barroco (2015) destaca que essa cultura conta, a partir dos anos 1990, com a fundamental colaboração de programas de TV sensacionalistas, como os apresentados por Ratinho e Datena, que “incentivando medidas de força em nome da ordem passaram a expor, diariamente, crimes e delitos [...] numa campanha escancarada de defesa da militarização da vida social, do armamento, do rebaixamento da maioria penal e da pena de morte no Brasil.” (BARROCO, 2015, p. 626); além da tradição brasileira conservadora, patriarcal, hierárquica, autoritária etc.

Diante desse cenário multifocal que se desenha, o presidenciável soube se posicionar. Encontrou um caminho aberto e soube aproveitá-lo. Sua imagem colou e suas propostas simplórias soaram como plausibilidade aos ouvidos de seus seguidores/eleitores, principalmente em três pontos explorados na campanha: corrupção, violência e agenda comportamental.

Desse modo, Bolsonaro foi ocupando o polo antagônico de um discurso do “contra tudo o que está aí”, em um processo de Bolsonarização da esfera pública, da política tradicional, expressão cunhada por Solano (2018), em que a polarização e a radicalização passam a ser instrumentos capazes de captar os sentimentos e ressentimentos represados, as raivas e as frustrações ainda pouco entendidas no Mensalão de 2005, nas manifestações de rua em junho de 2013 e em 2015, no processo de *Impeachment* em 2016 (SINGER; VENTURI, 2019), que podem ter ajudado a desaguar nas eleições de 2018.

Portanto, é necessário, sim, compreender esse processo social que possibilitou hoje (e poderá possibilitar amanhã) fenômenos como o Presidente Bolsonaro. Para tanto, é importante repensar os quadros de referências, os mapas conceituais. A eleição de 2018 ainda dirá muito sobre o estatuto da imagem pública, fará repensar sobre o papel da *internet* em processos políticos partidários, ajudará a rever os pressupostos do conservadorismo em um processo de neoconservadorismo e, por conseguinte, de um conjunto de prescrição de valores e significação da realidade que mudam na tensão simbiótica de raízes antigas e de produções modernas.

Ao que tudo indica até agora, o ator político é uma mudança de paradigma social e cultural. E não por que a misoginia, o racismo, o machismo, a desigualdade social, a demagogia, a espetacularização deixaram de existir com a

redemocratização brasileira, após Período de Ditadura Militar. Mas, por que as dinâmicas sociais não são e nem estão estáticas. O fenômeno foi impulsionado por múltiplas variáveis, algumas já apontadas, outras ainda a serem reveladas, estudadas. É resultado de uma dinâmica frenética, algumas mais antigas, outras bem recentes que foram se construindo paulatinamente no imaginário popular, nas disputas narrativas. Os eventos, portanto, são múltiplos, sobrepõem-se. E as hipóteses não se encerram no recorte desta tese.

Logo, tenho como objetivo central refletir sobre a construção da imagem pública de Jair *Messias* Bolsonaro e essa reflexão se entrelaça com a invenção desse personagem. Para tanto, como objetivos específicos, intento verificar como o discurso em torno da ordem e a sua relação com os conservadorismos foram sendo evocados como capital político. Observo também como um pacto de leitura, sobretudo em torno da retórica do “cidadão de bem”, foi se desenhando, assim, analiso quais teias imagéticas foram evocadas na construção desse tecido representativo cristão e heteronormativo.

Antes de tudo, é necessário esclarecer e reiterar que as motivações para a promoção da imagem pública de Bolsonaro não estão restritas apenas a um ponto de vista, assim como os seus desdobramentos são múltiplos. São questões que exigem respostas empíricas, formulações de hipóteses e verificações delas. Sendo assim, a pesquisa é de cunho qualitativo, uma vez que investigo discursos, comportamentos, valores, por meio da pesquisa empírica, bibliográfica e social, para conduzir a interpretação da produção da imagem pública em pauta, bem como para atualizar os sentidos na cadeia discursiva dos dizeres.

Saliento ainda que o caminho se bifurca. Portanto, há outras entradas interpretativas, outras possibilidades de formulações, outras escolhas analíticas, com possibilidades variadas, advindas de uma combinação de fatores sócio-histórico-político-psíquicos-culturais que, certamente, não serão exauridas nessa produção. Aqui, tem-se uma fragmentação de uma realidade que é complexa.

O *ciberespaço*, como lugar social e antropológico, foi o *locus* predominante da coleta dos dados, por possibilitar construção (e/ou desconstrução, e/ou reconstrução) de imagens públicas, nesse século de visualidade. Assim, a fim de dispor de um ponto de vista múltiplo sobre a imagem pública em construção, compreendendo que na ação humana há um conteúdo eminentemente intencional, logo inerentemente significativo, a realidade concreta e os comportamentos sociais

foram analisados como artefatos simbólicos, discursividades, construções imagéticas cuja linguagem pode ser compreendida, explicada e interpretada.

Nesse cenário, as escolhas lexicais, as formações discursivas, a memória, os sujeitos sociais, as circunstâncias sociais de produção foram problematizadas, já que o discurso não é neutro, mas é enunciado em uma realidade situada sócio historicamente. Tudo isso, atentando para quais elementos estéticos, plásticos, retóricos e afetivos são convocados na construção da imagem pública do político em pauta.

Para compreender esses ditos, em um primeiro momento, busco identificar os principais movimentos e atores sociais que oferecem suporte logístico, além de ideológico, na propulsão da imagem pública de Bolsonaro. Encontrei, no *Facebook* e no *Instagram*, redes de *fanpages* e perfis muito pulverizados que mudavam de título com certa frequência, ora poderiam ser chamados mito 2018, ora Bolsonaro Presidente, entre outros. Desse modo, concentrei-me mais nos atores sociais pró-Bolsonaro que foram, durante o pleito de 2018, ganhando adesão, por sua capacidade de reverberar os conteúdos ideológicos, entre eles posso citar, como os mais relevantes: Olavo de Carvalho, Felipe Moura Brasil, o próprio Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro, Carlos Bolsonaro, Nando Moura, Joyce Halssemann, Kim Kataguiri, entre outros.

Como próximo procedimento metodológico, fiz parte de grupos de redes sociais e comecei a seguir essas personalidades públicas, espécies de influenciadores digitais, que, de uma forma ou de outra, dedicavam-se, em 2018, a publicizar a imagem pública do então Deputado Bolsonaro para Presidente do Brasil. Essa coleta e observação teve o intuito de tentar mapear o debate travado naqueles espaços, que têm no dialogismo o seu expoente, e a fim de perceber os sujeitos sociais sendo e se movendo em suas complexidades. Ou seja: uma tentativa de compreender, no plano da experiência, aquilo que é defendido conceitualmente.

Também acompanhei, durante todos os dias do ano de 2018, os portais de notícias *online* mais tradicionais (Folha de São Paulo, Jornal O Globo, Gazeta do Povo, Exame, entre outros), para perceber como a estratégia de visibilidade era ativada, verificar se Bolsonaro aparecia com alguma frequência nesse meio e, quando aparecia, qual era o agendamento temático, fazendo-me perceber que a visibilidade se dava, sobremaneira, na esfera das falas polêmicas, usadas por

Bolsonaro como combustível que o antagonizava com a mídia dominante e, como estratégia, levava seus seguidores as mídias “amigas”, corporativas ao seu mister.

Desse modo, as pesquisas quantitativas também foram ponto de apoio para observação de estratégias discursivas usadas por Bolsonaro e, conseqüentemente, para a operacionalização da pesquisa. Assim, os índices de popularidade, as pesquisas presidenciais de intenção de votos, a adesão a páginas oficiais, aplicativos de coleta de dados, como o *Google Trends*, ajudaram a perceber o interesse das pesquisas sobre Bolsonaro ao longo de um período, além de mapear o interesse de busca por regiões do Brasil, a respeito do presidente, e os assuntos relacionados às pesquisas. Todos esses métodos foram observados e acionados como indicadores empíricos para que eu pudesse entender como a adesão se formava, apesar do discurso bélico e segregacionista.

Saliento que as informações colhidas estavam em ebulição, portanto os fatos foram sendo recolhidos simultaneamente à ocorrência do processo de construção da imagem pública, logo algumas estratégias foram se refazendo durante o curso da pesquisa. Parte considerável dos dados foi usada e outra não será, mas foi importante para a compreensão do fenômeno. Entretanto, a unidade de análise continuou sendo a construção da imagem pública de Bolsonaro.

Com isso, parto do pressuposto de que a imagem pública, em construção para o Deputado, não foi arquitetada apenas pelos emissores (consultores de imagem, *marketing*, assessores de imprensa) com vistas nos receptores, mas produzida inclusive pelo que chamo de “e-leitores”. Estamos, eu e você, leitor(a), diante de uma nova construção política para os eleitores, depois do advento das mídias sociais digitais.

Tem-se, pois, uma combinação de eleitores, leitores, e-leitores que é aglutinada, entendendo o próprio eleitor, o leitor (já que o *ciberespaço* é, predominantemente, linguagem para ser lida, visualizada) e o “e-” para fazer menção à linguagem computacional, suas hipermídias e à possibilidade de compor, enviar e receber mensagens que esse espaço proporciona.

Embora adote, neste estudo, abordar os discursos enunciados pelo presidente, como escolha metodológica, compreendo que, com o *ciberespaço*, não há uma produção de modo cindido entre emissão e recepção, uma vez que a dinâmica das redes sociais exige uma resposta e um engajamento que se afastam do modo de instância receptora especificamente passiva.

Cabe ainda salientar que o atual Presidente do Brasil está em cargos eletivos desde a década de 1980, porém, a diacronia de todo o seu mandato e de toda a sua vida pública não foi utilizada como estratégia de análise, sendo convocada apenas quando necessária, sobretudo porque sua visibilidade nacional foi galgando espaço paulatinamente. Nesses termos, o recorte temporal para a realização da pesquisa se deu, principalmente, do início de 2016 até o fim da eleição dos presidentiáveis, em 2018, para que eu tivesse tempo hábil de analisar os dados, produzir inferências e redigir a tese de doutoramento.

Gomes (2014) considera que a construção da imagem depende do tempo, do modo de exposição dos atores e dos produtores na esfera da publicidade social. Portanto, vale destacar que a escolha do recorte temporal, deve-se a uma inquietação pessoal no início de 2016, em que circulou no *Facebook* uma postagem, veiculada especialmente por aqueles que comungam da ideologia da esquerda, que solicitava a exclusão do círculo de amigas(os) virtuais caso o interlocutor apoiasse Bolsonaro que, segundo a postagem, é sinônimo de homofobia, misoginia e xenofobia. Além disso, em janeiro de 2016, em uma publicação em seu *site* oficial, o então Deputado trouxe à baila novamente o programa “Escola sem Homofobia”, que devido à pressão conservadora já tinha sido vetado em 2011, ainda no primeiro mandato eletivo da então Presidenta Dilma Rousseff, mas que parecia ser seu espantalho na produção de racionalidades e afetividades.

Com isso, frisa-se mais uma vez que o recorte temporal foi uma escolha pessoal e metodológica e o recorte analítico foi, sobretudo, a partir dos discursos do presidentiável, especialmente os postados em suas redes sociais, uma vez que a profusão de produção dos e-leitores impossibilitaria, nesta tese, uma análise mais aprofundada.

Destarte, confesso que narrar o fluxo cotidiano, à medida que os fatos estão ocorrendo, é uma tarefa complexa. A proximidade temporal, a pujança da subjetividade e dos afetos da pesquisadora, a pouquidade das reflexões ainda em processo de construção teórica podem obstaculizar análises mais apuradas. Com isso, compreender a invenção dessa imagem pública, os conservadorismos contemporâneos brasileiros e a relação com o “cidadão de bem” em busca de uma cidadania cristã-heteronormativa são tarefas labirínticas que se fazem observando o passado, sem perder de vista o presente e seus efeitos futuros.

Além disso, é um fenômeno dinâmico que necessita de um esforço qualitativo, que se distancie das simplificações autoexplicativas, dos lugares-comuns e parta para uma construção que combine fatores sócio-históricos-políticos-psíquicos-culturais, dialogando com a Sociologia, a Antropologia, a Psicologia, a Filosofia, a Religião etc.

Portanto, parto do pressuposto de que a agenda dos valores culturais se acirrou em 2018 e pautou a candidatura do Presidente eleito. Isto é: um dos pontos de identificação no qual a imagem do candidato se apoiou foi o combate à diversidade, especialmente na polêmica bandeira do *kit gay*, usada como frase lapidar, cuja retórica se desdobrou em uma violência simbólica que culminou em projetos concretos, como contra a Ideologia de Gênero e a favor da Cura Gay, da Escola Sem Partido etc. Assim, o *kit* foi sendo posto como o maior espantelho moral das eleições de 2018 (QUINALHA, 2019) e Jair *Messias* Bolsonaro foi narrado como a possibilidade de um representante na contramão do comunismo, da “partidarização” das escolas, da “ideologia de gênero”, da “guerra cultural gramsciana”, do feminismo, da corrupção, dos direitos humanos, da vitimização da sociedade do “mimimi”, do politicamente correto.

Esse conjunto lexical foi (e é) usado na composição da gramática da direita representada por Bolsonaro e, em todas essas materialidades verbais, ressoa o deslocamento da política econômica para a política dos valores e dos costumes, em uma sociedade na qual as questões econômicas apresentam um léxico distante do grande eleitorado e a disciplina das relações sociais, por sua vez, parece passar para o plano principal da política brasileira. Assim, segundo Quinalha (2019), a moralidade conservadora não foi um mero acessório, mas um dispositivo central tanto da trajetória do político, quanto de sua campanha eleitoral de 2018.

Com isso, divido esta tese em sessões para uma melhor compreensão da abordagem teórica e analítica, embora compreenda que as teorias se interligam com o objeto de análise. Com base no exposto, esta tese organiza-se em cinco sessões. A primeira seção, intitulada “A invenção do mito e a construção da imagem pública de Jair Bolsonaro”, parte dos pressupostos teóricos de Eric Hobsbawn (1984) para problematizar Bolsonaro como uma “tradição inventada”. Desse modo, “Em busca do mito”, o ponto de partida é a obra biográfica do Presidente, assinada pelo filho Flávio Bolsonaro, “Mito ou Verdade”. Tudo isso com o intuito de compreender como o clã Bolsonarista idealizou a construção de Jair *Messias* Bolsonaro. Além disso,

tem-se um debate sobre a radiografia do voto em Bolsonaro, no primeiro turno, pontuando como as expectativas de mudança se deram em diferentes extratos sociais.

“Por uma cartografia da imagem” propõe-se “[...] restituir as multiplicidades e as intensidades com as quais os fenômenos funcionam, **nunca isoladamente**”. (JUSTINO, 2011, p. 03, grifo nosso). E, assim, refletir sobre a imagem e seu desdobramento em imagem pública política. Para tanto, tem-se uma revisão da literatura bibliográfica sobre imagem pública, compreendendo-a como resultado de combates simbólicos, como a busca pelo poder, pela visibilidade, pela dizibilidade, pela credibilidade, pela aparência, pelo carisma, que o imaginário coletivo rememora à procura da representação. Imagem pública que deixa de ser acessória para se tornar central, isto é: fenômeno decisivo no contexto da experiência produzida e conduzida pela comunicação de massa.

Por essa razão, a imagem pública do político, construída sobre a materialidade enunciativa, torna-se uma estrutura analítica relevante para se interpretar e, por conseguinte, compreender determinados processos sociais, culturais, históricos e políticos. Além disso, a imagem pública serve como demarcador “[...] dos pactos e disputas em torno de poder engendrados entre o campo político, medias e sociedade” (WEBER, 2009, p. 11), interfaces abordadas na seção “O estatuto da imagem pública política na comunicação de massa”. Nela, refletiu-se sobre uma reapropriação da comunicação, especialmente com o advento das novas mídias sociais, em que mais pessoas se sentem protagonistas, com o poder de produção e de comunicação ao alcance de suas mãos. E mais políticos se tornam influenciadores, espécie de *youtubers*, como uma grande novidade de 2018: o político digital. Assim, a produção de imagens (imagem-devir) de ritmo vertiginoso de produção e veiculação, torna-se parte de uma ecologia da aparência, tendo o espetáculo como proeminente, como regulador social mediado por imagens. E a Política e, conseqüentemente, os atores políticos não menosprezam esse *script*. Entretanto, estão atentos a essa dinâmica, que pode provocar transformações no fazer político, bem como na sociabilidade.

Em “Com quantos conservadorismos se faz o conservadorismo brasileiro?”, tem-se um recorte analítico na tentativa de percorrer uma reflexão sobre os conservadorismos (no plural) brasileiros, a fim de compreender o conservadorismo moral da direita alternativa brasileira neoconservadora e a influência que esse

movimento promoveu na construção de Jair Bolsonaro. Por fim, a última seção “A construção da imagem pública de Jair Bolsonaro: reflexões teóricas e empíricas” faz uma análise empírica de algumas engrenagens que foram sendo capitalizadas na construção do político. A retórica antipetista, a anticorrupção e a agenda moral são alguns desses eventos que conceituam a imagem iconográfica do atual Presidente. O processo de Bolsonarização e a produção de pânicos morais, que desencadeiam no controle social dos corpos, na negociação de padrões normativos, na produção de violências físicas e simbólicas, encampadas pelos “cidadãos de bem”, em defesa de uma cidadania heteronormativa e cristã, contra o *kit gay*, é visto à luz de um processo de retórica religiosa do Estado e da politização da fé.

Diante do exposto, é importante esclarecer mais uma vez que busco fazer uma descrição cujo foco se afaste de leituras apriorísticas, reducionistas, que taxam os e-leitores de alienados, *Bolsominions*, bobos, manipulados, sem compreender a densidade cultural, histórica, social, psicológica e política que fermentam a imagem pública como bem sucedida. Com isso, algumas motivações e pontos de vista são aqui abordados para a compreensão, sem abandonar o posicionamento ideológico da pesquisadora em questão, mas ao mesmo tempo sem fazer julgamentos morais. Para tanto, compreendendo as camadas de adesão, a constatação, portanto, é de análise social.

Posto isso, posso afirmar que a pesquisa pode se tornar pertinente para a compreensão das relações político-histórico-sociais e da dinâmica cultural da contemporaneidade, para a reflexão sobre a fabricação de subjetividades e de sociabilidades, na relação que se estabelece entre política, cultura, mídia e sociedade, alinhando-se, destarte, ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande, na linha de pesquisa em Cultura e Identidades.

2 A INVENÇÃO DO MITO E CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA DE JAIR BOLSONARO

Ilustração 1 – A influência do ciberespaço na construção da imagem pública



Fonte: <https://soundcloud.com/user-73220077/eh-o-mito-chegou-2018-canoinhas-sc>. Acesso em: 15 jul. 2020.

Nas expressões das conversas cotidianas, surge “mitar”. Isto é, tornar-se mito, sinônimo de dizer as coisas na cara, sem medo do politicamente correto, sem se curvar ao “mimimi” das minorias, com autenticidade, coragem, impulsividade, verdade. O “mimimi” é uma onomatopeia que sugere o som do choro, da fraqueza, do sentimento, cujo resultado tem desfibrado os homens e matado o humor.

Os óculos, chamados de opressores, representam a *memeficação* dos dizeres grávidos de um suposto riso. Recreação que tem seu grupo cativo, a sociedade “*gayzista*”, “*feminazi*”, “*esquerdopata*” (termos pejorativos que se referem a grupos sociais, como LGBTQIAP+, feministas, quilombolas, indígenas, ecossocialistas, artistas, jornalistas, professores, políticos adversários e uma lista que não para de crescer).

Nesse contexto, o objetivo do *meme* é viralizar um discurso presente na materialidade imagética, que pode provocar o riso, a chacota, a ridicularização, o humor. Uma risada algumas vezes opressora, que compartilha um repertório de

preconceitos, de estereótipos, com ausência de compaixão, de criticidade, de reflexão, reforçando, com isso, os marcadores sociais de opressão e, ademais, impulsionando o comentar, o curtir, o compartilhar e a *hashtag* (os novos capitais simbólicos e sociais de *status*, reconhecimento, poder, economia da atenção, nos tempos *onlines*), fazendo ecoar uma estratégia discursiva de produção de significado, logo com graus variados de identificação.

Portanto, a visibilidade midiática requerida pelo mito, nesse caso o ator político Jair Bolsonaro, solicita uma necessidade vital de ser visto, de ser lembrado, de ser comentado, na tônica de que “falem bem ou falem mal de mim, mas falem”, teoria incomum para a política partidária do *kitsch*, da coalizão, da conciliação, mas comum para a era da visibilidade, da qual políticos como Bolsonaro e Donald Trump, dos Estados Unidos da América, fazem parte.

Como aponta a fabricação da imagem 1 acima, o “#Bolsomito” é apresentado com a linguagem digital (novidade), com o verde e amarelo da bandeira brasileira (tradição), além da irreverência dos óculos opressores no rosto, mãos com gestos de arma, sorriso largo, aparência jovial, mas trajado em um terno, com o intuito seja para divertir, seja para governar, ou ainda as duas ações simultaneamente, o que se concretizou no pleito para Presidente da República Federativa do Brasil, em outubro de 2018.

E, assim, a ordem do dia foi/vai sendo pautada, a estética das redes sociais trabalhadas e a retórica política *memeficada* instaurada. De forma aparentemente despretensiosa, autêntica e espontânea, o mito foi sendo inventado. Mas, há mais coisas entre o mito e a sua fabricação do que compreende minha vã filosofia e esse mergulho nas discursividades pode ajudar a entender como as tradições são inventadas.

Para Eric Hobsbawn (1984), as tradições podem guardar uma aparente contradição, isto é, elas remetem intuitivamente à herança, a um legado longínquo, à medida que elas não estão necessariamente, e apenas, ligadas a tempos remotos, ou a práticas enraizadas, mas há tradições que são bastante recentes, outras ainda são inventadas, conseguindo se estabelecer com enorme rapidez. Assim, as tradições podem se utilizar de elementos antigos na elaboração de “novas tradições inventadas”, com fins, segundo Hobsbawn (1984), bastante originais.

Parece-me que Bolsonaro representa uma “tradição inventada”, uma vez que parte de regras tácitas já estabelecidas na sociedade (de natureza ritual ou

simbólica), promovendo e estabelecendo certa continuidade com um passado histórico, que funciona como cimento da coesão grupal, especialmente no que se refere ao discurso conservador, ao passo que, a partir desse repertório, “inventa” novas formas de comunicação, de diálogo, de discursividades, de Bolsonarização da esfera pública (tema abordado adiante), de *mainstream*, de *marketing*, de *establishment* com o intuito de inculcar determinadas normas, símbolos e comportamentos através da repetição, compondo uma miscelânea de tradição inventada.

Ou seja, meu objetivo, portanto, como aponte na introdução, é perceber como essa imagem pública foi sendo fabricada e, para uma compreensão desse fenômeno, inicio com uma exposição endógena, a fim de entender como a invenção se construiu no interior do clã Bolsonarista para ser apresentada ao público, como uma imagem de “tradição” ao passo que é “inventada” no símbolo do nacionalismo, da religiosidade, da anticiência, da segurança: pública, institucional, moral, como se pode perceber na imagem abaixo.

Ilustração 2 – Live da vitória: a Bíblia, a Constituição Federal de 1988, Churchill e Olavo de Carvalho



Fonte: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778_816687.html. Acesso: 17 nov. 2020.

A imagem acima se trata da primeira aparição de Jair Bolsonaro, via *Live* (sua nova modalidade de comunicação “institucional”), depois dos resultados finais das

urnas eletrônicas, em 28 de outubro de 2018, da qual saiu vitorioso. Ao lado da esposa Michele Bolsonaro e de uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) o Presidente eleito expôs as suas referências bibliográficas e, conforme destacou, suas inspirações para a condução do Executivo Federal. Entre elas: a Bíblia Judaico-Cristã, a Constituição Federal de 1988, Memórias da Segunda Guerra, do autor Winston Churchill, e O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota, do autor Olavo de Carvalho. Uma mistura de tradição e invenção.

Saliento ainda que não considero os velhos costumes (elitistas, patriarcais, misóginos, reacionários, fundamentalistas) como indisponíveis ou inviáveis e, por isso, uma invenção de uma aparente nova tradição. A imagem, ao contrário, mostra a conjugação dos “velhos costumes”, aliados aos novos, e todos apresentados socialmente como tradição. É importante ter em mente que “[...] a invenção de tradições é essencialmente um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição.” (HOBBSAWM, 1984, p. 12).

Desse modo, aponto que “[...] o mito político não se constrói a partir do nada, mas sim de situações sociais, políticas e psicológicas coletivamente concretas” (MENDONÇA, 2002, p. 25). Bolsonaro é o ponto de inflexão que adapta essa tradição visitada e reinventada política, social, religiosa e culturalmente através do uso consciente dos símbolos. Há pequenos espaços para os improvisos, espontaneidades, amadorismos.

Para entender um pouco mais como essa construção foi sendo gestada, faço, como ponto de partida para as reflexões que aqui serão apresentadas, uma leitura da obra biográfica “Mito ou Verdade”, assinada pelo filho Flávio Bolsonaro, a partir dos arquivos oferecidos pelo pai Jair Messias Bolsonaro, com a contribuição e os comentários, na orelha do livro, dos filhos Eduardo Bolsonaro e Carlos Bolsonaro, a fim de mergulhar nessas novas linguagens da suposta cultura da vitimização de mulheres, negros, homoafetivo, indígenas; da ideologia de gênero; da partidarização das escolas; do revisionismo histórico, que aparecem na obra e ampliam o “novo” “velho” vocabulário simbólico. Um mito que fala tanto dele quanto da sociedade em que está inserido.

2.1 EM BUSCA DO MITO: UMA BIOGRAFIA DE UM PRESIDENCIÁVEL EM CONSTRUÇÃO

Lançado em uma noite de autógrafa por Flávio Bolsonaro, com a presença do biografado e então presidenciável Jair Bolsonaro, uma plateia delirante gritava palavras de ordem e de elogios, como “mito”, “Nossa bandeira jamais será vermelha”, “Queremos Bolsonaro Presidente do Brasil”, “O PT acabou”, como pode ser visto no canal do *YouTube* Direita Elegante¹⁵.

O autor Flávio Bolsonaro, com a abertura dos arquivos pessoais do pai, alega que apresentará o *relato real, verdadeiro e oficial* do “[...] homem humilde, carismático e idealista” (BOLSONARO, 2017, p. 05). Tudo isso em um gênero textual que se propõe biográfico, mas que se aproxima do panfletário, isto é, não mascara o desejo de persuadir aos leitores(as), de apresentar o personagem político como a personificação da:

[...] esperança de milhões de brasileiros, cansados de sucessivos governos que deixaram como legado a hipocrisia, o populismo, a exploração da pobreza, a roubalheira, o desemprego, a insegurança, a promiscuidade política e moral, a falta de amor à pátria e a ausência de Deus no coração. (BOLSONARO, 2017, p. 05)

Assim, a obra – usando-se de um narrador onisciente que conhece a trama em detalhes, cuja capacidade é de estar a par de tudo – compromete-se a veicular o relato real, como se lá estivesse, mesmo antes do nascimento do pai, lançando mão do discurso direto, por exemplo, cometendo incoerências discursivas (o discurso vaza) e impredicativos textuais.

Para ratificar e legitimar a totalidade dos fatos, usa-se de artefatos imagéticos compondo um mosaico com fotografias de família, *prints* de publicações em redes sociais, matérias jornalísticas. Com isso, a “verdade” sobre o homem que é a esperança para muitos e “[...] uma ameaça (BOLSONARO, 2017, p. 05)” para outros, uma vez em que se dispõe a resgatar a “[...] **verdadeira** História do Brasil, prostituída pela esquerda, e desmascarando, publicamente, o real interesse daqueles que diziam lutar por uma democracia nos anos 1960/1970” (BOLSONARO, 2017, p. 05, grifo nosso) vai se desenhando.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VXyh1VNdc9c>. Acesso em: 07 abr. 2018.

Com a clara intenção de oferecer aos leitores a libertação, a salvação, a redenção, como a epígrafe com qual abre a obra: “E conhecereis a **verdade** e a **verdade** vos libertará”, através de uma linguagem simples, mas carregada de religiosidade, de afetividade, de interdiscursividade, mostrando o biografado como um homem sensível, defensor das mulheres, amigo dos negros, cidadão de bem. Predicados que ultrapassam as linhas da obra, compondo a construção da imagem pública para subir aos palanques e moldar as versões ao sabor das circunstâncias.

Eis o relato: Jair *Messias* Bolsonaro nasceu em 21 de março de 1955, em Glicério, São Paulo, e foi registrado em Campinas “[...] pelo simples fato de que, segundo os costumes da época, só teria futuro quem tivesse em sua certidão o registro em uma grande cidade.” (BOLSONARO, 2017, p. 07). Filho de Percy Geraldo Bolsonaro e de Olinda Bonturi Bolsonaro, o nome do filho foi uma junção entre a paixão de “Gerardo” pelo futebol, uma homenagem ao meia-esquerda da seleção brasileira Jair Rosa Pinto, e a devoção pela religião católica de sua mãe “dona Linda”, cuja gravidez, segundo o relato, foi bastante complicada e atribuía o nascimento a um milagre divino: o Messias.

De origem de imigrantes italianos, vinham de uma família modesta. Seu pai, o “pé rachado” Geraldo, em referência às “[...] pessoas humildes, que andavam descalças, representando os pobres” (BOLSONARO, 2017, p. 09), era um dentista prático que aprendeu a modelar dentaduras, extrair dentes, fazer obturações mesmo sem possuir curso especializado na área, o que o levou a ser “[...] vítima de perseguição política e a represália foi trancafiá-lo numa cela na delegacia local, por exercício ilegal da profissão.” (BOLSONARO, 2017, p. 09).

Sua mãe é narrada como uma mulher engajada e, em 1964, juntamente com seus filhos (Bolsonaro com nove anos, à época), participou “[...] da ‘Marcha da Família com Deus pela Liberdade’, em defesa da democracia.” (BOLSONARO, 2017, p. 11). Uma construção discursiva para ratificar uma premissa pela qual defendeu (e defende): “Ou seja, só houve golpe nos livros de ‘estória’ do MEC.” (BOLSONARO, 2017, p. 21), contrariando estudos acadêmicos e pesquisas historiográficas.

Em 1966, a família mudou-se para Eldorado Paulista, em São Paulo, um verdadeiro Patrimônio Natural da Humanidade que não se transformou em “[...] desenvolvimento e benefício para a população local, especialmente pelas amarras da indústria de demarcação de terras indígenas e áreas de proteção ambiental.”

(BOLSONARO, 2017, p. 12). O narrador aproveita a oportunidade para se posicionar contra a demarcação de terras indígenas, apontando o posicionamento do clã Bolsonarista que, certamente, confronta a lei magna do País, a Constituição Federal de 1988, que determina o “direito originário” das terras indígenas, cabendo à União a demarcação, proteção e preservação.

Em Eldorado, Bolsonaro cresceu, embrenhando-se “[...] na mata, sozinho, puxando o seu burro em busca de palmito. Sequer imaginava que seu conhecimento da região iria mudar o rumo de sua vida.” (BOLSONARO, 2017, p. 14). “Bolsonaro e seus irmãos sempre estudaram em escola pública, naquele tempo, de boa qualidade.” (BOLSONARO, 2017, p. 12). Com isso, descontextualiza as razões pelas quais os resultados entre escolas públicas e privadas são distintos.

O narrador apresenta um biografado que era frequentador da biblioteca da cidade e lá leu “O Sistema Pert”. Também era destaque no mural da escola, figurando entre os três melhores alunos, assim, “[...] Para a alegria de muitos e desespero de alguns, Bolsonaro já oprimia, desde então, com sua foto repetida no mural de honra, geralmente na primeira colocação em disciplinas como física, português, matemática, biologia e química.” (BOLSONARO, 2017, p. 13).

“No ano de 1970, mais precisamente no mês de maio, o destino cruzou os caminhos de Bolsonaro, Carlos Lamarca e do Exército Brasileiro.” (BOLSONARO, 2017, p. 24). Dessa forma, o posicionamento ideológico de quem se diz contra a ideologia é desvelado: “Lamarca e sua quadrilha, formada por um pequeno grupo de desertores e militantes de esquerda [...] escolheram exatamente a região do Vale do Ribeira, por ser pobre, para instalarem uma base de guerrilha” (BOLSONARO, 2017, p. 27).

O Exército foi em busca de Lamarca e Bolsonaro, com apenas 15 anos de idade, mas “[...] conhecedor das matas do Vale do Ribeira”, ofereceu-se para colaborar com informações sobre a região (BOLSONARO, 2017, p. 27). “Foi assim que conheceu e se encantou pelo Exército Brasileiro, quando **sentiu tocar no seu coração**, a vontade de servir ao seu país.” (BOLSONARO, 2017, p. 28, grifo nosso). Assim, constrói-se a retórica de um chamado, uma vocação de servir ao País.

Bolsonaro era goleiro do Madureira e se viu diante de uma encruzilhada: a “[...] possibilidade de ser visto e concretizar o sonho alimentado por milhões de brasileiros, na infância, o de viver do futebol” (BOLSONARO, 2017, p. 29) ou entrar para a Escola Preparatória de Cadetes do Exército (EsPCEEx), em cuja prova havia

sido aprovado. Geraldo deu o ultimato: “Você vai pra Campinas e esquece o futebol!” (BOLSONARO, 2017, p. 29). E, assim, ele fez.

No final de 1973, prestou concurso para a Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN), um dos concursos “[...] mais concorridos do Brasil à época. Eram apenas 38 vagas para mais de 30 mil candidatos em todo Brasil. [...] O menino pobre, bom filho, estudioso e trabalhador havia conseguido uma façanha de orgulhar a família inteira.” (BOLSONARO, 2017, p. 31).

Na AMAN, Bolsonaro “[...] reagia, relutava a cumprir a ordem” (BOLSONARO, 2017, p. 35) o que o deixava mais visado que os demais colegas. Contudo, ele sabia que não era “[...] perseguição, e sim um processo de adestramento e formação de qualquer militar, com base na disciplina e hierarquia” (BOLSONARO, 2017, p. 37). Lá, “[...] Bolsonaro também tirou lição de tudo que passou e amadureceu, como militar e ser humano.” (BOLSONARO, 2017, p. 41).

Em 1978, narra-se um fato que, segundo a obra, marcou a vida do biografado, mas é notório que o objetivo é afastar a alcunha de racista que Bolsonaro foi contraindo, por seus inúmeros insultos raciais. Em um dos testes que consistia na travessia dos militares por uma falsa baiana, “Negão Celso” caiu dentro da água barrenta e afundou. Rapidamente, Bolsonaro pulou na água para resgatá-lo, conseguiu e, no acampamento, começaram a gritar: “[...] Bolsonaro, meu herói! [...] Uma evidente prova do ‘racismo’ de Bolsonaro já nos tempos de caserna.” (BOLSONARO, 2017, p. 44).

Outro fato citado como marcante, em sua vida, foi durante o curso de Salto Livre Militar na Brigada Paraquedista. Na atividade prática, Bolsonaro perdeu o controle, ao saltar, não conseguindo desviar de um prédio alto, com o qual se chocou fortemente, cujo resultado foi: “[...] quebrou os dois braços na parede e bateu violentamente com a cabeça, vindo a rachar seu capacete de motociclista.” (BOLSONARO, 2017, p. 47).

Foi levado ao Hospital Central do Exército (HCE), em Benfica, Rio de Janeiro. E ficou esquecido em uma sala especial por alguns dias, sem qualquer atendimento. Tudo isso porque o colocaram em uma sala de atendimento a pessoas infectadas pelo vírus da AIDS, uma doença desconhecida à época, relata o autor. Quando recebeu a visita de um amigo Major, expôs sua situação: “Tô largado nessa sala, cheio de dor, com as quatro patas quebradas e só quero ser operado. Meu braço já está começando a cheirar mal por causa das feridas. Me ajude a sair daqui! [...]”

(BOLSONARO, 2017, p. 48) e “[...] foi levado para uma outra sala no próprio HCE, onde foi, finalmente, operado pelo doutor Deusdeth.” (BOLSONARO, 2017, p. 49).

Em 1986, seus interesses políticos começam a ser desenhados, quando decide dar uma entrevista para a revista *Veja*, relatando a insatisfação dos militares com a questão salarial, mesmo sabendo que seu futuro na caserna poderia estar ameaçado, devido à entrevista. Embora se saiba que o gênero textual não tenha sido entrevista, isto é, a procura partiu de Bolsonaro, que encaminhou seu texto para a seção ponto de vista do periódico. Ficou preso disciplinarmente por 15 dias e, “Coincidência, ou não, em dezembro desse ano de 1986 os militares passaram a ter direito ao 13º salário” (BOLSONARO, 2017, p. 53).

Em 4 de novembro de 1987, a revista *Veja* o acusa de possuir um plano de explodir bombas de adutoras de abastecimento de água do rio Guandu, em banheiros de quartéis. Com o intuito de provocar humor e, ao mesmo tempo piedade, o narrado diz: “Surgia naquele momento o ‘Rambo-Naro’. [...] O mundo caiu em sua cabeça. Passou a ser rotulado pela mídia como terrorista. (BOLSONARO, 2017, p. 57).

Todavia, todos esses ataques tratavam-se “[...] daquela famosa máxima de Lênin para orientar os comunistas a vencerem a disputa de narrativas em qualquer situação, já que a verdade nunca está ao lado deles: ‘xingue-o do que você é, acuse-o de fazer o que você faz.’” (BOLSONARO, 2017, p. 57). O processo de vitimização de Bolsonaro desenhava-se, sobretudo, por um grupo que levanta a bandeira contra a vitimização, contra a sociedade do politicamente correto e o “mimimi”.

Foram feitas quatro perícias, entre manipulações e pressões para excluí-lo, diz a obra. Todavia, em 1988, o STM, por 9 votos a 4, decidiu arquivar o processo administrativo e manter o capitão nas fileiras do Exército Brasileiro. “Definitivamente - e graças a Deus - Bolsonaro é completamente diferente de Lamarca.” (BOLSONARO, 2017, p. 62).

No ano em que foi promulgada a Constituição, houve um pequeno atraso nas eleições, que ocorreram somente no dia 15 de novembro. Isso permitiu que Bolsonaro pudesse concorrer a uma vaga de vereador pelo Município do Rio de Janeiro – o que não seria possível se as eleições deste ano tivessem ocorrido em outubro, pois no prazo para inscrição da candidatura no TRE-RJ, em julho, Bolsonaro ainda respondia ao Conselho de Justificação. Só pode ser Deus, né? (BOLSONARO, 2017, p. 62-63)

Bolsonaro conversou com o pai sobre o futuro, que foi contra a decisão do filho em se candidatar Vereador, pois Bolsonaro deveria se tornar general do Exército e depois Presidente da República. “[...] Aos 33 anos de idade, resolveu se candidatar [...]. Talvez Geraldo [...] tenha profetizado o lugar ao qual seu filho poderia chegar.” (BOLSONARO, 2017, p. 63).

O relato constrói o discurso da política simples, sem grandes recursos. A estrutura da campanha para Vereador contava com uma moto de 250 cilindradas, dois voluntários, 30 mil cópias de santinhos, em folhas A4, camisas de fabricação caseira. A imprensa, apontada como maior parte de esquerda, tratou de persegui-lo com uma matéria produzida pelo jornal O Globo, para deslegitimá-lo, porém o ato acabou dando-lhe audiência, logrou êxito como Vereador, ratificando o seu lado na disputa ideológica.

Destaca: “De fato, a guerra ideológica que Bolsonaro sempre travou, praticamente sozinho no campo da política, não começou ontem. Muito antes de partir para a política ele já havia aprendido a importância de estar sempre do lado oposto ao da esquerda.” (BOLSONARO, 2017, p. 72). E continua:

Um jovem de 33 anos de idade, que já havia enfrentado situações delicadas na vida, com repercussão nacional, e que o levaram a tomar decisões extremamente difíceis, sob muita pressão. São inegáveis suas características de coragem, liderança, idoneidade, patriotismo, decência e tantas outras, raras de se ver concentradas em uma só pessoa - que dirá num político. Mas se você acredita que o “Homem lá de cima” deu uma forcinha para ele até agora, tenha a certeza de que **Ele continua próximo**, protegendo essa pessoa de bem, de coração enorme e que ama seu país. (BOLSONARO, 2017, p. 73, grifo nosso)

A relação com a proteção divina é salientada; os predicativos de coragem, decência, patriotismo são frisados, com o intuito panfletário de construir uma imagem simbólica remota, com uma modulação consciente dos símbolos Deus, Família e Pátria. E continua: seu ingresso na política foi por um acaso, isto é: evitar que fosse vítima de perseguição por parte de alguns superiores. Como se pode perceber, o discurso vaza e, com isso, é possível inferir que a entrada de Bolsonaro na política não se tratava de chamado, nem força do “homem lá de cima”, muito menos patriotismo, porém fuga. O então candidato a Vereador estava usando a política para benefícios pessoais.

Apesar da fuga de perseguição, o biógrafo conta que o seu biografado foi se incorporando no mundo da política, posicionando-se sobre questões nacionais,

tocando feridas que incomodavam e “[...] Como bom artilheiro, aprendeu que quando não se tem munição suficiente deve-se centrar fogo nos alvos certos, de maneira a ter mais chances de lograr êxito.” (BOLSONARO, 2017, p. 79). Tática que se tornou estratégia política, tirando o oponente político de lugar de adversário para pô-lo em lugar do inimigo, cujos efeitos deletérios têm provocado graves problemas à democracia.

Bolsonaro foi eleito, em 1990, Deputado Federal pelo Rio de Janeiro, com 67.041 votos e, aos poucos, foi se transformando em uma liderança no seio dos militares, mostrando seu interesse, eminentemente, corporativista. Com isso, as mulheres de militares participavam de manifestações pacíficas, reuniões e encontros liderados pelo Deputado, “[...] representando as vozes de seus maridos, proibidos de reivindicarem melhores salários por força do rigoroso regulamento disciplinar militar.” (BOLSONARO, 2017, p. 87) “Como pode ser comprovado, Bolsonaro sempre lutou pelas mulheres!” (BOLSONARO, 2017, p. 93). Mais uma vez, percebem-se as construções discursivas simplórias do que é defesa de grupos minoritários. Como ele sempre falava a verdade sem rodeios, salienta o narrador, foi processado por quebra de decoro parlamentar. Tem-se, portanto, a liberdade de expressão que escamoteia o discurso de ódio.

Todavia, recusava-se a fazer política de forma promíscua, não se vendendo. Em 1994, teve uma votação 70% superior ao ano de 1990, contabilizando 111.927 votos. Era a repercussão de “[...] suas posições firmes - especialmente contra a corrupção e o excesso de direitos de criminosos.” (BOLSONARO, 2017, p. 102). E continua: “[...] o ‘caminhão de votos’ só aumentava sua responsabilidade. Era um parlamentar cada vez mais visado e mais patrulhado política e ideologicamente. E daí? Aqui é Bolsonaro.” (BOLSONARO, 2017, p. 102).

Sobre a atuação como parlamentar, Bolsonaro é apresentado como alguém sempre retaliado (vítima do sistema, por aqueles que reclamam da vitimização) e justifica: “Imagina se dariam a paternidade de proposta tão popular a um adversário político que é ameaça permanente ao projeto de poder da esquerda.” (BOLSONARO, 2017, p. 105). É perceptível que o antagonismo com a esquerda é sempre ratificado, lançando mão de velhos elementos fantasmagóricos, como o comunismo associado à esquerda. Elementos folclóricos que teimam em reaparecer como cimento da coesão grupal. De caricatos passaram para, mais ou menos, dominantes.

O Deputado também foi assediado, nos bastidores, para participar do toma lá dá cá. Assim, mostra que ele sabia do esquema, mas manteve-se distante, apontando para a suposta honestidade. “E por que Bolsonaro não denunciou? E como faria isso, com que provas, uma vez que a corrupção não deixava recibo? Infelizmente, não havia uma Lava Jato à época para jogar luz sobre essa podridão e punir os corruptos.” (BOLSONARO, 2017, p. 107). A Lava Jato é apresentada como a engrenagem anticorrupção, embora já se saiba das manobras entre procuradores, policiais, juízes com diálogos conspiratórios e ilegalidades. Além disso, segundo Bolsonaro, já Presidente da República, em outubro de 2020, declarou, em suas redes sociais, que a Lava Jato finalizou as atividades, uma vez que a corrupção não mais existe no Governo.

Mas o espantinho da esquerda e a retórica do outro como inimigo sempre povoou o imaginário bolsonarista, alimentando o discurso bélico. Sobre a sugestão de fuzilamento do então Presidente Fernando Henrique Cardoso, a obra justifica:

Foi no contexto em que o país se encontrava, de grave crise econômica, recessão, com uma série de escândalos de corrupção vindo à tona e o governo FHC usando a máquina governamental para barrar CPIs e investigações, que Bolsonaro sugeriu seu fuzilamento. (BOLSONARO, 2017, p. 111)

Bolsonaro usava a expressão fuzilamento, segundo o narrador, como força de expressão; a esquerda tentava cassar suas opiniões e a imprensa levava seus discursos ao pé da letra. Mas Bolsonaro, apesar de estar aberto ao diálogo e ao convencimento, via argumentação, não muda seus princípios.

Defende aquilo que acredita ser o certo e, em meio a tantos políticos que mudam de opinião somente para agradar um segmento ou em troca de vantagens indevidas, sua coerência o singulariza. Talvez essa seja uma das razões para que tantos brasileiros o enxerguem como alguém que não pertence à classe política, como alguém de fora, que representa exatamente o antissistema, mesmo sendo um Deputado já no sétimo mandato. Se, por um lado, suas falas são constantemente distorcidas e retiradas do contexto por grande parte da mídia para, propositalmente, atacar sua imagem pública, por outro, sua maneira autêntica e espontânea de falar as coisas dão credibilidade a suas posições - sem falar nas suas “mitadas”. (BOLSONARO, 2017, p. 116-117)

Assim, Bolsonaro, a partir do exposto por seu biógrafo, não perdia a oportunidade de marcar sua posição ideológica, seu suposto legado de coerência, de opiniões cristalizadas, colocando-se ao lado oposto dos políticos tradicionais que,

por fazer uma política conciliatória, buscam ser o porta-voz, o representante do povo, como sugere etimologicamente a palavra democracia.

E o político do sistema antissistema “[...] Resistiu à espiral do silêncio imposta pela esquerda sobre alguns temas, como o debate franco sobre o período dos governos militares, e despertou a curiosidade de milhares de estudantes, que foram buscar conhecimento em outras fontes” (BOLSONARO, 2017, p. 130). Nesse caso, o clã, o olavismo, os *think tanks* como essas fontes oficiais e inquestionáveis.

Tudo isso o colocou na posição daquele que sempre alertou que, no Brasil, tão ou mais grave do que a corrupção é a questão ideológica, como a ideologia fosse sinônimo de esquerda. Além disso, o narrador discute sobre o desarmamento da população, como um tema central em governos de esquerda, que põe em risco a liberdade dos brasileiros e a própria democracia, exemplificando com a ditadura vivida na Venezuela.

Reflete ainda sobre sua conduta política ilibada, mesmo em um ambiente tão conturbado e sujo, diz a obra, fazendo ser visto pela população como um homem comprometido com suas ideias e não com vantagens políticas, diferenciando-se dos demais políticos. E entra em um assunto do qual se torna a frase lapidar de sua campanha: a defesa da família, da religião, contra a ideologia de gênero.

Em novembro de 2010, quando saía do gabinete em direção ao plenário, o Deputado presenciou o que chamou de tumulto. Era uma audiência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara, em conjunto com a Comissão de Educação, para uma plateia composta de estudiosos, nomeados, no livro, de militantes LGBT. O narrador, em forma de denúncia, diz que o governo do PT debatia, em surdina, o futuro da educação do País. Bolsonaro não acreditava que estava presenciando tamanho absurdo, à revelia do que pensam os pais dos alunos.

Bolsonaro **estava convencido** de que era um ataque à família e uma tentativa de erotização das crianças, a partir dos seis anos de idade, em sala de aula. Para que todos pudessem compreender do que se tratava aquele material - que era composto de cartilhas e filmetes que incentivavam crianças a práticas homossexuais e à sexualidade precoce - criou o termo “kit-gay”. (BOLSONARO, 2017, p. 147, grifo nosso)

Assim, em uma visão moralista e binária de simplificação da realidade social, um sentimento profundamente humano, o medo, foi explorado por Bolsonaro como ferramenta política que produziu um inimigo imaginário em comum: o *kit gay* e,

consequentemente, a sociabilidade homoafetiva, como mobilizadores das paixões irracionais. Bolsonaro estava convencido de que era um ataque à família e isso já era o suficiente para a fabricação de um espantalho, amalgamado no termo *kit gay*.

Desse modo, o narrador argumenta que milhões do dinheiro dos contribuintes eram gastos para, supostamente, combater a homofobia, mas na prática pretendiam incentivar o sexo precocemente das criancinhas, atacando a célula-mãe da sociedade: a família. “Bolsonaro denuncia ao Brasil o ‘kit-gay’ nas escolas” (BOLSONARO, 2017, p. 149), em 2010, tornando pública aquilo que chamou de aberração. “A reação dos movimentos LGBT foi imediata e o rótulo de ‘homofóbico’ foi prontamente usado para tentar constranger e calar Bolsonaro.” (BOLSONARO, 2017, p. 148).

Esse triste quadro reforça a importância de termos uma ‘escola sem partido’, que garanta a liberdade de opinião dos alunos, sem que sejam constrangidos ou prejudicados por terem posicionamento diverso dos professores sobre determinados temas, bem como preserve a autoridade dos pais junto a seus filhos. (BOLSONARO, 2017, p. 151)

Com isso, é visível como uma tradição é “inventada”, “forjada”, como um fio condutor passa a ser articulado e pautas vão se desdobrando, tornando-se uma necessidade, utilizando-se de elementos antigos (a autoridade hierárquica dos pais em relação aos filhos) na elaboração de novos dizeres (o Movimento Escola Sem Partido).

Nesse contexto, Bolsonaro é colocado como o representante dessa luta, afirmando que “[...] A guerra é a favor da inocência das crianças em sala de aula. É pelo direito dos pais sobre seus filhos, que por eles devem ser educados, e não pelo Estado, nas escolas.” (BOLSONARO, 2017, p. 154). O narrador esclarece que, como o tema era novo para todos, as propagandas de desinformações em toda grade de televisão, rádio e jornais foram responsáveis por distorcer o tema (uma perseguição generalizada) e, na falta de argumentos, passaram a xingá-lo ou criticá-lo de homofóbico, misógino, fascista, nazista etc. Ele passou a buscar um canal para esclarecer à população os fatos e as redes sociais foram esse espaço. “Com a verdade ao seu lado tudo ficava menos difícil.” (BOLSONARO, 2017, p. 155).

E o biógrafo continua justificando a figura de Jair Bolsonaro como um homem que respeita a diversidade, que foi tratado injustamente pelo conglomerado das mídias e, por isso, precisa lutar pela verdade. Além de fazer justiça à memória dos

militares (chamados no livro de os heróis nacionais), que estavam sendo marginalizados por uma malfadada “Comissão da Verdade”, que como é sabido foi instaurada para criminalizar os atos lícitos dos supostos “heróis da Pátria”.

Próximo ao fim do livro, o narrador retoma o tema da corrupção. “Bolsonaro incomoda demais o sistema e virou questão central para a esquerda assassinar sua reputação” (BOLSONARO, 2017, p. 174). “Nas eleições de 2014, 1.428 candidatos de quase todos os partidos receberam doações da empresa [JBS]. Mas só um teve a postura diferente, de devolver. Quem, quem, quem? Jair Bolsonaro! E quem é o único acusado [...]? Jair Bolsonaro!” (BOLSONARO, 2017, p. 173).

É reforçada a ideia de que ele não tinha “rabo preso” com ninguém e mostrava o que é fazer política de forma autêntica, transparente, com a verdade ao seu lado e sempre defendendo aquilo que acredita. O biógrafo salienta que não foi fácil, pois Bolsonaro passou por muitas dificuldades, injustiças, perseguição, emoções “[...] permitindo deixar algumas lágrimas escorrerem por seu rosto” (BOLSONARO, 2017, p. 183). E frisa: homem também chora, com a tentativa de humanizar o homem e lembrar uma interdiscursividade bíblica do herói: “Jesus chorou.” Com isso, salienta o homem e o mito.

Milhões de pessoas começaram a acompanhar - e a se identificar - com seus discursos e posições sobre os mais variados temas de interesse nacional. Vídeos com uma ‘pegada de zoeira’ começaram a ser criados e publicados, espontaneamente, em perfis do Facebook dando ênfase às tiradas de Bolsonaro e atingindo grande número de visualizações. As postagens viralizaram de forma avassaladora. Assim foi forjado o termo ‘Bolsomito’. [...] [Bolsonaro] percebeu que tinha uma missão pela frente. Nunca teve a intenção de representar algo tão grande e importante na vida de milhões de brasileiros: a esperança. Passou a encarar tudo como uma missão de Deus. (BOLSONARO, 2017, p. 165,184)

O representante messiânico, que por coincidência tem Messias no nome, é apresentado por um rearranjo de memórias, cuja transcrição traz a temática da salvação à baila. Não foi raro que eu encontrasse, nos *ciberespaços*, o desenho da construção de uma imagem pública para o então Deputado com os seguintes predicadores: “o’ Presidente”; “o mito”; “melhor candidato”; “esperança para um Brasil melhor, mais justo”; “o remédio para o Brasil”; “honestidade”; “postura de valor”; “candidato que renoverá a fé no país”¹⁶. Parte dessas dizibilidades, vale

¹⁶ Todas essas menções foram escritas por e-leitores, em uma postagem do dia 24 de agosto de 2016, no *Facebook*, intitulada “Queremos Bolsonaro Presidente do Brasil”.

destacar, rememora as formações discursivas pertencentes à temática do Messianismo, *capaz de conduzir* simbolicamente a população à “salvação”. No pleito de 2018, Bolsonaro afirmou, em vários momentos, estar cumprindo uma missão divina.

Queiroz (1977) faz uma incursão sobre o messianismo brasileiro. Para ela, o fenômeno parte da premissa da crença de um salvador (um emissário ou o próprio Deus) capaz de pôr fim a uma determinada ordem (presente), vista como opressiva, perversa, má e, com isso, inaugurar um novo reino/período (futuro), visto como de justiça, virtude. Com isso, capacitado pelo poder divino, o líder carismático unifica os povos e soluciona os problemas.

E o problema da vez era o petismo e tudo que ele representava: a esquerda, a militância, as minorias, a ideologia de gênero etc. É importante destacar que esse tema salvacionista não se inaugurou com Bolsonaro, mas é concernente à memória coletiva. Mendonça (2002) salienta os arquétipos do mito do herói político estão presentes nas massas, que buscam no Estado uma materialidade capaz de tirá-los das condições de exclusões sistemáticas das teias do poder. É importante ainda acrescentar que mito é representação simbólica e não pode ser encarado como desinformação, ou mero erro, uma vez que é instrumento do agir político, enredado nas estruturas de dominação, que são históricas, marcadamente estamentais-patrimoniais-burocráticas (MENDONÇA, 2002).

É fato que a presença de heróis, salvadores, é marcante na história política brasileira. Entretanto, esse imaginário não se faz a partir do nada, mas toma como ponto de partida as estruturas de dominação. Além disso, direta ou indiretamente, diversos complexos simbólicos em torno de heróis salvadores também foram alimentados nos noticiários das mídias hegemônicas, nesse início do século XXI, ao narrar sistematicamente a desordem social, insinuando-se no palco da vida brasileira, principalmente em um momento da narrativa da indústria da crise em 2016: política, econômica, sendo cooptada na tensão entre religião (neoconservadorismo, que será abordado a seguir) e sociedade (direita alternativa brasileira, cuja retórica será destacada).

Desse modo, cabe afirmar que a obra, em pauta, pode se tornar um importante norteador para compreender como a imagem do presidencialista foi arquitetada pelo clã Bolsonarista, que se diz imbuído de “[...] um sentimento profundo de seus filhos Flávio, Carlos e Eduardo, de compartilharem, com seus

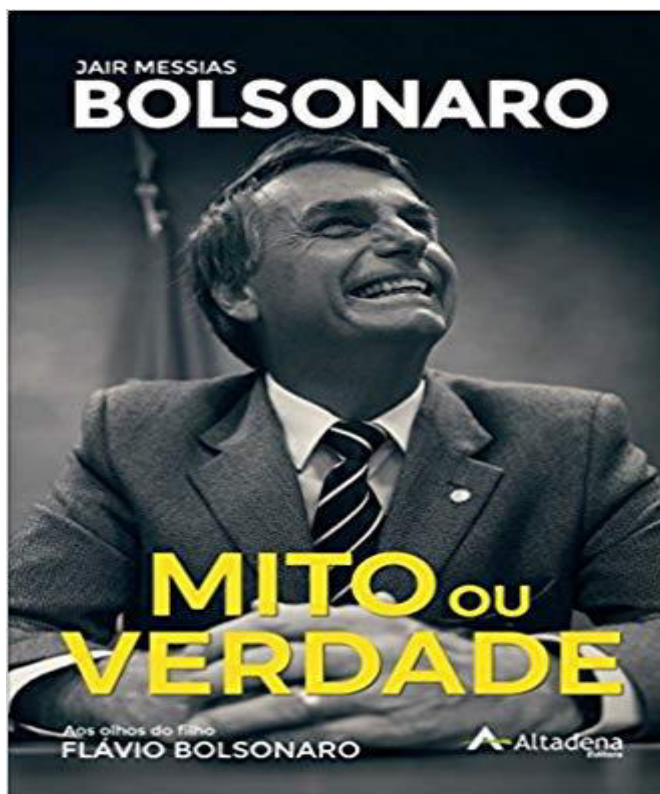
apoiadores e admiradores, passagens que marcaram a família” assim como desejam oportunizar “[...] aos que o julgam, sem conhecê-lo e com base em distorções de suas palavras e opiniões, se assim permitirem, de passar a vê-lo com outros olhos, sem preconceitos. Jair Bolsonaro abre os seus arquivos.” (BOLSONARO, 2017, p. 05-06), a fim de mostrar, de modo heroico, que nada foi fácil em sua vida, mas resultado de muita dedicação, estudo, força de vontade e vontade divina.

Com isso, percebe-se que foram propagandeados os momentos difíceis, as perseguições do sistema que o fez (e faz) sofrer, chorar “[...] sim, Bolsonaro também chora” (BOLSONARO, 2017, p. 06), além das mentiras e das distorções de suas posições, consideradas polêmicas, mas que “[...] na verdade, são apenas autênticas, coerentes e que não se curvam à chamada ditadura do politicamente correto” (BOLSONARO, 2017, p. 05).

Assim, fica clara a linguagem carregada de afetividade e de parcialidade que permeia a obra biográfica panfletária, sendo justamente a materialização discursiva e reveladora das posições do sujeito-autor e produtor dos discursos, cuja memória é o material composicional do livro e ela é um processo dinâmico que se refaz continuamente, nunca sendo recuperável da mesma forma em que os fatos ocorreram.

Entretanto, o passado é revisitado como se estivesse em conserva, pronto para ser retomado; os fatos inusitados são justificados na insistência de (re)criar uma visão heroica de um homem destemido, em que algumas passagens de sua vida podem ser “confundidas” com o Messias bíblico, como a construção: escolhido desde o ventre (por isso, tem Messias no nome); inerentemente engajado contra o sistema (participou da marcha de 64 em oposição ao comunismo, com 9 anos de idade); aos 33 anos vai confrontar o sistema (candidata-se ao cargo de Vereador e, após, Deputado Federal), enfrentando muitas intempéries para cumprir sua *missão* (perseguições, calúnias, levado perante o Supremo Tribunal); Jair chorou, porém não desistiu. E com os olhos para o alto, como pode ser visualizado na capa do livro abaixo reproduzida, e como sugere seu lema de campanha presidencial de 2018: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, o Messias dos trópicos brasileiros se coloca como detentor de um poder de representação que sugere não vir dos homens, mas da história, do destino e até de Deus, em uma vocação da qual se põe como preparado humilde, alegre e prontamente para a missão (uma missão que se diz messiânica).

Ilustração 3 – Capa do livro “Mito ou Verdade”



Fonte: Acervo da autora

Desse modo, a construção textual da Biografia, a relevância da comunicação de massa (televisão, rádio e, sobretudo, *internet*), na interlocução com os eleitores e e-leitores, não são simplesmente uma mera falsificação da realidade, mas uma construção simbólica que encontrou eco na mentalidade coletiva, por isso ganhou adesão.

2.2 UMA RADIOGRAFIA BRANCA, MASCULINA, ELITISTA, JUDAICO-CRISTÃ DO VOTO BOLSONARISTA

Traçar um perfil nem sempre é uma tarefa fácil. Ainda mais quando o feixe de luz pretende ultrapassar os aspectos iconográficos, para visualizar a espinha dorsal de um fenômeno. Ademais, quando se trata de fenômenos complexos, em gestação, cuja materialidade se concretiza (e renova-se) por uma variada camada de adesão: religiosa, psicológica, sociológica, cultural, econômica, histórica. Camadas que não é possível apreender em um só estudo, usando de um único método. A imagem, às vezes, escapa e pode solicitar novas estratégias, novos exames, novas leituras e novas chaves interpretativas.

De longe, Jair Bolsonaro parecia apenas um político apático na atividade parlamentar, representando o chamado “baixo clero” da política brasileira, sem apoio entre os seus pares parlamentares para vencer um cargo majoritário do Executivo, em um país com dimensões continentais, cheio de heterogeneidade, de partidos fisiológicos, de um presidencialismo feito por coalizão.

Bolsonaro chegou surfando nas ondas do conservadorismo radical, como já fizeram antes Éneas Carneiro¹⁷ (candidatou-se para Presidente em 1989, 1994, 1998 e, para Prefeito de São Paulo em 2000), Levy Fidelix (em 1998, 2000 e 2002 para o Governo de São Paulo; 2010 e 2014 para Presidente), entre outros, com seus modos tão caricaturados que não encontravam ecos significativos e, por isso, eram considerados sem densidade cognitiva e política para subirem a rampa do Palácio do Planalto etc.

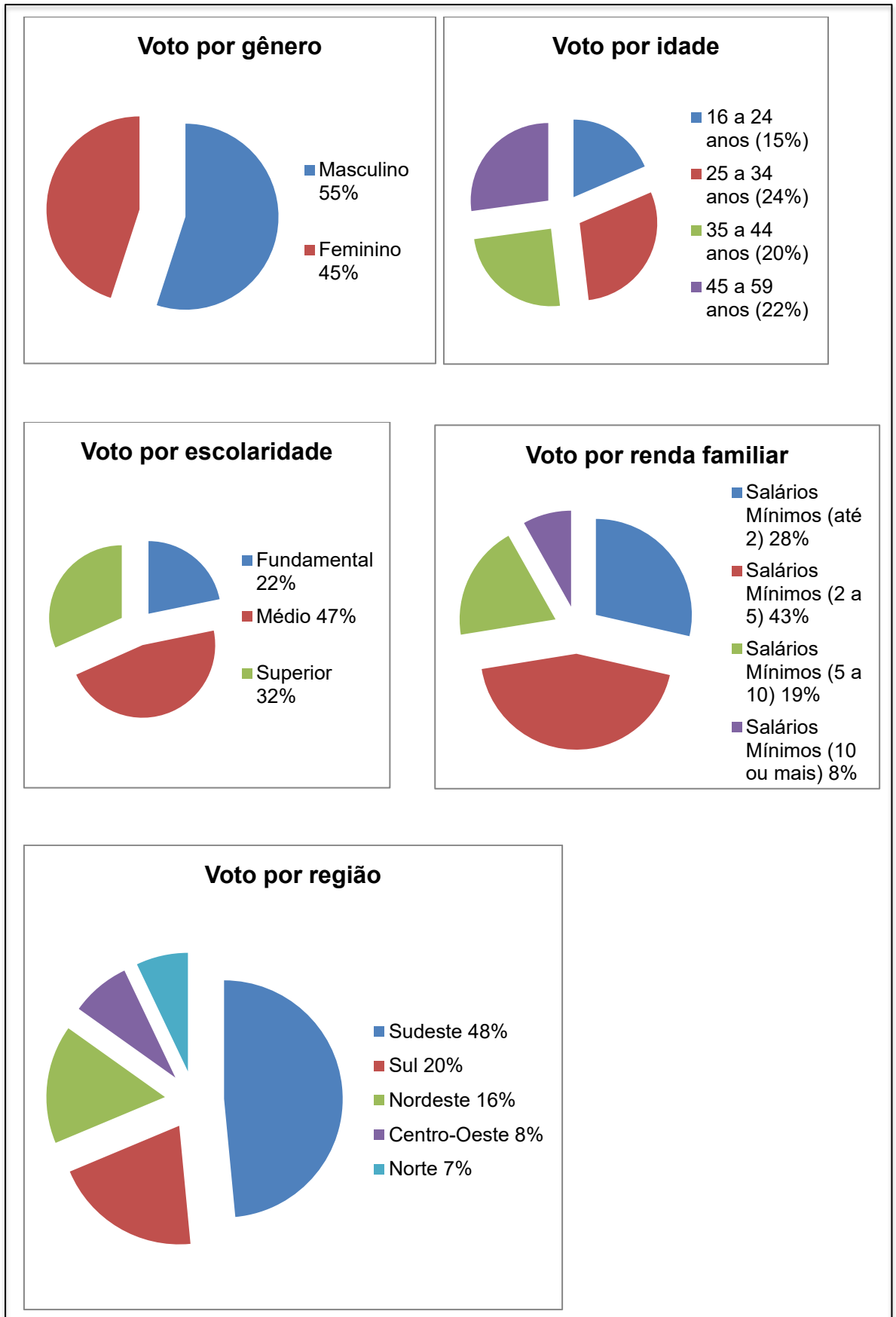
De perto, foi possível perceber que o então Deputado estava mobilizando um conjunto de categorias que vão da práxis política ao imaginário social coletivo, requerendo análises sociológicas, psicológicas, históricas, antropológicas que compreendam como se revestiu e se revestem o assentimento.

Em pesquisa do Datafolha, em 02 de outubro de 2018¹⁸, antes da eleição do primeiro turno para Presidente da República do Brasil, com intenção de votos em 32%, o perfil do eleitorado de Bolsonaro, conforme divisão dentro das faixas de gênero, idade, escolaridade e região, configuram-se da seguinte forma.

¹⁷ É importante frisar que Bolsonaro e seus filhos têm um enorme apreço pelo acreano Éneas Carneira. Os Deputados Eduardo Bolsonaro e Jair Bolsonaro propuseram a Lei 7.699 para que o cardiologista, por seu nacionalismo e oposição ao comunismo, fosse “[...] incluído no Livro dos Heróis e Heroínas da Pátria - lista de personagens que, segundo página do Senado, ‘protagonizaram momentos marcantes da história do Brasil’ e tiveram seus nomes aprovados em votação no Congresso e que conta atualmente com 41 nomes, entre eles Tiradentes, Zumbi dos Palmares, Dom Pedro 1º, Santos Dumont, Chico Mendes, Getúlio Vargas e Heitor Villa-Lobos”. (FELLET, s/p, 2017). Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40833881> Acesso em: 04 nov. 2020.

¹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/pesquisa-datafolha-veja-perfil-dos-eleitores-de-cada-candidato-a-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-e-regiao.ghtml>. Acesso em: 02 mar. 2020.

Ilustração 4 – Gráficos de porcentagens de votos



Fonte: Produção da autora, a partir da pesquisa do Datafolha, em 02 de outubro de 2018.

Em contraponto, o perfil dos eleitores do candidato em segundo lugar, nas intenções de votos, o petista Fernando Haddad, contabilizou o seguinte perfil. Sexo: 50% masculino, 50% feminino. Idade: 16 a 24 anos 13%, 25 a 34 anos 20%, 35 a 44 anos 21%, 45 a 59 anos 27%, 60 anos ou mais 19%. Escolaridade: Fundamental 43%, médio 40%, superior 17%. Renda Familiar: até 2 salários mínimos (SM) 57%, 2 a 5 SM 30%, 5 a 10 SM 7%, 10 SM ou mais 4%, recusa ou não sabe 3%. (Dos eleitores de Bolsonaro que recusa ou não sabe a renda também é 3%). Região: Sudeste 29%, Sul 10%, Nordeste 45%, Centro-Oeste 7%, Norte 9%.

Carreirão (2002), em seu estudo sobre o comportamento eleitoral, nas eleições brasileiras de 1989 a 1998, salienta que a forma pela qual o eleitor vota varia muito de acordo com a escolaridade, logo com a renda familiar. Nas eleições de 2018, conforme apontaram Singer e Venturi (2019), Bolsonaro foi, aos poucos, estendendo o seu raio para os segmentos de menores rendas, com 41% das intenções de votos, entre os intermediários inferiores (grupo de dois a cinco salários mínimos mensais), consolidou-se entre os mais ricos, com 55%, e no setor intermediário superior (grupo de cinco a dez salários mínimos mensais) apresentou 51% das intenções de votos. Apenas na faixa dos mais pobres, com até dois salários mínimos, o petista Fernando Haddad liderava com 29% contra 25% para Bolsonaro.

Esse perfil, portanto, pode remeter ao seguinte questionamento: como uma agenda privatista, neoliberal, de Estado Mínimo teve uma adesão considerável entre os setores intermediários (classe média) e parte dos mais vulneráveis, com o teto de até dois salários mínimos? Carreirão (2002) destaca que a direita tem uma forte penetração entre os setores de menor *status* da população. Em uma sociedade em que os valores neoliberais ganham mentes e corações, em que os ideais burgueses são requeridos para uns no poder de compra, no consumismo; para outros, na escolarização, na linguagem padrão, na busca por “ser alguém na vida”, na determinação do gosto e dos bens simbólicos de consumo, o *status* é almejado.

Outro ponto que merece destaque é a participação do eleitorado no sufrágio. Em 2018, não ocorreu um aumento da participação, uma vez que a soma dos votos brancos e nulos chegaram a 8,8% e a taxa de abstenção ficou em 20,3%, no primeiro turno. Esses dados não são atípicos, nem podem ser lidos como um desencantamento, especificamente com a eleição de 2018, mas mostram um cenário de desinteresse reiterado historicamente, haja vista que os votos brancos e

nulos estiveram próximos a essa porcentagem nas eleições de 2006, 2010 e 2014 e abstenção manteve-se na média das eleições eleitorais anteriores – oscilando entre 17% e 22%, exceto no ano de 1989, cujo patamar foi de 12%, em uma eleição atípica (o primeiro Presidente de votação direta, depois de 27 anos, e sem votação para outros cargos). (SINGER; VENTURI, 2019).

Ao final do segundo turno, Bolsonaro teve os melhores resultados nas cidades mais ricas e mais brancas. Domingues (2019) destaca que o Presidente eleito obteve até 75% dos votos em municípios com renda média ou alta, no primeiro turno. Todavia, apesar da razão neoliberal ganhando mentes, corações e igrejas (como abordarei mais adiante), Bolsonaro não chegou acima de 25% em muitas localidades pobres. O historiador ainda lembra que as divisões raciais também foram perceptíveis nas votações do segundo turno. Bolsonaro venceu em 85% dos municípios de maioria branca, a grande parte desses municípios localizada no Sul do País.

Um olhar quantitativo dos dados aqui apresentados pode ajudar na reflexão qualitativa, sugerindo que se está diante de uma eleição com marcadores sociais de classe, raça, regionalidade, reiterados no discurso Bolsonarista, que usou da retórica de um governo da maioria: branca, masculina, heterossexual, cristã. Entretanto, Bolsonaro também levantou a bandeira da mudança e é importante destacar que a mudança foi muito mais um retorno a um tempo social de falta de representação das minorias, de sublevação da maioria hegemônica e dos privilégios socioculturais, em uma retórica de segurança, de previsibilidade aos moldes idílicos de uma natureza aparentemente bucólica, pacífica de tipos ideais idealizados.

Sobre a retórica da segurança, Kahil (2018) apresenta uma análise dos sete mandatos de Bolsonaro, a partir de dados produzidos pela XP Investimentos. Durante a sua atuação política, as propostas para esse tema são, na maioria, corporativistas. Conforme o levantamento, das 435 proposições analisadas, 46% apresentam cunho corporativista, 10% são de proposições relacionadas ao porte de armas, 9% estão associadas a matérias penais e 5% são em contraposição a pautas chamadas de esquerda. As outras categorias não chegam aos cinco pontos percentuais e outras matérias acumulam 15%. Os resultados mostram uma discrepância entre o discurso e a prática. No discurso, o tema da Segurança Pública é uma bandeira constante de Bolsonaro, o que não se revelou na prática parlamentar.

É importante pontuar que a capacidade administrativa também é uma variante importante no esquema analítico do voto, segundo Carreirão (2002). Sendo assim, questiono-me: como Bolsonaro convenceu o seu eleitorado de possuir competência administrativa, uma vez que nunca ocupou cargo do Executivo, nem foi relator de projetos de leis relevantes, além de não ter sido escalado para nenhuma Comissão Parlamentar, em três décadas como congressista? Por que essa inexperiência no Executivo ou a sua atuação parlamentar apática não foi interpretada como incapacidade ou inarticulação política? Além disso, em muitos momentos, durante a campanha de 2018, o então Deputado disse que não entendia de muitos temas, inclusive sobre economia, por que essa alegação não o prejudicou?

Carreirão (2002) lembra que a decisão em quem votar é bem mais complexa do que supostos diagnósticos simplórios. Vários condicionantes estão atrelados à construção de imagens conceituais e a tipos ideais idealizados em que o leitor votará. O estudioso explica: o eleitor elabora um esquema analítico básico, em que o perfil do candidato ideal é formulado. Assim, o candidato que tiver sua imagem mais próxima do perfil ideal, junto ao eleitorado, tende a vencer as eleições (CARREIRÃO, 2002). Considero que parte do eleitorado de Bolsonaro tinha consciência de sua incapacidade administrativa, assim como o próprio ator político. Todavia, a inabilidade foi usada como estratégia política, como discurso profícuo. Os pontos fracos foram sendo ressignificados em pontos fortes, via um pacto de leitura da realidade, como pontuei no decorrer desta produção.

De um lado, alguns eleitores liam a alegação de não saber de economia, de estar estudando, querendo aprender, como um reconhecimento do político, como um ato de coragem, como alguém diferente de todos os outros, que mentem, fingem. Bolsonaro, por sua vez, é visto como um *outsider*. Com isso, o *marketing* do presidenciável usou esse desconhecimento para levantar a bandeira de um governo técnico que seria gerido sem o velho “toma lá dá cá”, mas por profissionais, como o seu guru econômico, Paulo Guedes, nomeado por Bolsonaro de seu Posto Ipiranga (bordão que alude a uma campanha publicitária de um posto homônimo, onde o cliente encontra não só combustível, mas tudo o que precisa).

Para parte do mercado financeiro e da classe empresarial a terceirização do Ministério da Economia passou a ser vista como positiva. Apesar do histórico com tendências estatizante, Bolsonaro disse que evoluiu para a cartilha liberal e acenou para o mercado dizendo ser contra a tributação maior para grandes fortunas, ser

favorável a menos fiscalização em empresas, comprometer-se a nenhum imposto sobre heranças, intensivar mais privatizações, encampar Reformas Trabalhistas com o discurso de “menos direitos e mais empregos”.

Destaco que os critérios subjetivos, como emoção e intuição, foram altamente relevantes na escolha eleitoral de 2018. Até a avaliação de capacidade administrativa (terceirizada para o Posto Ipiranga, como Ministro da Economia, e para uma equipe técnica), de credibilidade e de honestidade (suposta ficha limpa) passou pelo crivo da subjetividade, das escolhas interpretativas. Carreirão (2002), em contraponto, alega que o eleitor “irracional”, que vota segundo critérios altamente subjetivos, como “emoção” ou intuição, parece ser minoritário no País.

Singer e Venturi (2019) pontuam que as expectativas de muitas mudanças estavam presentes em diferentes extratos sociais, com algumas especificidades. A busca por segurança pública, o carisma seguido da identificação com as propostas se destacaram mais nitidamente entre as motivações das classes menos favorecidas; ao passo que os eleitores de classes mais altas se identificaram com a identidade da proposta, seguida pelo perfil militar e o combate à corrupção, isto é, uma identificação ideologicamente de caráter autoritário, antiesquerda e neoliberal.

Não é o meu objetivo escalonar quantitativamente as motivações emocionais, mas existem dados empíricos e pesquisas bibliográficas para sustentar a tese de que a emoção foi uma forte tônica das eleições de 2018. Ademais, não considero os critérios subjetivos como escolhas meramente irracionais, mas justificativas estimuladas por critérios baseados em escolhas com causalidades tidas como racionais, como o medo da violência urbana, da crise financeira, do desemprego, da imprevisibilidade, da desintegração da família, da sexualização precoce das crianças etc.

Esses temas foram reiterados pelo presidenciável em sua campanha eleitoral. A agenda moral foi (e é) o seu palanque político, como abordado ao longo desta tese. Desse modo, as opiniões sobre a realidade, em dissonância aos fatos, e os medos surgem como interpretação dos fenômenos sociais, embora não se tenham dados concretos que comprovem determinadas leituras da realidade, como a “mamadeira de piroca¹⁹”, do *kit gay*. Não posso deixar de ratificar, que constatei

¹⁹ O termo foi reiterado na campanha presidencial de 2018. Segundo Bolsonaro, no kit gay (alusão ao material educativo Escola Sem Homofobia, no governo da Ex-Presidenta Dilma Rousseff) havia uma

muitas leituras da realidade que se deslocaram da observação dos fatos e se colocam como opinião, subjetividade poluída de desinformação, pós-verdade, autoverdade e *fake news*, como um jogo político que surgiu efeito.

Tudo isso dentro de uma lógica neoliberal, aliada ao neoconservadorismo, na propulsão da candidatura de Jair Bolsonaro. Não pretendo ser exaustiva, tampouco liquidar as possibilidades interpretativas sobre o perfil, pois não é possível em um único estudo. Entretanto, apresento, no decorrer desta produção, uma chave de leitura ensaística sobre o trigésimo oitavo Presidente, a partir de 2019, da República Federativa do Brasil, Jair *Messias* Bolsonaro.

Para tanto, reconheço que a invenção do mito bolsonarista não é uma imagem neutra, não é atemporal, nem descontextualizada, mas é produzida dialogicamente; tem significados escolhidos antecipadamente; dirige-se ao outrem (mesmo que esse outrem, *a priori*, seja o produtor); possui regras gerais de níveis de convencionalidades socioculturais para serem aceitas; está absorvida de tempo, pois, de uma maneira ou de outra, não há imagens efetivamente significativas sem contexto.

Sendo assim, saliento que a divisão em seções temáticas e teóricas a seguir é apenas uma escolha metodológica, uma vez que os temas não são estanques, mas se interpenetram e se retroalimentam. Além disso, esclareço que muitas outras possibilidades de abordar a imagem não foram ressaltadas e até as traçadas não estão encerradas. São pontos continuativos a serem completados pelo tempo, por outras pesquisas, pelo transcorrer da História. A seguir, apresento uma chave interpretativa: o diálogo teórico sobre a construção de imagens e seus espetáculos, para compreender um pouco mais o fenômeno Bolsonaro.

3 POR UMA CARTOGRAFIA DA IMAGEM

Para qualquer lugar que se olha, existem imagens (JOLY, 2007). Mas, o que é imagem? Como defini-la? Ao primeiro olhar, a conceituação da imagem parece colocar você e eu, leitor(a), diante de uma tarefa de fácil execução. Afinal, quem não sabe o que é imagem, onde elas mais circulam e o que elas querem dizer? A familiaridade com o objeto dá a impressão de transparência, de que tudo aquilo que é preciso está lá. Logo, elas são vistas como autossuficientes; basta tão somente olhar.

Além disso, as imagens são tidas como visuais, gráficas, cujas materialidades concretas presumem não causar muita dúvida em nomear, em interpretar. Mas o que é possível dizer das imagens que se reproduzem, sobretudo, no crivo de construções mentais? daquelas a que aparentemente não há um referente imediato e, por isso, necessitam de construções simbólicas mais elaboradas?

Assim, ao se chegar mais perto de certas imagens, como as políticas, a exemplo da de Bolsonaro, é perceptível que a imagem é prenhe de significados. É necessária uma análise mais diligente, já que ela é abundante, criativa, como também polissêmica, heterogênea, indo do campo das Artes ao campo da Sociologia, da Antropologia, da Religião, da Psicologia, da Comunicação Social.

O ser humano, como ser de linguagem, como ser simbólico, constitui-se e é constituído por imagens. Da tradição judaico-cristã, com o imperativo inicial de “Façamos o homem à nossa ‘Imagem’” à sociedade da Revolução Digital, com a *World Wide Web* (www), a imagem tem se feito presente. Mas de que imagem se falar? Quais são as suas noções, usos e significados?

Joly (2007, p. 29) destaca:

Uma visão panorâmica das diferentes utilizações da palavra “imagem”, ainda que não exaustiva, provoca vertigens e traz-nos à lembrança o deus Proteu; parece que a imagem pode ser tudo e também o seu contrário – visual e imaterial, fabricada e “natural”, real e virtual, móvel e imóvel, sagrada e profana, antiga e contemporânea, ligada à vida e à morte, analógica, comparativa, convencional, expressiva, comunicativa, construtora e desconstrutora, benéfica e ameaçadora.

Como já evidenciado, o emprego da palavra imagem é amplo, heterogêneo, polissêmico e complexo. Com diferentes utilizações, no seu uso naturalizado do senso comum às definições pretensamente científicas, a imagem pode ser religiosa,

gráfica, ótica, física, midiática, psíquica, social, política, antropológica, comunicacional, além disso, é possível associá-la a noções tidas como essencialmente dicotômicas a exemplo de: sagrada e profana, fabricada e natural, real e virtual, produtora do conhecimento e da distração etc.

É consenso entre uma parte dos estudiosos que, a partir do século XX, vive-se na Civilização da Imagem (HUYGHE, 1965; JOLY, 2007), na idade do vídeo (SANTAELLA; NÖTH, 2008), no Século da visualidade (GOMES, 2004). Obviamente, não pretendo, com a constatação, afirmar que a imagem surgiu no século XX, pois da arte rupestre na pré-história até os dias atuais o homem tem usado a imagem como um dispositivo comunicativo, como modo de expressão das suas capacidades imaginativas. Intento afirmar, portanto, que o *status* da imagem se modificou, ontológica e simbolicamente, assim como a forma como repercute e pelas quais ela se expõe, manifestando as marcas da história e da cultura, que orienta a percepção e a apreensão dos objetos, dos fenômenos.

Desse modo, uma definição teórica da imagem torna-se um empreendimento desafiador. De um lado, tem-se aqueles que acham saber tudo sobre a imagem (logo, tida como naturalizada), por isso nada há a acrescentar; ao passo que, do outro lado, tem-se os que a abordam como manipuladora, que capta as emoções, a consciência, sendo decifrável apenas para aqueles que são iniciados, proficientes, por isso é melhor ser evitada. Cito os dois tipos para exemplificar, mas não descarto outras possibilidades.

Assim, a compreensão da imagem é envolvida por um leque de significados (JOLY, 2007) e a interpretação passa pelo crivo do lugar do sujeito social, da exterioridade sociocultural, da vertente teórica, apoiando-se, portanto, em dados verificáveis, possíveis. Com isso, a presença ou a ausência desses ou daqueles elementos, na imagem, fazem parte de uma escolha, visando determinadas funções sócio-comunicativas, intencionalidade, coerência, aceitabilidade, informatividade, situacionalidade, fatores da textualidade, que possuem função sócio-comunicativa, já que a imagem também é texto, pode ser lida e interpretada.

Para alguns estudos, como os de Debray (1993), a centralidade da produção cultural da imagem é situada sócio-historicamente e deve-se ao fato da passagem de uma cultura eminentemente oralizada para a tecnologia da escrita (grafocêntrica)

e, posteriormente, a ênfase na era da visualidade, a ascensão da videosfera²⁰, e, recentemente, acrescento, da *memeficação*. Nessa perspectiva sócio-histórica, a imagem é eminentemente visual, material, referencial, de apreensão gráfica/ótica mais ou menos imediata.

Gomes (2004) destaca que a imagem apenas como visual e/ou plástica é uma interpretação primária, pois busca meramente destacar a analogia que se esconde na homonímia. Na concepção do estudioso, há uma simples justaposição não hierárquica. Todavia, é importante se perceber a imagem além de seus componentes plásticos, mais imediatos.

Para outros estudos, a imagem também pode ser entendida de modo *lato sensu*, ou seja: como associações mentais sistemáticas que servem para identificar um objeto, uma pessoa, uma profissão, atribuindo-lhe certo número de predicados sócio-culturalmente elaborados (JOLY, 2007). Nessa perspectiva, a imagem é simultaneamente visual e mental, simbólica, esquematizando conceitual e visualmente as pessoas, os objetos, de modo conotativo.

Gomes (2004, p. 246), por sua vez, interpreta essa segunda perspectiva como uma relação hierarquizada, constituída na ideia de analogia conceitual, tendo-se um fenômeno de uso figurado, “[...] um tipo de representação fundada no modo de figuração visual e só analogicamente falando é que poderia vir a designar qualquer representação”. E esse modo de perceber a imagem mental, poderá nos ajudar a compreender melhor a invenção da imagem pública de Bolsonaro, uma vez que analogicamente ela representa.

É importante frisar que não vejo, neste estudo, as abordagens de modo cindido, como domínios estanques, incomunicáveis e impenetráveis. Neste sentido, Santaella e Nöth (2008, p.15) salientam que:

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

²⁰ Essa divisão em etapas é profícua na área das Ciências Humanas e Sociais. Debray é um dos estudiosos que, em sua reflexão sobre a história do olhar no Ocidente, ordena a História em fases nomeadas de Logosfera, Grafosfera e Videosfera, todas vinculadas com a produção cultural. ver: DEBRAY. R. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*. Petrópolis: Vozes, 1993.

representações mentais. Ambos os domínios da imagem não existem separados, pois estão inextricavelmente ligados já na sua gênese. Não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais.

Concebo a imagem pertencendo simultaneamente a dois domínios, como representação visual (objetos materiais, caracterizando o ambiente visual) e como representação mental (competência imaterial das imagens na mente). Em qualquer uma das concepções há um ato de remetimento ao mundo, a partir do critério da analogia como central. Só assim, é possível compreendê-la e atribuí-la coerência.

Essa analogia pode 1) remeter e reproduzir algo presente na consciência imediata, logo são signos rememorativos que lembram algo via semelhança, isto é, funcionam ontologicamente, ou a analogia pode ser uma 2) escolha indexical, representando algo substancialmente diverso das regras pré-estabelecidas, isto é, olha-se para o objeto representado de modo conotativo, via mimeses, via metáforas e, assim, funcionam semioticamente²¹. (SANTAELLA; NÖTH, 2008).

Desse modo, saber lidar com esses dois domínios torna-se um desafio na construção da imagem. Ou seja, ser capaz de usar aquilo que está presente na consciência imediata, logo a matéria social percebida mais ou menos rapidamente, como usar a quebra da linearidade como recurso semiótico, logo representando de modo conotativo, torna-se um empreendimento complexo.

Saliento que Bolsonaro, com seu *marketing* político, soube utilizar-se desses domínios, juntando consciência imediata e quebra da linearidade. Havia (e há) uma disputa narrativa e ideológica de desgaste da política partidária. A interpretação de que a política se trata de um ambiente sujo, de roubalheira, de indecência, de vergonha, tem povoado o imaginário popular, na máxima: todo político é corrupto. Neste contexto, uma narrativa e um enredo foram se construindo: Bolsonaro é o candidato da moralidade, o candidato antissistema, antiPT, que surfou na onda de decepção dos eleitores com os políticos e os partidos tradicionais, explorando a insatisfação e a desilusão com o sistema de modo sistemático, colocando-se como o único capaz de enfrentar e dismantelar o petismo, de promover a purificação e a

²¹ Considero a analogia como sinônimo de correspondência para as imagens visuais e mentais. A pintura/imagem de uma árvore corresponde a uma árvore propriamente dita, assim como a representação mental, via metáfora, de uma árvore como representação da criação de vínculos, raízes, por exemplo. Para Gomes (2004), todavia, a analogia é própria das imagens conceituais e cognitivas.

limpeza contra os “bandidos vermelhos”, comunistas, socialistas, na máxima: “PT nunca mais”, já que o partido foi adquirindo uma imagem pública de “o mais corrupto da história do Brasil”²². Ou seja: um discurso de imagem salvacionista, mas trajado de autoritarismo. Interdiscursivamente e por meio de um fenômeno de uso figurado, pretende dizer que ele é o caminho e a verdade.

Ilustração 5 – Conjunção da consciência imediata e quebra da linearidade: uma farinha diferente



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2018.

Desse modo, na publicação acima, é possível observar como funciona a reprodução da consciência imediata, partindo de uma expressão idiomática popular “farinha do mesmo saco”, cujo significado remete a um comportamento generalizado e reprovável. Quebrando a linearidade, por meio de uma escolha indexical, o discurso quer apontar uma interpretação primária, de fácil assimilação: enquanto todos os outros que estavam na política vinham de um mesmo saco de favorecimentos imorais, como as doações financeiras de empresas privadas, a exemplo da “Friboi”, independente de que espectro político se filiam, Bolsonaro, entretanto, apresenta-se como um político que consegue contrastar com a sujeira do sistema, a partir de uma pretensa honestidade, a ponto de “devolver” o dinheiro depositado em sua conta.

²² Segundo pesquisa da Perseu Abramo, na cabeça de uma parte do eleitorado, o PT é o partido mais corrupto do Brasil. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/pesquisa-de-instituto-petista-revela-eleitor-acha-que-o-pt-e-o-mais-corrupto/>. Acesso em: 29 nov. 2020.

Os políticos participavam do “toma lá dá cá” em troca de cargos, ministérios, benesses variadas, recebiam dinheiro de grandes empresas e empreiteiras para benefícios próprios e escusos, envergonhando o Brasil e a Deus, mas ele se coloca na construção de uma imagem conceitual como diferente, é paradoxalmente o antissistema dentro do sistema. É farinha, mas de saco diferente. Portanto, próximo o suficiente para entender a engrenagem do sistema político (logo, qualificado) e significativamente longe o necessário para corromper-se (logo, *outsider*).

Essa invenção de imagem colou. Para muitos e-leitores, Bolsonaro realmente representou a farinha diferente, a esperança da mudança. Era comum circular nas redes sociais a seguintes construções frasais: chamam Bolsonaro de racista, machista, fascista, nazista, taxista, skatista, mas não podem chamá-lo de corrupto²³. Com o intuito de provocar o riso, pela quebra da linearidade em colocar um conceito cultural, como machista, que provoca opressão social, ao lado de uma profissão, como taxista, os e-leitores de Bolsonaro minimizam os marcadores sociais de opressão e se concentram na suposta honestidade. Embora, já se saiba que em seu governo as benesses continuam, as farinhas se misturam.

Vale ainda frisar, para por hora finalizar, essa cartografia de compreensão da imagem de representação gráfica e de domínio mental, que a imagem:

Num sentido (percebido/nomeado) revela até que ponto a própria percepção das formas e dos objectos é cultural e o modo como aquilo a que chamamos de “semelhança” ou a “analogia” corresponde a uma analogia perceptiva e não a uma semelhança entre a representação e o objecto: quando uma imagem nos parece “semelhante” é porque ela foi construída de uma maneira que nos leva a descodificá-la tal como descodificamos o próprio mundo. As unidades que aí encontramos são “unidades culturais”, determinadas pelo hábito que temos de as encontrar no próprio mundo. Porque, na realidade, uma imagem (tal como o mundo) pode ser infinitamente descrita [...]. O simples facto de designar unidades, de fragmentar a mensagem em unidades nomeáveis, remete para o nosso modo de percepção e de “fragmentação” do real em unidades culturais. (JOLY, 2007, p. 83)

Dessa forma, pode-se reiterar que a imagem não é neutra, não é atemporal, nem descontextualizada. As imagens atravessam, constituem e mediam os humanos. Elas possuem características simbólicas, são linguagens, intercâmbios sociais, potencializadoras de significados, grávida de dizeres. Além disso, são

²³ Disponível em: <https://twitter.com/clauwild1/status/1121388700552900609>. Acesso em: 29 nov. 2020.

produzidas de modo dialógico; têm significados que são escolhidos antecipadamente; possuem regras gerais de níveis de convencionalidades socioculturais para ser aceitas; estão absorvidas de tempo, pois, de uma maneira ou de outra, não há imagens efetivamente significativa sem contexto. Por isso, que, mesmo inventadas para produzir capital político, a imagem de Bolsonaro faz sentido, por captar um pacto que, a seguir, será apresentado.

3.1 O “REI ESTÁ NU” OU SE ESCOLHE COMO ENXERGAR? IMAGEM MENTAL E PACTO DE LEITURA NA INTERPRETAÇÃO DO MITO BOLSONARO

Joly (2007) destaca que imagens alimentam imagens e isso me faz lembrar um clássico da literatura universal, “A nova roupa do Rei”. De autoria do dinamarquês Hans Christian Andersen, foi inicialmente publicado em 1837. O conto narra a história de um bandido que foge de outro reino e, para tanto, finge ser alfaiate. Entretanto, esse “novo alfaiate”, a fim de esconder sua inabilidade com a costura, apresenta uma forma inédita de tecer roupas, de modo que só pessoas muito inteligentes conseguem ver.

O Rei, muito vaidoso, encomenda uma roupa para o falso tecelão e, para tanto, envia baús cheios de tesouros, linhas exóticas, tecidos raros, com a finalidade de obter a importante roupa. Durante semanas, o bandido fingia tecer fios invisíveis. As pessoas não contrariavam, simulavam enxergar para não serem tidas como estúpidas. Impaciente com a demora, o rei foi à casa do falso alfaiate para ver a peça tão importante.

O Rei e os seus súditos, nada vendo, fingiram enxergar para não parecerem incompetentes ou incapazes. O Rei mandou marcar um evento para desfilarem com a ilustre peça. Durante o evento, uma criança inocente gritou que o Rei estava nu. O grito foi sendo absorvido pela multidão. Algumas versões narram que o Rei não sentia o peso da roupa, mas continuava fazendo pose para que todos ficassem na incerteza se havia ou não havia vestimenta. Ele também tinha suas dúvidas.

A arte imita a vida ou a vida imita a arte? Ou, de tempos em tempos, se perde a sensatez? Sei que a literatura literária é capaz de provocar estranhamentos, de criar significantes, de apreender aspectos profundos da relação consigo e com o mundo, de proporcionar experiência estética, envolvimento, catarse, identificação.

O conto apresentado permite fazer reflexões sobre os processos, aparentemente paradoxais, de encantamentos e de fingimentos, que as construções imagéticas se submetem, sejam elas visuais, sejam elas imaginadas. A imagem, tida comumente como do domínio das artes, por sua natureza representacional, poética e simbólica, fica na linha limítrofe entre a realidade e a ficção, concebendo uma realidade provável ou possível.

Iser (2002), estudioso da “Teoria do Efeito”, salienta que as produções textuais artísticas (acrescento também as imagens) são traduções da realidade social. Sendo assim, contêm elementos identificáveis dela, representando-a. Para tanto, Iser (2002) salienta que um conjunto de ações é mobilizado para a configuração da rede de significados e efeitos que uma obra pode produzir. Portanto, segundo a Teoria do Efeito, um conjunto de ações, nomeadas de “seleção, combinação e *como se*”, é mobilizado a fim de explicar a construção da ficção literária, cuja construção pode desnudar o mundo posto, provocando novas recepções nos receptores.

Tomo, como empréstimo, a teoria de Iser para refletir sobre a recepção que uma construção pode causar no leitor, ou ainda no e-leitor. Reitero que a imagem é uma obra, permeada de contextos, de historicidade, de referência sociocultural, de adesão, de significação. Essa rede de significados é gerada a partir do material composicional, na qual a realidade se expõe, e o tradutor/intérprete/leitor/observador lançará mão, através da seleção e da combinação de elementos, a fim de produzir um *como se* (efeito de realidade, a partir de um vínculo intencional com o mundo), as vestes invisíveis do Rei, que provocará novas experiências estéticas nos receptores. Quando essa coerência interna ocorre, há um remetimento para o externo e tem-se um paralelismo qualitativo com a função de evocar algo, como já foi dito.

Nessa evocação de constituição de uma realidade provável (ou possível) a partir da construção imagética, é necessário 1) compreender as determinações circunstanciadas da produção da imagem; 2) perceber para quem ela foi construída, já que é uma produção humana destinada a estabelecer uma mensagem preferencialmente de características universais, pois pretende atingir um maior público possível; 3) assimilar as leis internas e externas da interpretação, atentando para as marcas de leitura (semântica, social, psicológica, cultural) que a imagem propõe e ativando as estratégias leitoras, associadas ao contexto de experiência do

receptor (acúmulo vocabular, enciclopédico, linguístico), já que não há produção imagética surgida no vazio da informação e os sujeitos sociais, como seres socializados, aprendem continuamente a interpretar o mundo por intermédio das pistas culturais; e, acima de tudo, é necessário 4) estabelecer o pacto de leitura, já que uma imagem estimula expectativas e elas só serão tidas como possíveis (e aceitas!) se o interlocutor estiver predisposto a um certo modo de recepção.

Sobre o pacto de leitura²⁴, que aqui será usado como um desdobramento de pacto ficcional, advindo da Literatura, cujo objetivo é promover um tipo de relação entre o texto e o leitor a fim de que não seja questionado o estatuto ficcional da obra, é necessário esclarecer que um “contrato” (subjetivamente aceito, às vezes, sem que nem se dê conta) entre as partes “envolvidas” é estabelecido e o estatuto da construção textual/imagética é admitido como possibilidade plausível, como codificação instituída. Como exemplo, cito a obra “A fonte” de Duchamp (1917) ou a construção da imagem pública política de Bolsonaro como republicano e democrata, aceitas via pacto de leitura entre os envolvidos.

Dessa forma, com o ajuste entre as partes, via pacto, positiva ou negativamente, novas experiências intersubjetivas, novas formas de perceber podem ser instauradas, através de processos de contextualização, descontextualização e recontextualização, que resultam em novas formas de imaginação (ou Rei está nu ou os súditos escolhem a maneira de enxergar?) cujo foco pode ser a emancipação do imaginário ou a sua colonização.

Nesse pacto, muitas vezes o importante não é o que se diz, nem como se diz, mas o “acordo” entre as partes que possibilitará apropriar-se do que se diz e como se diz. E o que até então era tido como signos pré-estabelecidos e sistemas de referências, que evocavam no receptor isso e não aquilo, poderão ser desestabilizados, algumas zonas de conforto abaladas, passando-se por uma fase de transição e, posteriormente, aceitação de renovados modelos. Uma interlocução que vem da consciência imediata ao passo que trabalha com a quebra da linearidade para uma construção firmada, como se tem visto na formação da imagem pública de Bolsonaro e será visto na reflexão sobre os conservadorismos.

Com isso, o significado que passa pelo crivo da transgressão (fingida e aceita) se subjeta a certo número de leis sociais, físicas, linguísticas, a fim de

²⁴ Ver o verbete: <http://ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/verbetes/pacto-ficcional>

provocar um deslize de sentido que é aceito, como tal, socialmente, uma vez que a imagem não pode dispor nem de excesso nem de falta. “Demasiada semelhança provocaria a confusão entre imagem e representado. Uma semelhança insuficiente causaria uma perturbadora e inútil elegibilidade” (JOLY, 2007, p. 43). O olhar de quem vê oferecerá significados (e os olhares são múltiplos).

A meu ver, Bolsonaro conseguiu estabelecer um pacto de leitura que acionou uma imagem mental socioculturalmente construída do líder que estava no mundo da política, mas que não a pertencia²⁵ e que, acima de tudo, dizia entender o tema mais importante do pleito de 2018: a moralidade cristã. Portanto, o ator político conseguiu evocar as circunstâncias sociais de produção que o colocou nas qualidades de um antissistema, um escolhido do Deus judaico-cristão com uma missão de guiar uma nação pelo caminho da verdade, na cruzada pela salvação da família “natural” e, “terrivelmente”, cristã. Um processo de subjetivação que se fez no social, que fez sentido para muitas comunidades de pertencimento, cujo desdobramento é a busca de uma cidadania do “cidadão de bem”, como será visto adiante.

Ainda sobre as construções imagéticas, defendo a ideia de que as imagens se assentam na linha entre o real e o ficcional, por isso há esse intercâmbio de invenção/fabricação e reprodução/realidade. Entretanto, para a assimilação social, as imagens fabricadas tentam imitar mais ou menos acertadamente um modelo, um esquema, e, ao imitar, (até quando se usa de deslizos, de transgressões) pode provocar no receptor o esquecimento do seu caráter representativo, usando-se do já-dito (as convenções socioculturais) para instaurar a comunicação do não-dito (metáforas, novos pactos de leitura da realidade social, por exemplo), mas possível de se dizerem (e se dizem), especialmente quando se tratam de construção de imagens públicas em busca da imposição de seus dispositivos de ruptura e de novidade para captar a audiência, nas comunicações em massa.

Na premissa de que o inesperado, o exorbitante e o pitoresco são interessantes, as imagens produzem novidades, notícias, logo consumo da comunicação de massa, abordado no tópico que se segue. Gomes (2004) esclarece que a normalidade do cotidiano, em conformidade com as expectativas rotineiras, faz com que se organizem as percepções, ações, enfraquecendo a atenção, desestimulando a curiosidade e dispensando a memória.

²⁵ Confira: João 17.14: “Estou [Jesus] no mundo, mas não sou do mundo”.

O organismo poupa energia, porque é capaz de prever como as coisas e os eventos se comportarão dadas certas circunstâncias. Por isso, justamente, **a atenção e a memória são acionadas diante de fatos e fenômenos que frustrem as expectativas, introduzindo um ritmo inesperado ou uma conexão não-habitual.** Nesse caso, o organismo como que desliga o piloto automático e reassume o comando, diante do sobressalto criado pela constatação de que alguma coisa está fora de ordem, alguma coisa supera a medida, alguma regra foi burlada. De forma que, se possível introduzir por artifício, uma alteração do horizonte de expectativa, se for possível provocar uma ruptura na regularidade, então será possível capturar, por arte, a atenção e a memória. (GOMES, 2004, p. 307-308, grifo nosso)

Ao assumir o papel de antipolítico dentro da política, Bolsonaro tirou a população da letargia, ativando o inédito, o diferente, a transgressão, a curiosidade, por uma conexão até então pouco habitual. É importante esclarecer que a figura do gestor em contraponto do político tradicional (“corrompido” pelo meio, farinha do mesmo saco) já vinha sendo difundida, sobretudo, com o fortalecimento neoliberal e a lógica do Estado empresa. Também já existia a presença de personagens fora do âmbito da política que ganhavam adesão, como jogadores de futebol, palhaço, jornalista, artistas etc. Porém, constato que a imagem inventada do político antipolítico é uma novidade que quebrava a lógica ontológica, requerendo novos *como se*, diferentes pactos de leitura e insólitas imagens mentais.

Reitero a ideia de que se as construções analógicas serão vistas, por mim ou por você, leitor(a), como verdadeiras ou falsas dependerão das nossas expectativas como espectadores, da questão do verossímil, dos nossos lugares sociais de receptores, das nossas relações socioculturais, dos elementos conceituais, cognitivos e afetivos que direcionarão a recepção ou a rejeição das concepções, dos projetos e das imagens públicas. O pacto de leitura da imagem de Bolsonaro, *como se fosse político antipolítico*, foi aceito por uma parcela da população brasileira.

Entretanto, assevero que Bolsonaro é um mito inventado como herói nacional a serviço da Pátria, que fugiu, como sua própria biografia aponta, da carreira militar. Há trinta anos, fingiu ser político, recebendo proventos dos cofres públicos, mas com uma atuação apática. Parte da população se esforça para acreditar em imagens que geram imagens, sobretudo as formadas pelo tripé: Brasil, Deus e Família...

Há quem grite: Bolsonaro está nu! É uma farsa, não veste a faixa presidencial com a responsabilidade de um Chefe de Estado. O líder, realmente, estar nu ou o

pacto de leitura ensinou outras formas de enxergar? A estética do espetáculo, como será apresentada adiante, tentará dar luz a esses e outros questionamentos.

3.2 ESTÉTICA DO ESPETÁCULO NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA

No senso comum, a imagem é sinônima de representação visual, assim comumente naturaliza-se a interpretação da imagem exclusivamente como plástica: cores, texturas, formas, iluminação, composição, nas realizações em: desenhos, gravuras, pinturas, fotografias, ilustrações, imagens cinematográficas, televisivas, entre outras.

Todavia, como discorrido, concebo a imagem de modo mais heterogêneo, já que ela pode reunir diferentes categorias sógnicas (icônicas, simbólicas²⁶), sociais e também plásticas. Assim, a discussão da construção da imagem de domínio mental é um empreendimento interdisciplinar, não funcionando de modo isolado, mas demandando elaborações teóricas que sobressaem do psicológico, da linguística semiótica, do sociológico, como tenho tentado enfatizar.

Joly (2007) destaca que a imagem mental corresponde a sensação de *ver*, trazer o “ausente” presente (aos olhos, à mente), quando alguém descreve um lugar, um objeto (ver a roupa do Rei), uma pessoa (o político antipolítico), a partir da impressão dominante de *visualização*, que se aproxima do sonho, do fantasma. Esse domínio imaterial das imagens, como representação mental e transfigurado em imagens, presente na mente de quem as elabora, refere-se às percepções culturais tidas de determinados objetos, conceitos, que são construídas de modo, simultaneamente, individual e coletivo.

Todos os nossos processos, enquanto experiências mentais, são obviamente íntimos, singulares, porque os homens só existem no singular. Tampouco somos mônadas. Sabemos que – eventualmente, mas não raramente – temos concepções, na forma

²⁶ Joly (2007) aponta que, na categorização de Peirce, o ícone corresponde à classe dos signos cujo significante mantém uma relação de analogia com aquilo que ele representa, ou seja, com o seu referente. Um desenho figurativo, uma fotografia, uma imagem de síntese representando uma árvore ou uma casa são ícones na medida em que eles se assemelham a uma árvore ou a uma casa. O indício corresponde à classe dos signos que mantém uma relação causal de contiguidade física com aquilo que eles representam. É o caso dos signos ditos naturais como a palidez para a fadiga, o fumo para o fogo, a nuvem para a chuva, mas também a pegada deixada por um caminhante na areia ou pelo pneu de um carro na lama. Por fim, o símbolo corresponde à classe de signos que mantém com o seu referente uma relação de convenção. Os símbolos clássicos, tais como as bandeiras para os países ou a pomba para a paz, entram nesta categoria, o mesmo sucedendo com a linguagem, considerada aqui como um sistema de signos convencionais.

de representações, opiniões e imagens, por exemplo, que são semelhantes àsquelas de outras pessoas. (GOMES, 2004, p. 261)

Os modelos perceptivos, interiorizados subjetiva e coletivamente, são rememorados a partir de estruturas formais, de evocações mentais sistemáticas, intermediados por certo número de experiências subjetivas e de qualidades socioculturalmente constituídas e, por estarem internalizadas, bastam certos traços para ativá-los.

Dessa forma, as imagens mentais cujas apreensões são conceituais e cognitivas conjugam-se nesta dupla impressão de visualização e de semelhança, de verbal e mental, usando-se do verossímil como uma lembrança visual, cuja impressão aponta para uma semelhança que coaduna com a realidade. Essa semelhança ou analogia oferece à imagem o *status* de representação, do *como se* fosse realidade.

Desse modo, um político, um produto, um logotipo são constituídos de imagens. Imagens mentais e visuais. Imagens que são públicas, isto é, fabricadas para circular na esfera pública, para alcançar prestígio entre a opinião pública, para ocupar espaço na comunicação pública.

Quando falamos de “imagem de si” ou de “imagem de marca”, estamos ainda a fazer alusão a operações mentais, individuais ou colectivas, que nesse caso insistem mais no aspecto construtivo e de identificação da representação do que no seu aspecto visual ou de semelhança. Mesmo sem uma iniciação específica ao complexo conceito de representação (que pode ser relativo à psicologia, à psicanálise, às matemáticas, à pintura, aos teatros, ao direito, etc.), compreendemos que é uma elaboração que sobressai do psicológico e do sociológico. (JOLY, 2007, p. 20-21)

Assim, as imagens públicas políticas são operações mentais, mobilizadas simultaneamente de modo individual e coletivo, vinculadas a aspectos construtivos e de identificação da representação. Portanto, não se trata de um fenômeno acabado, indiferente, fechado. É (in)tenso diálogo, contexto, abertura, construção. É conceitual e visual, individual e social, real e abstrata (WEBER, 2004).

Para Gomes (2004, p. 246) “[...] a imagem pública não é um tipo de imagem em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a imagem plástica ou configuração visual exceto por analogia com o fato da representação.”, já que a imagem pública, nessa concepção, não designa um fato plástico ou visual, mas um fato cognitivo, conceitual, mental.

Weber (2004), por sua vez, ressalta que as imagens visuais ficariam fragilizadas sem associações à imagem conceitual, mas essa subsiste sem a identidade visual, pois a relação está mais para os aspectos produtivos e de reconhecimentos do que para os aspectos visuais.

Por isso, para Gomes (2004), 1) é possível que haja imagem pública mesmo sem uma representação por simulação visual correspondente²⁷. Partindo desse pressuposto, as imagens podem possuir “[...] aqui e ali materiais expressivos de tipo visual, além de configurações simbólicas que enquanto **matéria sensorial** são visuais”. Isto é: pode-se haver uma simulação visual que, quando se vê, pode remeter ao objeto, à pessoa, à imagem pública. Entretanto, não significa que possa ser retomada como representação visual de simulação correspondente, a exemplo dos emblemas: bandeiras, logos etc. 2) Existem imagens em que não há um correspondente traduzível visualmente. “[...] a imagem irresponsável de Itamar Franco, a imagem liberal de Madonna, todas essas imagens existem, a prescindir de representações visuais”. Por fim, 3) Os elementos visuais não são elementos essenciais, mas um elemento como outros tantos, que poderá contribuir para a sofisticação da imagem e seu cultivo, uma vez que, nesta premissa, a imagem se faz com ações e discursos (GOMES, 2004, p. 250-252, grifo nosso).

Dessa forma, Gomes (2004) diferencia-se de outros pesquisadores dos quais a imagem pública se apoia sobremaneira na imagem visual. Compreendo, portanto, que há fenômenos cuja tradução em imagem visual não se dá de modo automático; há elaborações mentais que são sensoriais e remetem via raciocínio inferencial.

Aspectos físicos visuais nem sequer fazem parte da imagem pública de alguém. [...] embora constituam sua **iconografia pública**. Esse é exatamente o mesmo caso dos logotipos, *design*, cores e texturas, que servem para conferir uma identidade visual a coisas e pessoas, mas não constituem propriamente a sua imagem pública. Isso não quer dizer que atributos visuais não sirvam para caracterizar um ator político, para simbolizá-lo e até mesmo para representá-lo, afetiva e graficamente. (GOMES, 2004, p. 247, grifo nosso)

Gomes (2004) distingue a imagem pública da iconografia pública. Para o estudioso, trata-se de dois domínios diferentes, em que não se guarda

²⁷ “É possível ter imagem mesmo daquilo a que não corresponde qualquer representação visual: o cinema hollywoodiano, o Pentágono, o FBI, a KGB, a indústria química, os cientistas, a República da Coreia, o judeu nova-iorquino, o Congresso brasileiro, a Casa Real de qualquer lugar, todos têm imagem pública, mesmo que não haja uma representação por simulação visual que lhes corresponda”. (GOMES, 2004, p. 250-251).

necessariamente qualquer relação. No primeiro, encontra-se a identidade conceitual e, no segundo, a identidade visual.

Todavia, a separação em domínios distintos pode até ser profícua em alguns pontos analíticos, porém na apreensão do fenômeno as imagens se realizam nas dobras dos domínios. Com isso, ganhar forma visual (seja inferencial, seja sensitiva) é imprescindível para a inserção e circulação da imagem na esfera pública, especialmente na sociedade do espetáculo, da visualidade, da mídia.

Para tanto, ativar esse ou aquele elemento, pertencente ao imaginário coletivo, estimular sensorialmente essa ou aquela percepção tornam-se produtivas no assentimento, no cultivo, na credibilidade, na legitimação da construção da imagem pública representativa de um grupo social. Assim como fez Bolsonaro na conjunção entre simulação visual, matéria sensorial e imagem conceitual, ao relacionar, por exemplo, a representação visual verde e amarela do emblema da bandeira ao conceito de patriotismo, afastando-se de partidos políticos tradicionais para se posicionar como o político antipolítico, com o bordão: “meu partido é o Brasil”, e aproximando-se de uma ideia de nacionalismo. Um “novo” nacionalismo, em que os inimigos são, na grande parte, internos: políticos tradicionais, esquerdistas, comunistas, mídia socialista etc. Desse modo, como entidade conceitual cuja construção pode ganhar forma visual, mas que se ratifica, sobretudo, em mecanismos enunciativos, é necessário que haja coerência entre a imagem instituída pelo conjunto de informações, conceitos, noções e as atitudes enxergadas e compartilhadas pelo público.

Em primeiro lugar, as noções que essas concepções coletivas contêm se referem a propriedades estáveis que estruturam o sujeito [...] porque atribuímos os atos e expressão que vemos a uma disposição estável interior, porque as reconhecemos como suas marcas duradouras, literalmente, como seu caráter. Para não nos enganarmos, não observamos os comportamentos e expressões eventuais, mas aqueles constantes, habituais. Em segundo lugar, essas noções são propriedades representacionais, no sentido teatral do termo, enquanto são aquelas que permitem a atribuição de um valor e um lugar narrativo ao sujeito. [...] Dito de outro modo, essas propriedades não constituem apenas a identidade moral do sujeito, mas ao mesmo tempo a identidade psicológica do personagem do drama, a *dramatis persona*, a personalidade. (GOMES, 2004, p. 254-255)

Assim, arquitetar uma imagem é reconhecer certo número de atributos, características, é mobilizar determinadas propriedades definidoras estáveis que

estruturam o sujeito e o que são reconhecidas publicamente como positivas²⁸, na constituição de uma instituição, de um ator político, através de processos sociais e psicológicos de caracterização.

Vale ressaltar que essa estabilidade não é indolente, pois há aspectos, comportamentos e expressões que podem variar de acordo com o contexto e as circunstâncias, gerando imagens fragmentadas ou até outra imagem, uma vez que são híbridas “[...] resultantes de uma transversalidade propiciada por um jogo entre imagens, olhares e espelhos” (WEBER, 2004, p. 282).

Essas imagens fazem parte do fenômeno designado como Política de Imagem²⁹, que não é um fenômeno recente, nem sua forma política é uma característica exclusiva das sociedades liberais e democráticas. Além disso, não se referem a apenas uma nova nomenclatura, mas “[...] a expressão indica a prática política naquilo que está voltado para a competição pela produção e controle de imagens públicas de personagens e instituições políticas”, frisa Gomes (2004, p. 242).

É mister considerar, ainda, que a experiência democrática é importante para a centralidade na esfera pública e, com isso, para as situações de publicidade nas tomadas de decisão, especialmente com o advento da Mídia. Diferentemente, em outros modelos (a exemplo da Monarquia Absolutista) em que as decisões eram tomadas exclusiva e unicamente em bastidores.

Com isso, a imagem pública é a construção de uma imagem. Imagem social, que apresenta e representa algo da realidade. Ou seja, a construção de um complexo de informações, compartilhado por uma coletividade, e que impulsiona a decodificação conveniente.

Nesse sentido, a disputa política é uma disputa pela imposição da imagem pública, pelo modo como as imagens políticas são produzidas e da maneira como elas transformam a forma de se fazer política. Essa imposição (de natureza simbólica e não de violência física) é condição constante da disputa pelo poder, pela audiência, pelo interesse, pela preferência, pela memória. E de tão inerente, essa competição parece ser parte constitutiva da vida em ambientes sociais democráticos e liberais (GOMES, 2004).

²⁸ Positividade e negatividades são características subjetivas.

²⁹ “[...] a política da imagem é recurso que se conhece desde a antiguidade e em toda a parte, convivendo com a democracia ou com a tirania, aparentemente apoiando-se em mecanismos ligados à mesma natureza da atividade política” (GOMES, 2004 p. 242).

Assim, a criação e a circulação de imagens, a esfera da visibilidade e a estreita relação com os meios de comunicação de massa são as novidades mais interessantes da arena política contemporânea, pontua Gomes (2004). Sublinho que a imagem, para ser pública, precisa ser vista e ouvida pelo público. E tudo que pode ser visto e ouvido pelo público é imagem “pública”, mesmo que ela seja “produzida” no ambiente “privado”. Nos processos democráticos de esfera deliberativa e representacional, a imagem participa de regimes de visibilidades, seja através de mediações (pelas mídias tradicionais), seja através de mediações (comunicação direta com o espectador).

Uma construção que se realiza a partir do manuseio conveniente de informações, desenvolvendo princípios e modelos estratégicos capazes de se transformarem em capital político de credibilidade e de visibilidade, de visão de mundo e de maneira de viver. Com isso, deixa de ser secundária, pormenor, acessória, para ser basilar.

E a esfera pública constitui o espaço político de aparecimento, de visibilidade, de publicização, cuja ocupação torna-se estratégia política em busca de um lugar social de reconhecimento, de credibilidade, de acúmulo de capital político e social. Assim,

Disputam-se audiência, atenção, interesse e predileção do público, disputa-se o tempo livre do cidadão, disputam-se a memória e a preferência do consumidor, disputam-se o apoio da opinião pública e a eleição das próprias pretensões políticas pelo eleitorado. (GOMES, 2004, p. 243-244)

Nesse movimento de disputa pelo olhar, pela atenção, pela memória, pela preferência, pelo poder, pela visibilidade, pelo conhecimento e pelo reconhecimento das massas, as propriedades representacionais com seus dramas, ritos, espetáculos, narrativas, inauguram a “política especular” que:

Trata-se das imagens geradas na esfera da “**política estetizada**”, onde sujeitos e instituições se comparam e são comparados, em complexas instâncias: de visibilidade, opacidade e ocultamento, mostrados em espelhos midiáticos; da crítica e das paixões dos espectadores; de opiniões expressas pela “entidade” opinião pública, por formadores de opinião e manifestações da sociedade. Estes são lugares de confirmação e suspeição, pois servem de balizas à formação da opinião pública e à (des) construção da imagem pública. Estes espaços provocam mudanças e adaptações no processo de construção entre a imagem desejada (pela política) e a imagem

percebida (pelos espectadores). (WEBER, 2004, p. 260-261, grifo nosso)

A política especular tem a tarefa de produzir eventos, fatos, opiniões, circunstâncias, por isso é simultaneamente realidade e encenação, máscaras. Com isso, as produções da imagem desejada em detrimento da imagem percebida situam-se na política estetizada, que tem na sociedade do espetáculo, de apego à imagem, à representação e à aparência, a dinâmica de uma representação constante.

[...] As técnicas audiovisuais de comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, da expressão. Elas fizeram do corpo um objeto-farol, um recurso central da **representação política**. É como se se passasse de uma política do texto, veículo de ideias, para uma política da aparência, geradora de emoções. (COURTINE, 2003, p. 24-25, grifo nosso)

Han (2018a, p. 13) assevera que o vocábulo espetáculo vem do verbo latino *spectare* cuja etimologia remonta a um olhar voyeurístico. “A falta de distância leva a que o privado e o público se misturem. A comunicação digital fornece essa exposição pornográfica da intimidade e da esfera privada.” Logo, remeto-o, leitor(a), para o espetáculo no sentido cênico, ao mesmo tempo que para um conjunto de prazer que tem no encurtamento da distância pelo olhar de quem espia (através da tela) e na apropriação da privacidade do outro seu objeto. O espetáculo depende do ser visto, do ser notado, do ser cativado. Assim, o privado pode ser publicizado. Exposição e espetáculo. Tempos *panópticos* de *Big Brother* e de *Big Data*³⁰.

Debord (1997) apresenta a vida da sociedade moderna como uma acumulação de espetáculos. A relação entre as pessoas, para Debord, é mediada por imagens, por um mundo da visão, que é o modelo atual da vida dominante na sociedade. Dessa forma, não se tem uma oposição abstrata entre espetáculo e

³⁰ *Big Brother* trata-se de um *Reality Show* de reprodução em vários países. No Brasil, é transmitido por um canal aberto televisivo de comunicação de massa, cuja finalidade é confinar um grupo de pessoas que durante alguns meses será privado da comunicação com o mundo exterior a casa. Os participantes devem cativar o público que votará a fim de escolher o participante ganhador de uma recompensa monetária. Por *Big Data*, compreende-se, de modo resumido, como o grande volume de dados, seja ele estruturado ou não, que são gerados a cada segundo na internet. Esses dados podem ser escrutinados por tecnologias de cruzamento de dados, que traçam os rastros acessados na internet. Os dois termos, relacionados à visibilidade, podem ser interpretados metaforicamente como o *panóptico* de Bentham, ressignificado por Foucault para descrever o mecanismo de vigilância na sociedade, um ver sem parar, a visibilidade constante. Uma observação permanente, onipresente, exaustiva. Logo, uma armadilha, pois se tem a possibilidade de controlar e se punir mais facilmente. Assim, mais vigilância seria mais disciplina, com mais efetividade, por sempre estar atento de ser observado a qualquer momento.

atividade social efetiva. Tem-se a realidade vivida, materialmente, invadida pelo espetacular.

Gomes (2004) e Weber (2004) destacam que a marca distintiva da política contemporânea é a semelhança com o espetáculo. Todavia, é necessário esclarecer que a política não se restringe a apenas aspectos espetaculares, nem a uma representação de papéis e/ou a mera produção de visibilidade e impressões administradas, como se estivesse migrado do campo da política para o campo artístico (embora o espetáculo não seja algo localizado na Política, outros campos também são cooptados, e a representação de papéis, a teatralização, as *personas* são partes das interações sociais).

As especificidades existem e são conhecidas³¹. Assim, como as proximidades devem ser estudadas, desfazendo-se das dicotomias cartesianas de que de um lado se tem a produção da fruição, do deleite e da emoção, via representação das ações humanas; e do outro, o resultado do trabalho de persuasão, de argumentação e exaltação da razão, via representação soberana do povo, que não dialogam. Ainda também é importante frisar que o espetáculo político, elaborado com a ajuda da espetacularização midiática e do domínio da poética, não se trata de um fenômeno natural, trans-histórico, mas construído social e culturalmente. Uma metáfora que transfere e estende o sentido entre os campos, mas que depois de institucionalizada pode adormecer em catacrese³².

Todavia, o recorte desta reflexão é sobre o empréstimo que a política faz da dramaturgia, como forma de se apresentar publicamente, de regular a impressão dos espectadores, do manuseio do discurso público, atentando para o manejo híbrido entre o substrato cognitivo e os mecanismos de natureza emotiva.

O espetáculo, nessa perspectiva, é real e, acima de tudo, é a afirmação preponderante da aparência, é estratégia de construção do entretenimento, é agenciamento e organização de discursos capazes de provocar no espectador efeitos factuais: dimensão estética, pedagógica, cultural etc. Por isso que não são

³¹ “A encenação da política promove o desfazer-se de um engano milenar, a saber, o de que a política e a poética não possuem ponto de contato evidente, em virtude de que seus interesses seriam distintos, as habilidades exigidas as leis e princípios que as controlam seriam diversas, os objetos que as animam seriam não só diferentes, mas incompatíveis.” (GOMES, 2004, p. 294).

³² A catacrese é uma figura da linguagem e da retórica que se trata de uma metáfora absorvida pelo uso comum. Assim, de tão naturalizada, não se percebe (ou pouco se percebe) a natureza transgressora, a comparação entre dois termos distintos que se juntam para a formação de um novo. Exemplos de catacrese: o pé da mesa, o dente de alho etc.

apenas meras imagens, algo que se pode olhar, mas é enxergar a atuação da representação mimeticamente.

Além disso, e nessa mesma linha de raciocínio, a política parece exigir de nós cada vez menos a condição de cidadãos ativos, convocados à mobilização ou a alguma forma de engajamento emocional e corpóreo, enquanto cada vez mais nos coloca na condição de consumidores dos produtos do *show business*, cidadãos-consumidores, apreciadores, de sofá e pipoca, da exibição política que nos chega pela telinha. Porque grande parte de nós a consome na mesma condição de distanciamento e desengajamento conceitual e muscular com que consome a nossa programação televisiva de cada dia, cujos universos se referem a mundos da ordem da ficção - que, portanto, só nos afetam emocionalmente durante a apreciação e enquanto nos submetemos, voluntariamente, a um pacto ficcional do qual nos retiraremos assim que a emissão terminar-, em suma, porque a consome como espectador, a política se nos parece como espetáculo. (GOMES, 2004, p. 387)

Para Debord (1997) é a perda da unidade do mundo, a sua proletarização e a fabricação concreta da alienação. O estudioso esclarece:

A vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra pois essa banalidade. A condição de vedete é a especialização do *vivido aparente*, o objeto de identificação com a vida aparente sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas. As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e estilos de compreensão de sociedade, livres para agir globalmente. (DEBORD, 1997, p. 40)

A condição de vedete propicia a condição de representação. As pessoas se tornam personagens, as funções se tornam papéis, em que a dimensão conceitual da imagem, a metáfora e analogia são convocadas para a compreensão das *performances*. Com isso, é dramatizada uma representação de um dos tipos variados de estilos de vida para uma determinada audiência, no enviesamento entre imagens e reflexos. Uma disputa pelo papel de protagonista, logo daquele que reproduz a forma coletiva de vida de um dado grupo, que corresponde à força integradora e coesiva.

Na dramaturgia política, busca-se ora a comoção e a simpatia do espectador, ora a provocação do furor ético, a indignação moral, provocam-se os seus sonhos e fantasias, enche-se-lhe o coração de humanidade e esperança, conduz a sua antipatia para os antagonismos da história, inspiram-se-lhe desejos de mudanças ou vontade de preservar os valores fundamentais, fazem-no rir ou chorar, tal como fazem os compositores de história, os atores, os

cenógrafos e os diretores de dramas que consumimos nos espetáculos a que assistimos. (GOMES, 2004, p. 391)

As pseudos necessidades, impostas pelo consumo moderno, também direcionam as imagens a serem consumidas, as vedetes que já foram legitimadas/desejadas/idealizadas, que entraram para o gosto público fabricado. Com isso, “[...] é igualmente decisivo saber quais são as características que se se consideram adequadas ou ideais” (GOMES, 2004, p. 391) e quais atores podem ocupar a posição de protagonista, para que a projeção da ordem dos desejos sejam identificada e amalgamada em imagens ideais³³, isto é, que o público considera imprescindível para a vedete.

A política e, conseqüentemente, a imagem pública também se utilizam dessas vicissitudes. Assim, a política encena, é estetizada, é dramatizada, é espetacularizada, como se fosse natural, em uma *performance* que atrai um público ávido pelo consumo de aparências, de dramas, de simulacros, em pirotecnia e exposições fabricadas para assegurar a visualidade. “Tempo de aparências e da banalização da ação política, através de dramatizações que exigem o entendimento sobre a complexidade dos dispositivos simbólicos, acionados para manter e justificar os exercícios de poder” (WEBER, 2004, p. 262).

Balandier (1982) (apud WEBER, 2004) realça que a demonstração substitui a argumentação e a tomada global; o imediato e o emocional substituem o abstrato e o analítico. “Por essa razão a política tem que lidar com o fato de o indivíduo contemporâneo estar cada vez menos disposto a esforços de tradução de uma comunicação formulada segundo a ‘estranha’ gramática da política tradicional” (GOMES, 2004, p. 321).

Percebe-se essa construção da simplificação para ser mais reverberada, uma celebração da aparência na qual a persuasão depende menos do convencimento, via argumentação, e centra-se no que é manifestado, fabricado para se expor, para divertir, no jogo político e discursivo do qual Bolsonaro encena. Em Jair Bolsonaro, encontra-se a valorização do ato de dizer, da forma como se pronuncia, do conteúdo

³³ “A caracterização do ideal em política de imagem reflete um pouco de tudo aquilo que na história se atribui ao ideal. Trata-se, ao mesmo tempo, de projeção psicológica dos desejos e anseios, de um modo psicológico de lidar com os temores, de uma formulação normativa de critérios a partir dos quais se pode avaliar a realidade, de configuração do dever-se estético e moral. Identificar as características ideais significa, ao mesmo tempo, identificar uma configuração da ordem do desejo e da ordem dos valores, algo que se anseia e algo que se considera poder ser usado como critérios de avaliação do real.” (GOMES, 2004, p. 275).

do que se fala, do dizer tudo que se quer e da forma que se quer, mesmo que cause impacto, desde que seja lida como autenticidade, coragem ao passo que ofereça economia das atenções. A tônica, portanto, é não precisa ser, mas se parecer *como se fosse*.

Uma “ecologia das aparências” que proporciona uma ideia de transparência; de fomentar a convivência passiva ou ativa entre os governados-espectadores; de uma noção de possibilidade de participação (BALANDIER, 1982, apud WEBER, 2004). Tudo isso estimula a imaginação, atrai o olhar, busca e rivaliza o domínio do consenso³⁴.

A visibilidade cobiçada por sujeitos políticos é mantida por uma cadeia de insumos tangíveis, no campo visual, sonoro e sensitivo, que vão formando identificações visuais a serem associadas a informações abstratas de origem incontrolada, pertencentes ao acervo de fragmentos depositados no imaginário individual e hierarquizados pela paixão, pela história, cultura e ideologia de cada um. (WEBER, 2004, p. 264)

Uma busca pela visibilidade de aprovação pública, que se produz a partir de uma fusão de campos e não somente o da política, condensando imagens sociais, visuais, conceituais acumuladas no imaginário (social, religioso etc.), a fim de encontrar eco, ressoar.

Além disso, vale ainda salientar que:

A recepção jamais procede no vazio, devendo, portanto, submeter-se a quadros interpretativos precedentes, de diversa origem, que operam como pré-conceitos ativos na decodificação. A recepção não tende a acontecer no isolamento, mesmo que ocorra em total solidão, na medida em que o intérprete aciona ou pode acionar circuito de outros intérpretes, presentes e passados, de que se serve para operar as suas decisões hermenêuticas. (GOMES, 2004, p. 280)

Com isso, é possível compreender que os atores políticos dependem da imagem pública e a imagem pública é resultado de combates simbólicos, da busca pelo poder, pela visibilidade, pela dizibilidade, pela credibilidade, pela aparência, pelo carisma, que o imaginário coletivo rememora à procura da representação. Assim, as imagens são aferidas, alteradas, reconstruídas constantemente e

³⁴ Vale frisar que não se tem a pretensão de valorar as mudanças ocorridas socioculturalmente. Também não se tem uma ideia saudosista de que o antes era melhor do que o agora. Cada época possui as características que lhes são intrínsecas, com as relações entre a economia, a cultura, o social etc. O que não se pode negligenciar são as características e como elas reverberam em diversos campos.

precisam de visibilidade e credibilidade favoráveis. Em uma construção de imagem pública política que, segundo Gomes (2014), demanda tempo, além do modo como é exposta pelos atores e produtores na esfera da publicidade social.

E, em se tratando de caracterização, a imagem pode ser tanto múltipla quanto uma única propriedade pode bastar (defesa da moral cristã, por exemplo), em um processo de construção, desconstrução e reconstrução, sem fim e sem garantias totalmente controladas. De imagens como textos abertos, prontos para serem preenchidos. Um processo contínuo, dinâmico, com abertura à inclusão ou à exclusão de informações que passaram pelo crivo da assimilação do espectador para se consolidarem e, depois de um tempo, são tidas como naturais.

Desse modo, tornam-se imagens públicas conceituais, assentadas na materialidade enunciativa, que se apoiam no visual, assim como no afetivo, no simbólico, no cognitivo, e que deixam de ser acessórias para se tornarem centrais, isto é: fenômenos decisivos no contexto da experiência produzida e conduzida no palco da comunicação denominada de massa, como serão vistos no próximo tópico.

4 O ESTATUTO DA IMAGEM PÚBLICA NA COMUNICAÇÃO DE MASSA³⁵

Os espaços midiáticos, com suas lógicas de dizibilidade e visibilidade, provocam mudanças e/ou adaptações no processo de construção das imagens políticas. O estatuto da imagem pública do político não foi o mesmo depois do advento do jornal impresso, da rádio, da televisão e da *internet*.

A forma de olhar, de ler, de ouvir, de dizer, de se mostrar transformou-se e se adaptou às mudanças da comunicação de massa. E a política e, conseqüentemente, a busca pelo poder de ver e de ser visto não escapam dessas nuances. É fato que a maioria das comunicações socializadas ainda é produzida pelos meios de comunicação de massa e, na *internet*, os *sites* de informação mais populares continuam sendo os da mídia hegemônica. Assim, a abrangência da visibilidade, que a Mídia apresenta, muda a reflexão sobre o processo de visualidade, a ideia do espectador, a maneira de se produzir o estatuto das imagens públicas.

Portanto, a imagem pública, construída pelos meios de comunicação de massa, com a intenção basilar de capturar o público, é um dos fatores que influencia as preferências políticas dos cidadãos. Champagne (1988, p. 33, grifo nosso) salienta:

Muitas vezes, ocorre que os mecanismos sociais tendem a se apresentar, espontaneamente, aos indivíduos de “cabeça para baixo”. O que, hoje em dia, nos parece “fora de moda”, como é classificado naturalmente pelos publicitários, não o era para a maior parte dos contemporâneos que, pelo contrário, percebiam como escandalosas as primeiras tentativas, feitas na França, no sentido de “americanização da política”. O que, atualmente, nos parece “natural” - por exemplo, a maneira como os políticos fazem suas intervenções na televisão - trata-se de um “natural”, na realidade, **fabricado pelo e para o jogo político tal como se exprime nos meios modernos de comunicação**: sabemos que os políticos preparam cuidadosamente seus “improvisos” televisionados e que essa verdadeira *performance* de ator exigida, atualmente, aos políticos diante das câmaras de televisão só, há bem pouco tempo, faz parte do “*métier* do político”.

³⁵ É importante destacar que não se nega aqui que a política também tem seus próprios meios de produzir visibilidade. Também se quer frisar que há outras modalidades de comunicação de massa, como a comunicação pública estatal que também pode ser utilizada como uma ferramenta de mobilização das massas com o intuito de buscar a legitimação das políticas governamentais, por exemplo. Todavia, neste tópico, há de se ater no papel da comunicação de massa, apontando genericamente para o papel das mídias como tecnologias de comunicação com grande poder de produção, de divulgação. Logo, com características de massificação.

Os enquadramentos escolhidos (*framing*) e os temas abordados na esfera pública são, arquitetadamente, fabricados para o jogo político, para regular a visibilidade pública, para compor o *métier* do político e, conseqüentemente, para ajudar a assentar a opinião pública. “Daí a importância dos institutos de pesquisa de opinião, que em princípio aferiram a posição pública dominante sobre a demanda de perfis para uma dada situação.” (GOMES, 2004, p. 281).

Dessa forma, não é suficiente ser um bom gestor público, é necessário dizer-se como tal e, sobretudo, parecer-se tal como. E, para tanto, as mídias ajudam a cumprir esse papel. Marques e Mont’Alverne (2013) salientam que, nas democracias liberais contemporâneas, boa parte do contato que ocorre entre o representante e os representados dá-se via a mediação da comunicação de massa; e, ainda, segundo Gomes (2004):

Ocorre que se a comunicação pode dispensar a política, a política não pode prescindir da comunicação. Pelo menos não nas democracias de massa em sociedades estruturadas a partir dos indivíduos. Por uma razão muito simples: o sistema democrático impõe à esfera política a obrigação de retirar a sua legitimação social de decisões provenientes da esfera civil, pelo menos nos rituais eleitorais que se dão de tempos em tempos. (GOMES, 2004, p. 321)

Assim, a política, reconhecendo a lógica preponderante dos meios de comunicação e, conseqüentemente, o seu alcance massivo, tende a astutamente tornar-se pauta, agenda a ser noticiada, publicada, assim, como capturar a audiência nos meios digitais, através da incorporação de linguagens, pela diversão, pelo drama, pela excepcionalidade, pela beleza, pela visualidade, pelo entretenimento.

É necessário salientar também que a preocupação com a imagem pública do político não surgiu com a comunicação de massa aos moldes do que hoje se conhece, Burke (1994) destaca que, no século XIV, o rei Luís já se utilizava de estratégias em relação à sua imagem, que na época exigia co-presença temporal e espacial. Na democracia, a visibilidade foi se materializando a partir, principalmente, da atenção pública que agora não é presencial, como na *Ágora*. Tem-se uma concentração e, em consequência, difusão com a ajuda dos meios de comunicação de massa.

O conceito de visibilidade tem acompanhado a teoria e a experiência da democracia praticamente desde a sua origem. Os atenienses da época de ouro da democracia, sob a liderança de Péricles,

estruturam a ideia de governo democrático em consonância com a existência de espaços de discussão abertos, onde se poderia processar deliberações à luz do dia. A reinvenção da democracia, na sua forma moderna, precedeu um longo período de recuperação filosófica da ideia de publicidade da decisão política e de fogo cerrado contra arcanos, segredos e razões de Estado. Firmada positivamente, na valorização da ideia de publicidade como troca pública de razões, também elas públicas, na tradição kantiana, ou negativamente, na valorização da visibilidade pública como forma de evitar que quem governa sucumba à tentação de tornar a coisa pública uma coisa própria, na tradição utilitarista, de um jeito ou de outro **a visibilidade é a pedra angular da estruturação da democracia moderna.** (GOMES, 2008, p. 1, grifo nosso)

Com a comunicação de massa e seus dispositivos técnicos de “[...] atividades industriais especializadas em produção, captura e mediação da visibilidade pública massiva” (GOMES, 2008, p. 02), parte da lógica do gerenciamento das imagens é modificada, uma vez que a atenção pública se concentra, há o aumento do poder da propagação, não exigindo co-presença, nem a partilha de uma numerosidade de pessoas presentes fisicamente em um lugar comum.

A comunicação pública, portanto, é relevante no exercício da política. Assim como a imagem pública é inerente ao exercício da política, frisa Weber (2004). Deduz-se, com isso, que o exercício político não é estático, mas uma realização temporal datada que se produz de modo diverso da Antiguidade Clássica aos dias atuais, por exemplo. Com isso, considero que ao se transformar o *modus operandi* do fazer político, da comunicação pública, assim como os meios utilizados para tal, metamorfoseia-se também o estatuto da imagem, como ela é produzida e apreendida.

É necessário ratificar que a Política e a Comunicação são dois campos diferentes, cada um com suas redes de especificidades, grau de autonomia e capitais sociais próprios. Com isso, estão em tensionamentos, entre dependências e autonomias. Eles possuem suas próprias preocupações e prioridades, que em certa medida se assemelham, especialmente na interface visibilidade e audiência, confluindo-se.

Marques e Mont’Alverne (2013) realçam a importância que a comunicação tem adquirido no processo de ampliação da esfera pública e da união dos membros de uma sociedade. Albuquerque (2000) salienta que a mídia exerce o “quarto

poder³⁶”, que tem seu escopo não nas prerrogativas dos três poderes constitucionais, mas na possibilidade de publicização dos problemas políticos para o conjunto da sociedade.

Silva (2009), por sua vez, atesta que a comunicação na política alcançou o *status* de ferramenta estratégica, sendo essencial para o planejamento de governos, uma vez que a comunicação é primordial na construção de comportamentos e sociabilidades e, acrescento, de consensos.

Se a meta é a opinião pública, há de se identificar os formadores de opinião no mundo dos negócios, no governo, na academia, nos setores do comércio e indústria, no setor público geral e **especialmente no âmbito da comunicação de massa** ao qual se deve transferir as informações que se quer difundir a respeito da corporação ou produto cuja imagem pública importa constituir. (GOMES, 2004, p. 244, grifo nosso)

O sistema estratégico de comunicação, com o objetivo de conquistar a opinião pública/privada, é fabricado por especialistas do *Marketing*, das Mídias, da Publicidade. Nessa perspectiva, o certame político transforma-se em uma arena discursiva, onde as imagens disputam espaço e negociam lugar, representação e poder.

Nesse contexto, há aspectos específicos próprios da era da comunicação de massa, que possui características diferentes de uma comunicação comunitária ou da face a face, inaugurando uma lógica industrial da informação, a partir de uma gramática dominante, que ratifica a hegemonia, reificando o senso comum, as bases de referências.

Parece até mesmo que todo o complexo jogo de papéis, status, posições relativas e valores sociais, que constituem qualquer forma de sociedade, se resolva no mundo contemporâneo em termos do jogo da imagem pública. Um jogo que se torna mais importante nas nossas sociedades extensas particularmente para três classes de atores sociais que lidam com materiais que dependem essencialmente de **conhecimento ou reconhecimento pela massa**: o mundo do espetáculo (cultura, esportes, artes etc.), o mundo do comércio e **o mundo da política**. (GOMES, 2004, p. 243, grifos nossos)

³⁶ Vale salientar que Albuquerque (2000) diferencia esse Quarto poder que é praticado no Brasil daquele que é praticado nos Estados Unidos, por serem ambientes culturais diversos. Assim, no Brasil, tem-se outro tipo de Quarto poder. Confira: ALBUQUERQUE, A. Um outro quarto poder: imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, Niterói, n. 4, p. 23-57, 2000.

Esse jogo da imagem pública, como ferramenta estratégica na construção de comportamentos e sociabilidades, tende a influenciar o objetivo final do ator político: o voto. Obviamente, que pode haver votos que são realizados sem identificação com a imagem pública mediada, pela comunicação de massa. Os votos de cabresto ou os votos utilitaristas, por exemplo, podem estar, em certa medida, sem a identificação da relação entre imagem e comunicação de massa. Mas, é predominantemente no acesso à imagem pública e aos seus resquícios que eu e você, leitor(a), construímos nosso voto, pontua Weber (2014).

Weber (2014) ainda destaca que é possível formular a hipótese de que a decisão sobre o voto possui elo com a eficácia que a rede de comunicação pública possui, construindo a adesão que não se faz apenas em períodos eleitorais, porém em um processo que se constrói permanentemente e se mantém ininterruptamente.

Além disso, por apresentar um papel relevante na composição de um universo de referência, como pontuaram Miguel e Máximo (2015), a mídia desempenha uma função relevante na construção – ou desconstrução – da imagem pública desses personagens, para a produção das narrativas sobre eles – suas identidades – e para uma relação dialógica entre o candidato e o eleitor e, acrescento, o e-leitor, no pleito brasileiro de 2018.

Esse método de universo de referência, do modo de ver e de ser visto, atrelado ao processo de construção, desconstrução e reconstrução de imagens públicas, de modo permanente, foi presenciado fortemente no jogo político e discursivo de Bolsonaro. O político soube lidar e ressignificar o modo de ver e ser visto por seus e-leitores. Em maio de 2018, o Brasil atravessou uma crise no desabastecimento de combustíveis fósseis, de alimentos, de insumos médicos e de outros derivados, desencadeada por uma greve de caminhoneiros. Foram, aproximadamente, dez dias que pararam o Brasil.

A categoria exigia redução no preço do óleo diesel, além da solicitação da fixação de uma tabela mínima para os valores dos fretes. No decorrer da greve, que gerou um prejuízo monetário de 1,2 pontos percentuais do Produto Interno Bruto brasileiro³⁷, a pauta foi se metamorfoseando para o discurso anticorrupção, além da

³⁷ Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,greve-dos-caminhoneiros-tirou-1-2-ponto-porcentual-do-pib-de-2018,70002548482#:~:text=Greve%20dos%20caminhoneiros%20tirou%201%2C2%20ponto%20porcentual%20do%20PIB%20de%202018,-Secret%C3%A1ria%2Dexecutiva%20do> Acesso em: 19 jan. 2021.

manifestação expressa de apoio ao golpe militar, por alguns grevistas. A crise, portanto, abasteceu Bolsonaro. E o presidencialista era o mais lembrado em debates, na *web*, sobre a greve, e aproveitou a oportunidade para promover o caos, ganhar atenção, já que 87% da população foram favoráveis à greve dos caminhoneiros, segundo o Datafolha³⁸, com o intuito de vender soluções simplórias e atacar adversários políticos e ideológicos. Bolsonaro responsabilizou a situação crítica de bloqueios, de desabastecimento alimentar aos “infiltrados do PT, MTST e da CUT³⁹”, que estavam desvirtuando o movimento e aproveitou para aconselhar os caminhoneiros a finalizar a greve. O canal de comunicação foi a *internet*, através das redes sociais, por alegar que a mídia das comunicações de massas o perseguia.

Charaudeau (2010) lembra que a mídia não é apenas reflexo de uma determinada sociedade, todavia é um universo construído, é refração, logo se torna material significativo para a análise da sociedade, do outro e de nós mesmos, leitor(a), como se estivéssemos a nos olhar pelo espelho dos dizeres e, com isso, ajuda a construir quem somos, o que queremos, aonde chegaremos.

Weber (2004) ainda sublinha que a relação entre mídia e política, no Brasil, é permeada por uma rede de conexões de interesses político-familiares que, por si só, já influencia a constituição de imagens públicas, com consequências previsíveis para os interesses econômicos ao passo que são imprevisíveis para a sociedade. Em 2021, são cinco famílias que comandam cinquenta por cento dos principais veículos de comunicação mais influentes do Brasil.

Destarte, as mídias são mais do que meros suportes, uma vez que podem interferir no modo de pensar, de se comportar, de sentir, de se relacionar e de buscar conhecimento. Elas conseguem dissimular a realidade, dando por natural aquilo que é historicamente produzido. Isto é: os meios de comunicação de massa podem fazer as palavras passarem pelas coisas e, portanto, esconder suas intenções. E a internet não está fora de conexões de interesse, de simulações e dissimulações da realidade. Diferentemente do que o clã Bolsonarista pretende apresentar para seus e-leitores, que será refletido adiante.

Gomes (2008, p. 08) destaca: “[...] a informação sobre a política não atende ao interesse geral do consumidor, mas a uma demanda específica e setorial”. As

³⁸ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/05/apoio-a-paralisacao-e-de-87-dos-brasileiros-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 19 jan. 2021.

³⁹ Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/05/29/interna_politica,962786/esta-na-hora-de-acabar-diz-bolsonaro-sobre-greve-dos-caminhoneiros-bh.shtml. Acesso em 19 jan. 2021.

Mídias organizam, classificam e hierarquizam as informações e as imagens pautadas em interesses institucionais, corporativos, mercadológicos e políticos. Uma ordenação da realidade mediada por escolhas *a priori*.

Assim, o cálculo de noticiabilidade é medido por um conjunto de variáveis, que levam em conta eficiência informativa, técnica, mas também de artifícios de fatos e notícias⁴⁰, que podem arquitetar fatos-notícias, fatos-encenações, pós-verdades, *fake news*, cada vez mais programados para se mostrarem.

Como tradutores estéticos da realidade, legitimados socialmente, a mídia fragmenta e repassa a sua versão dos fatos ou apresenta apenas os fatos que lhes interessam, através da composição de enredos, personagens, tramas, figurino, cenário, luzes, plateia, bastidores, heróis, anti-heróis, clímax, peripécias, desfechos, que produzem efeitos emocionais sobre nós, os espectadores, como se fossem transparentes, neutros. “As mídias têm a capacidade de **traduzir esteticamente** sujeitos e instituições e veicular opiniões parciais, reducionistas, com intensidade como se fossem a totalidade” (WEBER, 2004, p. 286, grifo nosso).

Essa tradução estética tem no espetáculo sua constituição, como já observado. Assim, a mídia usa de seus artifícios para direcionar o modo de ver e de ser visto, inserindo o espectador em uma linguagem que pretende mobilizá-lo e convencê-lo. Uma estética semelhante também usada por atores políticos que tende a provocar no outro o olhar, a opinião, a expectativa, o consenso, o voto.

[...] as novas formas pelas quais a política estabelece a relação com a comunicação de massa necessariamente exigem um manejo da arte de produzir representações, tanto por parte da política que

⁴⁰ “Tecnicamente, sabemos que fatos e notícias são duas coisas diferentes, que obedecem a duas ordens diversas. O fato é da ordem da realidade e, como tal, existiria por si só, independente e indiferente à notícia. Já a notícia é da ordem da enunciação e é sempre um segundo ato em relação ao fato. Na cronologia que daí decorre, primeiro vem o fato, depois, a notícia acerca desse fato. Em nosso tempo, todavia, acontece um fenômeno curioso. começam a aparecer, por toda parte, fatos que não mais apenas da ordem da realidade, são também da ordem da enunciação, uma espécie de fatos simbólicos, que existem apenas para significar e praticamente nada mais. A ordem da realidade é, inclusive, o que menos conta para o significado do fato, ela é um suporte para a ordem da significação e da enunciação. Os fatos-mensagens não são, portanto, aqueles que existem para dar conta da realidade, mas os fatos elaborados propositadamente para produzir um efeito de significação, para significar, para produzir um efeito sobre a realidade. São também fatos-notícias, na medida em que existem para que deles se fale, para que se noticie. **Os fatos-notícias, particularmente aqueles políticos, são projetados.** Mais do que isso, é preciso notar que eles são projetados segundo cálculos, mais ou menos explícitos, de noticiabilidade. O que equivale dizer que o fato-notícia é projetado levando-se em conta a lógica do sistema informativo. Como princípio fundamental dessa lógica é o entretenimento, através do acionamento do subsistema que prevê a ruptura da regularidade, do subsistema diversão e do subsistema da dramaticidade, então o tipo de arte apropriado para colocar a política em condição de produzir fatos-notícias é a poética.” (GOMES, 2004, p. 334-335, grifos nossos).

“força” a sua entrada nas esferas de comunicação, quanto por parte dos profissionais da comunicação no tratamento dos materiais e personagens envolvidos nos acontecimentos políticos. (GOMES, 2004, p. 298)

É do olhar do espectador que as imagens públicas dependem para alcançar resultados favoráveis. Assim, tem-se uma busca para manter (e forçar) uma relação efetiva com o espaço midiático e, com isso, afastar-se do silêncio, do desconhecido, do despercebido, da invisibilidade. O critério de noticiabilidade (ou de silenciamento) adotado pela mídia, por exemplo, tende a favorecer alguns personagens políticos em detrimento de outros, além de ser fundamental para a lógica de produção, circulação e consumo das informações produzidas.

Trabalhar com a imagem significa manter estratégias ativas de comunicação dirigidas à veiculação de informações e à ocupação de espaços, a partir da dimensão profissional da comunicação: jornalismo, propaganda, relações públicas e a ocupação de meios gráficos, eletrônicos e digitais. Exige-se profissionais e técnicas provenientes do jornalismo. A “produção controlada de visibilidade” tem de ser estrategicamente pensada, quanto a seu caráter informacional, publicitário, promocional. Dar visibilidade a uma ideia, sujeito ou instituição, significa provocar reações. Significa estimular a imaginação em busca de outros códigos de confronto ou adesão. A midiaticização é o processo ubíquo privilegiado de atribuição de poder, através da visibilidade e ocultamento de fatos, sujeitos e instituições, através de dispositivos da linguagem, da ordenação do tempo e espaço, de reprodução e representação da realidade, de controles estéticos sobre a verdade. E este poder ao qual é dado o estatuto de dominação sobre tudo e todos. (WEBER, 2004, p. 295-296)

Assim, manter estratégias ativas de comunicação torna-se proeminente, na disputa pela imposição de imagens públicas políticas. Além disso, estimular a imaginação e, com isso, provocar reações de confronto e/ou adesão são tônicas da dimensão da comunicação e sua relação com o estatuto da imagem, uma vez que “[...] a política é, antes de tudo, uma luta simbólica na qual cada ator político procura monopolizar a palavra pública ou, pelo menos, fazer triunfar sua visão de mundo e impô-la como visão correta ou verdadeira ao maior número possível” (CHAMPAGNE, 1988, p. 23-24).

Portanto, eu e você, como eleitores, construiremos nossas redes de significações, logo nossos votos, por meio de uma teia de fatores tecidos esteticamente sobre os artefatos culturais, sobre a verdade, a política, a imagem, produzidas. Desse modo, o acesso à imagem (vê-la e ser visto nela) é um desses fatores proeminentes da construção de adesão. Nesse contexto, Bolsonaro

compreende que quem disputa o poder, precisa disputar a visibilidade. É fato que uma parte da mídia hegemônica não ofereceu holofotes ao presidenciável, em 2018. Acompanhei todas as edições do Jornal Nacional, da Rede Globo, em 2018, para perceber como o político era noticiado. Enquanto os *sítes* de notícias despejavam reflexões sobre Bolsonaro, a exemplo da Carta Capital, outros meios *online*, como a coluna de Rodrigo Constantino da Gazeta do Povo, faziam campanha explícita de apoio à candidatura, outros periódicos digitais mostravam massivamente suas falas polêmicas, salientadas na Veja, O Globo, Exame, Época etc.

Na mídia televisiva, especialmente no JN, pairava o silêncio. Não havia menção explícita. A primeira aparição no tradicional telejornal brasileiro foi em 13 de abril de 2018 sobre, nas falas das âncoras, “supostas ofensas” a pessoas quilombolas. À época, durante uma palestra dada por Bolsonaro, no Clube Hebraica, o então Deputado afirmou que visitou um quilombo em Eldorado Paulista e o “afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada! Eu acho que nem para procriador eles servem mais”. Na palestra, Bolsonaro ainda disse: “Alguém já viu um japonês pedindo esmola por aí? Porque é uma raça que tem vergonha na cara. Não é igual essa raça que tá aí embaixo ou como uma minoria tá ruminando aqui do lado⁴¹”.

A maneira de se expor, pelo inusitado, pela polêmica, pelo cômico e pela diversão foi se intensificando. Bolsonaro parecia *pop star*, com suas aparições em eventos esportivos como de UFC, em *shows* regionais como o *Agrishow*, em eventos religiosos como a Marcha para Jesus, no Rio de Janeiro, e o Gideões, em Santa Catarina. Dessa forma, o estatuto da imagem, a ecologia da aparência, o e-leitor e os sujeitos políticos passam a ser transformados qualitativamente pela sociedade do espetáculo e pelas mídias, que estão em um processo constante de construção e desconstrução de verdades, realidades, legitimidades, tanto ao falar de si quanto ao repercutir nas mídias, espaços e palcos.

Todavia, ainda é importante realçar que é um equívoco afirmar que a construção da imagem e a adesão em formato de votos sejam decorrências diretas da ocupação de espaços midiáticos (WEBER, 2014) hegemônicos ou não hegemônicos. Não há uma relação causa e consequência entre o aparecimento em

⁴¹ Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2019/06/06/interna_politica,1059877/processo-contrabolsonaro-por-ofensas-a-negros-e-quilombolas-e-encerra.shtml. Acesso em: 19 jan. 2021.

espaços de circulação de informação e o voto. Há uma rede de campos que se coadunam.

A diferenciação da mídia está, entretanto, em sua capacidade de conseguir tornar visível suas versões e suas leituras da realidade e, portanto, mobilizar a opinião pública e a opinião dos públicos para as estratégias de visibilidades traçadas, as argumentações necessárias para promover a adesão.

Uma visibilidade que é arquitetada, controlada e difundida de modo mediado, usando-se da profusão de formatos e linguagens. Uma visualidade e uma disputa de credibilidade que ocorrem nas redes de comunicação e de visibilidade midiáticas, para além do parlamento e do discurso presidencial (WEBER, 2014).

Dessa forma, o jogo de poderes disputado entre mídia, política, sociedade e indivíduos pode ser umas das relevantes novidades da política contemporânea, cuja dinâmica precisa ser ainda mais estudada e compreendida, já que é importante na compreensão da construção da imagem pública do político, no processo de significação, produção de significados e competição pela produção e controle de imagens. E os atores políticos fabricam suas imagens narrativas incorporando o material que lhes dispõe para promover a visibilidade.

Tudo isso por intermédio da imagem pública do político que é discurso e, assim sendo, está sempre aberto, mas também cruzado, recorrente, que não se encapsula (mesmo quando quer) na mesmice, mas traz ecos de vozes de outros espaços discursivos, de fissuras da realidade social, reveladores dos anseios da população, dos dizeres da sociedade, do espetáculo que é político, mas também é cultural, é social, é histórico e, por isso, aprofunda a leitura e a interpretação sobre mim e sobre você, caro(a) leitor(a).

4.1 AS NOVAS MÍDIAS DIGITAIS NA PROFUSÃO DE UM DEVIR-IMAGEM PÚBLICA

Considero inegável o impacto das mídias digitais na constituição das imagens, sejam visuais, sejam conceituais. Os meios como extensão dos homens, salientam Fischer, Kilpp e Montaño (2012) à luz de Marshall McLuhan, produzem uma nova ecologia comunicacional, em que cada vez mais os limites entre o público e o privado são transgredidos, desequilibrando conceitos, referências, argumentos (WEBER, 2014).

Desse modo, as fronteiras rígidas entre a produção realizada pelas instituições de comunicação e a produção feita por criadores independentes tendem a perder a rígida polaridade. Os modos de produção, de visibilidade e de circulação, portanto, estão passando por uma mudança de paradigma. A massificação, que apresenta como molde predominante a unificação, a cópia, a unicidade, tende a ser questionada em favor da autenticidade (SCHNEIDER, 2012).

Kerr (2012), por sua vez, sinaliza para novos padrões autorais como parte da estética da pós-produção. E esclarece: não se trata da morte do autor, mas de um modelo de pensamento reformulado. Ou seja, há uma estética específica para a narrativa televisiva, para a radiofônica e para a *online*. Nessa perspectiva, a produção tem como suporte o uso de banco de dados, resultando da utilização de produtos de diferentes bases. “As novas ferramentas estão, assim, remodelando todos os espaços por meio da realização de novas conexões” (KERR, 2012, p. 52). É a potência da metáfora, do deslize, do *como se*, da imagem. Assim, com a *internet*⁴², está-se diante de um fenômeno da tecnologia e da informatização irreversível, assim como foi a eletricidade, a máquina a vapor, a prensa móvel de Gutenberg, o rádio, a televisão.

Para Kerr (2012), ninguém quer ser apenas um espectador passivo, porém o momento é de representar, expor visões de mundo, com a potencialidade de horizontalizar a comunicação. “Não nos contentamos mais em consumir informações passivamente, mas sim queremos produzi-las e comunicá-las ativamente nós mesmos. [...] Esse duplo papel aumenta enormemente a quantidade de informações” (HAN, 2018A, p. 36). Todos nós, leitor(a), como potenciais produtores e receptores comunicacionais. “O trânsito das imagens na web se dá no remix, na paródia, na cópia, numa intervenção incessante, [...] que já não é moldurado por grades horizontais e verticais de programação e mantém **outro tipo de relação com a organização do tempo de veiculação**” (MONTAÑO, 2012, p. 73, grifo nosso).

As novas mídias possibilitam uma reapropriação comunicativa e cultural e, ao mesmo tempo, da cultura comunicativa, na medida em que elas, além de diversificarem e intensificarem a comunicação, sobretudo a transformam em sentido profundo, uma vez que o *poder de produção* e o *poder de comunicação* são transferidos para todos os cidadãos comuns. (AZAMBUJA, 2012, p. 92)

⁴² Por *internet*, compreende-se o conjunto da infraestrutura material, das informações presentes nos bancos de dados e das pessoas que navegam e alimentam essa rede.

Tem-se uma desterritorialização da produção e disseminação da comunicação, antes altamente concentrada e hierarquizada, para uma arquitetura que pode se realizar de modo transversal, emergente, desconcentrada, plural, aberta, híbrida, ativa, fluída, renovável, crescente, ao alcance das mãos, sendo preciso deliberar continuamente.

Nesse contexto, a Intercriatividade, como a capacidade, segundo Azambuja (2012), de fazer coisas e resolver problemas em grupo, surge como um processo tipo *bottom up*, já que envolve a cooperação e a criação coletivas, os formatos e as linguagens diversas. Com isso, a *web* proporciona uma comunicação simples e rápida, inaugurando novas experiências espaço-tempo, diferente da co-presença e também diversa da do espectador mediado por uma mídia que o torna, sobretudo, espectador. Tem-se agora a possibilidade de aproximar ainda mais grupos separados espacialmente, além da possibilidade de criar conteúdos, de testar, de inventar, como também de manipular o anonimato.

Com a intercriatividade vêm também os efeitos de empoderamento civil, cuja complexidade está longe de ser entendida, mas que já pode ser vista por todas as partes do planeta. Esse novo tipo de poder emergente é o das redes colaborativas transversais e transdisciplinares; poder móvel, transcultural e transnacional; poder molecular e massivo da comunicação, da informação e do conhecimento. Intercriatividade, poder, conhecimento e vida compartilhados constituem, desta maneira, as formas de vida e de ser próprias e principais de nossa época - e o seu modo de comunicação e produção específico. (AZAMBUJA, 2012, p. 94)

Assim, a percepção com que se lida com os meios de comunicação transformou-se⁴³. Assim, como a produção frenética de conteúdos, de imagens. Um devir⁴⁴-imagem, de criações contínuas, em que a multiplicidade atua e resulta no desdobramento das diferenças cujos resultados não se pode mensurar, completamente, durante o processo.

Desse modo, as redes ajudam a formar uma narrativa colaborativa, na lógica da *web*. E “[...] uma informação ou um conteúdo, mesmo com significância muito pequena, se espalha rapidamente na *internet* como uma epidemia ou pandemia. Nenhuma outra mídia é capaz desse contágio viral. A mídia escrita é lenta demais

⁴³ Não pretendo valorar o processo, no Brasil, tampouco constatar se a intercriatividade domina ou não domina as produções brasileiras. Esses não são os pontos de estudo deste trabalho. Todavia, é necessário apontar que se tem essa possibilidade na criação de conteúdos e, com isso, há produções de efeitos que serão analisadas com o decorrer do tempo.

⁴⁴ Sobre Devir, consultar: <http://escolanomade.org/wp-content/downloads/deleuze-vocabulario-francois-zourabichvili.pdf>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.

para isso”, pontua Han (2018a, p. 99). Assim sendo, tem-se, na segunda década do século XXI, uma intensa produção de material e muitos deles sem relevância significativa para o cotidiano, mas que produzem nichos de audiência, comunidades de pertencimentos, vinculados no curtir, comentar, compartilhar, (re)postar.

A sensação de autenticidade, de originalidade, de horizontalidade na comunicação (não há controle ou hierarquias aparentes) vai além de questões da materialidade, dos significantes ou dos meios usados para a disseminação. É fundamental considerar também os fatores históricos, sociais e culturais, como a cultura da aparência, do espetáculo etc., apontados no tópico anterior, uma vez que apresentam condições materiais significativas e cognitivas inerentes. Mudanças dos meios, intrinsecamente, relacionadas com as mudanças culturais.

Essa intersecção entre linguagem, cultura, meios de comunicação alteram as imagens, especialmente as imagens públicas políticas, do ponto de vista da produção, da representação, da visibilidade e da percepção. Para Lissovsky (2012), a cultura contemporânea está inteiramente dominada por dispositivos tecnológicos instantâneos que nutrem uma rede de concomitâncias globais.

Essa montanha de imagens que se acumulam infinitamente sob nossos pés, e que não para de crescer, nos interroga desde o mais fundo dos estratos sedimentados pela tradição, até a poeira imperceptível das milhões de fotografias que estão sendo realizadas por aparelhos celulares, neste exato momento. Os recursos tecnológicos colocaram ao alcance de qualquer criança e da intuição do artista mais ingênuo, a possibilidade de liberar sonhos que as imagens mantinham adormecidas em seu ventre com uma velocidade e numa escala jamais vistas. (LISSOVSKY, 2012, p. 22)

Um devir-imagem convulsivo, que se abre para a criação de novos territórios, de novas subjetividades, um transformar transformando-se mutuamente. Uma explosão de imagens nos espaços sociais, indo do bolso às telas (KERR, 2012). “[...] somos hoje, apesar ou justamente por causa da enxurrada de imagens, iconoclásticos” (HAN, 2018a, p. 54).

Está-se, portanto, mediado cada vez mais por imagens. As plataformas de interação digital tornam-se meio de comunicação, de informação e também de lazer, saliento mais uma vez. A popularização dos aparelhos celulares, do *Wi-Fi*, da *internet* móvel é fundamental para se compreender os novos processos de significações:

Na lógica da cota mínima a simplicidade e a rapidez indicam apenas que se dispensa tudo aquilo que possa parecer profundo, solicitar memória e referências históricas ou culturais, exigir um esforço de produzir raciocínios sutis e seguir complexas ordens de razões. Tudo deve ser imediatamente compreensível, mas fundamentalmente tudo deve ser animado, mudar; **menos discurso e mais imagens, quanto mais melhor.** (GOMES, 2004, p. 316, grifo nosso)

Por conseguinte, é convocado àquilo que produz prazer, fluidez e velocidade. E o discurso tradicional da política muitas vezes é visto como maçante, fabricado, chato. Assim, cada meio e cada tecnologia produzem diferentes efeitos, podem alterar a comunicação e o comportamento políticos, tanto dos excepcionais oradores quanto aos inusitados produtores de palavras de ordem, clichês, “mitagem” transgressoras, insólitas, como Bolsonaro. Com isso, friso que não são os meios, em si, que direcionam um modo de ser e/ou de agir mecânico e padronizado, mas o modo como eles são usados podem condicionar a sociedade e as subjetividades, orientando-as para determinadas finalidades.

As subjetividades de cada época se apropriam das tecnologias e produzem nesse processo novos modos de viver, maneiras inéditas de sentir e ver o mundo. Não há em si nenhuma transcendência maquinal, divina ou diabólica. Trata-se sempre de apropriações, invenções e reinvenções humanas e tecnológicas. As tecnologias não são vetores determinantes de mão única, mas encruzilhadas de muitas vias possíveis e, nesse sentido, elas nada têm de instrumentos neutros. (AZAMBUJA, 2012, p. 89)

Novas tecnologias proporcionam possibilidades diferentes de sociabilidades, de práticas políticas, sociais, econômicas e culturais. As subjetividades também não escapam dessas transformações inaugurando singulares “[...] modos de conhecimento, de fazer, de se locomover, de se comunicar. É impossível não ver a diferença entre o homem coletador e o cultivador, entre o cultivador e o industrial, o industrial e o informacional”. Uma mudança na direção antropológica, completa Azambuja (2012, p. 89).

A ecologia da aparência, citada no capítulo anterior, é alimentada por um narcisismo cada vez mais estimulado, um desejo de ser reconhecido pelo outro, de ter a sua imagem aprovada, de tornar-se não apenas meros reprodutores, mas modelos a serem seguidos, curtidos, compartilhados, comentados. Nas palavras de Garcia (2017), vive-se em uma “sociedade do espetáculo narcísico”, com isso, está-se sempre no esforço para atrair um público ávido pelo consumo de imagens.

Para Han (2018a, p. 45, 53), “O smartphone funciona como um espelho digital para a nova versão pós-infantil do estágio do espelho” e completa: “Ele abre um espaço narcísico, uma esfera do imaginário na qual eu me tranco”. Assim, o filósofo salienta que, nas mídias sociais narcisistas, “Refugiamo-nos nas imagens para sermos melhores, mais bonitos e mais vivos”.

E as pessoas podem se tornar (assim como tornar o outro) uma vitrine em que é necessário que a imagem de si se mantenha vendável a todo o momento, por isso que estratégias de apresentação de si são cultivadas. “Somos desprogramados por meio dessa nova mídia, sem que possamos compreender inteiramente essa mudança radical de paradigma” (HAN, 2018a, p. 10).

De fato, isso também se confirma na evolução das tecnologias comunicacionais: as tecnologias eletromecânicas, que trouxeram o telégrafo, as prensas rotativas para impressão, a fotografia, o cinema (primeira revolução), foram seguidas pelas eletroeletrônicas do rádio e TV (segunda) e, por fim, pelas digitais do computador, como metamídia comunicacional (terceira), que está na base material das sociedades globalizadas. Trata-se de uma revolução não apenas informacional, mas, sobretudo, semiótica. São as linguagens humanas que estão em mutação com todas as consequências que isso traz para a percepção, cognição, gerenciamento da vida, da cultura e das sociedades em geral. (SANTAELLA, 2016, p. 45)

As redes sociais contribuem para as transformações/ajustes da personalidade, influenciando ainda o modo como as relações interpessoais se estabelecem, assim como as linguagens humanas, o gerenciamento da vida, da sociedade se formulam. O espetáculo, como também fora apontado no capítulo anterior, tem a valorização da exterioridade como pauta. É necessário ser notado pelo espectador, ser o modelo desejado pelo consumidor de aparências, a vedete a ser representada. E as redes sociais podem ser esse espaço que cativa a audiência, que promove a visibilidade⁴⁵, resultando em novas formas de apropriação e produção de sentido na construção da subjetividade. (MACEDO; ANDRADE, 2012; AQUINO; ASSIS, 2016; GARCIA, 2017).

Com isso, afirmo que as novas tecnologias podem, sim, propiciar mudanças de direção Sociológica, Política e da Comunicação Social. O impacto das Tecnologias da Informação e da Comunicação no sistema político, econômico,

⁴⁵ Apesar de não ser foco deste trabalho, não posso deixar de considerar a ambivalência produzida pela visibilidade. “Chama-se *Tor a*, por assim dizer, rede subterrânea em que se pode circular de maneira inteiramente anônima. Ela é o *mar profundo digital* na rede, que se furta a toda visibilidade. **Com a transparência crescente, também cresce a escuridão**” (HAN, 2018a, p. 101, grifo nosso).

social, na ação coletiva inaugura formas singulares de mobilização *online*, e-participação, *ciberativismo*, *cibervigilância*, campanha eleitoral *online*, *tecnopolítica*, democracia digital, *accountability*, sociabilidades em ambientes e plataformas digitais.

Com isso, a dicotomia virtual *versus* real precisa ser revisitada. A separação pode se sustentar na Física, mas não na Sociologia, na Antropologia, na Comunicação Social. O virtual como um mundo à parte (realidade paralela) não se sustenta mais, já que não são mundos separados, mas dimensões do real (BEIGUELMAN, 2012), acarretando novas dinâmicas socioculturais.

Beiguelman (2012) salienta que na década de 1990 (entre 1997-1998) a demarcação que confrontava realidade e virtualidade era muito usual e presente. O preparo ritualístico de sentar à frente de um computador, de conectar-se para entrar na *internet*, dava a sensação de se estar entrando em uma outra dimensão, a do virtual. Agora, é possível estar sempre *online*. Os eventos do virtual podem se transbordar para o real e vice-versa (ABRANCHES, 2019).

Os hábitos, portanto, transformaram-se, os aparelhos com acesso à *internet* são extensões da vestimenta. A visibilidade e a audição, já otimizadas pela televisão, junto com a tatilidade⁴⁶, tornam-se os sentidos influentes, na complexa formação da imagem audiovisual-tátil. As redes se interpenetrando e se retroalimentando, elevadas a uma nova apropriação, sentido, territorialização. Eu e você, leitor(a), vemos, escutamos, tocamos, afetamos, transformamo-nos. “A mídia digital furta à comunicação a tatilidade e a corporeidade” (HAN, 2018a, p. 44).

Hoje, cada clique que damos e cada termo que pesquisamos ficam salvos. Cada passo na rede é observado e registrado. Nossa vida é completamente reproduzida na rede digital. Os nossos hábitos digitais proporcionam uma representação muito mais exata e nosso caráter, e nossa alma, talvez até mais precisa ou mais completa do que a imagem que fazemos de nós mesmos. (HAN, 2018b, p. 85)

Presencia-se um registro abundante da vida. Há uma agoridade permanente. A imagem é a do instante, do fato momentâneo. É fluída, fugaz, temporária. E também múltipla, aberta, desterritorializada, mesmo estando registrada e armazenada. A cada clique pressionado, os hábitos digitais vão sendo capturados, via um simulacro da cultura da participação.

⁴⁶ “Com tátil não se quer dizer o contato corporal, mas sim a pluridimensionalidade e multiplicidade de camadas da percepção humana, da qual fazem parte não apenas o visual, mas também outros sentidos.” (HAN, 2018a, p. 44).

Montaño (2012) pontua que é a vez da imagem “desencarnada”, multipresente, que se modifica a cada intervenção dos usuários. “[...] uma tecnologia que funda mundos. Nossa incapacidade de ver isso nos cega, e muitas vezes tememos a monstruosidade das máquinas que nós mesmos inventamos” (MAYER, 2012, p. 151).

[...] na mídia tradicional atômica as pessoas assistem, leem e escutam suas próprias histórias narradas de fora, pois os meios de que elas dispõem não permitem protagonizar suas narrativas senão como personagens secundários, ao passo que as novas mídias digitais permitem aos indivíduos tornarem-se os próprios narradores de suas histórias, nas quais podem figurar como personagens principais. Em outras palavras, de um lado encontramos modos de vida comunicativos heterônomos, e de outro, autônomos. (AZAMBUJA, 2012, p. 93)

E o espetáculo ressignificou-se, as vedetes se proliferaram, transformando a “[...] a antiga condição do espectador em vivência participativa.” (SANTAELLA, 2016, p. 64).

Além de favorecer a circulação, as redes sociais abrem espaço para a criação de ambientes de convivência instantânea entre as pessoas. Instauram, assim, uma cultura participativa, onde cada um conta e todos colaboram; portanto, uma cultura integrativa, assimilativa [...] Nesse tipo de cultura, o sentido de pertencimento é animado pelo compartilhamento de alvos comuns em um cenário de convivência humana que já não aceita discursos de tom puramente persuasivo, exigente, excludente, impositivo, autoritário, pois não é preciso mais do que um celular para que alguém se converta em produtor de informação e com uma capacidade de mobilização dentro e fora das redes que, quando irrompe, desconcerta os incautos. O que, a meu ver, ainda falta perceber é que muitos dos comportamentos adquiridos nas redes são transferidos para o mundo presencial: o direito ao compartilhamento público de um discurso próprio, o direito à participação, o desenvolvimento da capacidade crítica que brota da colaboração, o espaço aberto para iniciativas e o estado de prontidão para agir. (SANTAELLA, 2016, p. 72)

Novas Mídias acarretando renovados modelos de comportamentos, restauradas formas de contar histórias, de organizações fora do escopo institucionais, possibilitando, assim, atualizações no modo de produção da imagem, requerendo novas *performances* para inaugurar novos *métiers*. Obviamente que, quando falo de novos, não quero dizer que são modelos inéditos surgidos no vazio da informação, mas modelos imbricados com características anteriores e com características específicas, em diálogo. Também não posso deixar de acrescentar

que “[...] as novas mídias impactam significativamente no estatuto imagético-narrativo das mídias tradicionais”, salientou Santos (2012, p. 109).

Desse modo há uma transformação entre as mídias, os sujeitos, a comunicação e a política. Elas se remodelam ao passo das transformações. Recompõem a comunicação. Por isso, acho tão importante destacar esses aspectos sociais, culturais, antropológicos da imagem, como subsídios para compreender fenômenos midiáticos, como Bolsonaro, que remodelou a relação entre a política e a comunicação de massa *online*, que está sendo abordada nesta tese.

4.2 A CONTRIBUIÇÃO DO CIBERESPAÇO NA IMAGEM PÚBLICA DO POLÍTICO

O *ciberespaço* é um *locus*, onde um conjunto de práticas socioculturais e de sociabilidades se realiza, criando redes que conectam sujeitos das diversas geopolíticas. No século de visualidade, o material produzido nas mídias mais tradicionais (rádio, televisão), em sua maioria, também está na rede mundial de computadores: estações de rádios podem ser ouvidas *online*, programas jornalísticos e de entretenimento podem ser vistos digitalmente, entre outros.

Assim, o *ciberespaço* torna-se uma rede complexa de informações e comunicações passíveis de serem rastreadas (através de buscadores de resultados de pesquisa). Além disso, os conteúdos produzidos nesse ambiente podem ser possíveis indicadores das pautas das mídias hegemônicas.

Dessa forma, a mídia, como ambiente propício para a mediação da pauta política, não ficou restrita aos espaços dos jornais e revistas impressos, do rádio, da televisão, mas avançou para o mundo *online*:

A onda bolsonarista atropelou a política brasileira com uma força inesperada. Jair Bolsonaro ganhou as eleições com oito segundos de campanha televisiva, conseguiu que o até então insignificante PSL obtivesse 52 Deputados e pôs o número 17 na boca da população, desafiando as análises clássicas da ciência política, as quais assumiam, categoricamente, que sem tempo suficiente de horário eleitoral gratuito e sem um partido político expressivo não havia chance nenhuma de o candidato chegar ao Planalto. (SOLANO, 2019, p. 307)

Bolsonaro, como ator midiático, compreendeu que havia um público, um nicho, mediado pela linguagem dos meios digitais e, estrategicamente, adaptou-se a esse ambiente. De acordo com o levantamento da consultoria *Arko Advice*, nas

outras sete eleições presidenciais brasileiras anteriores à campanha de 2018, a corrida só encontrou seu rumo após o início da campanha televisiva. O pleito de 2018, porém, mostrou que outro componente seria importante: a *internet*. Bolsonaro, apesar de estar na política profissional há três décadas, não era tão conhecido da grande parte do eleitorado para ocupar um cargo majoritário.

Dessa forma, para alcançar a cadeira presidencial, era necessário ser conhecido. E tornar-se conhecido não é uma tarefa fácil, principalmente em um País com dimensões continentais. Almeida (2008) reitera que o candidato mais conhecido larga na frente na corrida eleitoral e que *recall*⁴⁷ (concorrer em outras eleições para adquirir lembrança junto à população) é fundamental para um cargo majoritário. O professor ilustra com a trajetória do Ex-Presidente Lula, que durante os seus quatro pleitos (de 1989 a 2002) foi adquirindo mais votos e, principalmente, sendo conhecido.

Apesar de não ter *recall* com proporções nacionais e dispor de um tempo insignificante de oito segundos, no horário eleitoral gratuito, parece que o clã Bolsonarista e o *marketing* de campanha passaram a compreender que a televisão e o horário eleitoral já tiveram sua cota de influência no voto, mas estavam cedendo espaço para as redes sociais, trazendo um novo *ethos*. Pouco tempo de televisão parece ter sido favorável para migrar os e-leitores para as plataformas digitais.

Já é sabido, por mim e por você, leitor(a), que a *internet* tem se tornado o palco da encenação política. E a campanha de Bolsonaro pode lançar luz sobre esse palco e nos ajudar a compreender esse campo do fazer político. Em tempo de *avatars*, *logins*, perfis, *fakes*, *bots*, receber *likes* passou a ser o empreendimento rentável da política, a economia das atenções. Um termômetro de capital simbólico inegável. Agora, mede-se a quantidade de seguidores, as interações nas postagens, os *topics trend*, as *hashtags* e não somente o tempo de horário eleitoral, a expressividade de partidos políticos tradicionais. A audiência se faz também com postagens, curtidas, comentários, compartilhamentos.

Está-se, portanto, na era do político digital, da exposição *online*, do *ciberativismo*, da produção do e-leitor etc. Nessas décadas iniciais do século XXI, a *internet* vai se tornando uma vitrine da política. Não sendo possível, pois, subestimar esse espaço de interação social. É preciso, portanto, observar o *ciberespaço* e

⁴⁷ Expressão de Almeida (2008).

refletir sobre ele. A vida *online versus offline*, como pontuada, já não é mais uma realidade do início do século XXI.

Com a *COVID-19*, pandemia vivida em 2020, esse cenário conectado só veio a crescer, mostrando que o entretenimento virtual, *shows* na varanda, a telemedicina, visitas virtuais a museus, ensino remoto ou híbrido fizeram parte de uma nova dinâmica de aproximações (bolhas, tribos) e distanciamentos (desigualdades digitais). A *internet* mostrou que, com seu alcance incontestado, pode chegar a qualquer recanto do mundo conectado, em qualquer lugar que o indivíduo esteja e em qualquer momento do dia conectado. Uma vez no *ciberespaço*, as pessoas podem transitar, inaugurar formas variadas de se comunicar, de se expor, de produzir redes, discursos e visibilidades.

A auto-comunicação em massa possibilita, ao público, cada vez mais a interação, a interatividade, a intercriatividade, na recepção e/ou produção de suas próprias mensagens (desafiando o poder corporativo das mídias convencionais, tradicionais, podendo desestabilizar as relações de poder na esfera da comunicação de massa), embora considere que haja uma concorrência desigual entre as produções “caseiras” e as desenvolvidas por profissionais, com todo aparato financeiro e tecnológico.

Assim, a inclusão digital passou a ser um indicador de ordem social e econômica de desenvolvimento dos países. A democratização do acesso às tecnologias da informação acarreta inclusão, maximização do tempo, simplificação de atividades como comprar, comunicar-se etc. Desse modo, busca-se estar incluído à medida que também se está compelido a participar das redes, a postar, a comentar, a curtir, a compartilhar. Antes de continuar, é importante destacar que não pretendo divinizar, muito menos demonizar o processo de acesso à *internet*. As redes multimídias não possuem poder em si mesmas. Embora não seja foco deste trabalho, não se pode deixar de pontuar que ainda não se sabe se a *internet* irá fortalecer o vínculo da cidadania com os candidatos, ou se vai melhorar o nível de informação política dos eleitores. Tudo isso dependerá de muitos fatores que não estão restritos apenas ao meio em si.

Desse modo, reitero que a tese argumentativa de que a televisão (assim como o horário gratuito político eleitoral) modificou a forma pela qual os representantes políticos e os candidatos se apresentam para os eleitores também parece ser reformulada, semelhantemente, para a abordagem das mídias digitais. A

PNAD C, divulgada pelo IBGE, em fevereiro de 2018, apontou que o Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à *internet* e o celular continua a ser o principal aparelho de acesso dos brasileiros à *internet*, usado por 94,6% dos internautas, principalmente com o intuito de trocar mensagens por aplicativos de bate-papo⁴⁸. Em 2017, os números passaram para 126,3 milhões de usuários⁴⁹.

Aos poucos, a televisão vai cedendo o seu poder da vitrine, quase dominante da visibilidade pública, para a *internet*. E a dialética de construir-se e ser construído pelos sistemas de comunicação, como instrumento de visibilidade social, apresenta outros protagonistas. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, publicada *online*, em 11 de setembro de 2018, no portal de notícias G1, apontou que 64% dos eleitores brasileiros assistiram aos programas dos presidenciais no horário eleitoral gratuito de 2018.

Apesar de uma audiência bem significativa, a mesma pesquisa também destacou que o interesse no horário eleitoral gratuito na TV vem, nos últimos anos, apresentando decréscimo no grau de interesse do eleitorado, em que 49% alegam nenhum interesse; seguido de 32% com um pouco de interesse; 18% declarando muito interesse e o 1% não sabe opinar⁵⁰. Os desinteresses podem fazer parte de uma combinação de fatores, como a antipolítica e/ou o prestígio de outros meios de comunicação como a *internet* etc.

Assim, “[...] Novos instrumentos de produção, gerenciamento e circulação da imagem, praticamente fora do controle direto dos indivíduos e dos grupos de convivência, transformam qualitativamente o próprio objeto ‘imagem pública’” (GOMES, 2004, p. 264), em uma linguagem nova, apropriações de conteúdos de modo diversificado, criando modos de se comunicar, de agir, de dialogar diversos.

Vale salientar mais uma vez que não apresento o *ciberespaço* como esfera virtual, logo separada dos embates sociais concretos. Não são dicotomias, mas complementaridades que se acrescentam. Além disso, é assentimento entre boa

⁴⁸ Não é possível fazer um quadro comparativo do acesso à *internet* pelos brasileiros, pois só apenas em 2016 que dados como estes são divulgados. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 06 de jan. 2019.

⁴⁹ Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/pesquisa-do-ibge-revela-que-aumentou-o-numero-de-usuarios-de-internet-no-brasil-129545/>. Acesso em: 06 de jan. 2019.

⁵⁰ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/11/pesquisa-datafolha-64-assistiram-aos-programas-dos-presidenciais-no-horario-eleitoral-gratuito.ghtml>. Acesso em: 06 de jan. 2019.

parte da literatura, que estuda a relação das mídias digitais com a prática política, que a bem-sucedida campanha eleitoral de Barack Obama para Presidente dos Estados Unidos, em 2008, deu-se devido ao importante papel exercido pela *internet*. Naquele momento, presencia-se níveis sem precedentes de engajamento no processo político, ao passo que cidadãos comuns se utilizavam da *internet* para se manterem informados sobre política (RESENDE; CHAGAS, 2011; MARQUES; SAMPAIO, 2011; GOMES et al, 2009; SANTOS, 2017).

Aggio (2010), por sua vez, registra que a primeira experiência de campanha *online* é norte-americana, mas data de 1992. E traça uma linha do tempo contemplando a trajetória. De 1992 a 1999, surgem as primeiras configurações, porém as teses empíricas apontam para a ausência de interatividade nos *websites* de campanha de candidatos e partidos. De 2000 a 2003, iniciam-se as hipóteses de inovação para a mobilização do eleitorado, mas o impacto ainda é restrito a uma possibilidade e não a uma concretude. De 2003 a 2009, há a ênfase nos potenciais de mobilização das campanhas *online* através de *e-mail*, *website* e mídias sociais, como uma realidade concreta e plausível, resultando na campanha bem-sucedida de Barack Obama e, posteriormente, de Donald Trump.

Nas eleições norte-americanas [especificamente com Donald Trump], *big data* e *data-mining* de dados se revelam, de fato, o ovo de Colombo. Os candidatos têm uma visão em 360° dos eleitores. Gigantescas quantidades de dados de diferentes fontes são coletadas, na verdade compradas e conectadas entre si, para que possam produzir (sic) perfis eleitorais bem definidos. Com isso, também se adquire uma visão da vida privada e mesmo da psique dos eleitores. O *micro-targeting* é aplicado para abordar os eleitores com mensagens direcionadas e personalizadas, e assim *influenciá-los*. [...] Os algoritmos inteligentes também permitem realizar prognósticos sobre o comportamento eleitoral e otimizar o discurso. [...] Cada vez mais, votar e comprar, Estado e mercado, cidadão e consumidor se assemelham. (HAN, 2018b, p. 86-87)

Não obstante, vale salientar que é complexo (e impossível) mensurar quantitativamente o quanto as campanhas e os conteúdos produzidos na *internet* (ou em outros meios) se convertem em votos, acrescentam Resende e Chagas (2011). Além disso, a *internet* trata-se de um meio relativamente novo, com seu uso em práticas eleitorais ocorrendo com rápida evolução.

Entretanto, não dá para esquecer que, a cada eleição, a *internet* vem se tornando um meio de comunicação e mobilização cada vez mais substantivo, tornando-se um veículo tão importante quanto as outras mídias (quem sabe se

tornará o mais importante). Por conseguinte, falar em gerenciamento político significa investir também em comunicação na *internet*. Afinal, o aumento do número de usuários nesse espaço oferece uma abertura para a construção de imagens públicas, uma vez que 62% da população brasileira estão ativas nas redes sociais, segundo o relatório “Digital in 2018: The Americas”. Com isso, tem-se a peculiaridade de campanhas que são desenhadas para o *ciberespaço*.

Assim, a popularização do acesso à *web*, o interesse dos internautas brasileiros por ferramentas que possibilitam a criação e o compartilhamento de conteúdo (RESENDE; CHAGAS, 2011) possibilitam afirmar que as ferramentas digitais começaram a assumir uma importância de certa forma inédita, nas eleições brasileiras de 2010, com maior pluralidade de informações geradas por candidatos e por usuários e disputa acirrada pela atenção do eleitorado. (MARQUES; SAMPAIO, 2011). Em 2010, a Justiça Eleitoral brasileira autorizou e regulamentou a utilização de ferramentas digitais de comunicação em campanhas eleitorais.

Na campanha presidencial de 2018, foco da tese, o Instituto Datafolha apresentou que os eleitores se informaram majoritariamente sobre política, através das redes sociais. Sendo que 61% se informaram pelo *WhatsApp*; 57% pelo *Facebook* e 28% pelo *Instagram*⁵¹, sendo o Brasil o segundo País no *ranking* de países no qual as pessoas passam mais tempo em redes sociais (quase 150 minutos por dia)⁵², realidade que, certamente, terá um aumento considerável no ano 2020, por conta da pandemia da *COVID-19*.

Miguel e Máximo (2015, p. 19) lembram que:

O ambiente de representações do mundo social construído pelos meios de comunicação age tanto sobre os cidadãos comuns quanto sobre líderes partidários, parlamentares e governantes. A mídia tem, assim, um papel importante na formação do universo de referências a partir do qual os integrantes das elites políticas constroem suas ações.

Assim, o *ciberespaço*, por ser um espaço de intercâmbio entre o político e os e-leitores, tem desempenhado um papel proeminente de visibilidade, dizibilidade e formação de universos de referência. E a construção da imagem pública dos políticos é pautada nos anseios da instância receptora. Portanto, não se tem como

⁵¹ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 06 jan. 2019.

⁵² Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html>. Acesso em: 06 jan. 2019.

escapar desse intercâmbio que a política e a mídia apresentam. É o grupo social construindo a imagem pública e a imagem pública construindo o grupo social.

Portanto, inseridos na linguagem dos meios de comunicação eletrônica, os atores políticos devem compreender como se constrói a rede de apoio, caso queiram formular imagens públicas bem sucedidas para esse nicho. A sociabilidade no meio virtual, vale acentuar, possui dinâmicas próprias, como lançar mão de uma gramática da mensagem rápida (*Twitter* um pequeno limite de caracteres) mais de convencimento do que informação; do *panóptico* sempre em vigilância, seja dos seguidores, seja dos algoritmos; de um ativismo e um recrutamento *online*; das bolhas digitais que se reproduzem em comunidades de afinidades; do *hipertexto* que produz uma cadeia de *link*, oferecendo fluidez no tipo de experiência de entretenimento e/ou informação que se pretende ter; de uma agoridade que exige uma frequência de atualização constante para um consumo da novidade; de novos modos de interatividade com participação mais fácil e veloz.

A interatividade dialógica é, de fato, um potencial diferencial das campanhas *online*. O aumento das oportunidades de mobilizações para atores com menos recursos financeiro, as descentralizações das atividades de produção e distribuição de conteúdos, com e-leitores transformando-se em operadores de campanha são algumas das novidades que a *internet* tem posto, cuja dinâmica pede outros agenciamentos e que inicialmente provocou tensões entre os candidatos, uma vez que se temia perder o controle do que os usuários dizem e repercutem.

Nos meios de comunicação de massa (jornais, rádios, televisões), controlados por produtores e editores, há um critério de noticiabilidade (sobretudo abordando o extravagante, o inesperado, o inabitual) que funciona semelhante a uma espécie de filtro determinando o que deve ser noticiado, destacado, ocultado ou até deturpado. Pautar e editar são, portanto, fazer escolhas, exercer o controle sobre qual tipo de experiência de entretenimentos e informações o espectador terá acesso, embora esses procedimentos sejam vinculados como naturalizados a ponto do espectador não perceber.

Por outro lado,

A mídia digital é uma mídia da *presença*. A sua temporalidade é o presente imediato. A comunicação digital se caracteriza pelo fato de que informações são produzidas, enviadas e recebidas sem mediação por meio de intermediários. Elas não são dirigidas e filtradas por meio de mediadores. A instância intermediária inventora

é cada vez mais dissolvida. Mediação e representação são interpretadas como não transparência e ineficiência, como congestionamento de tempo e de informação. (HAN, 2018a, p. 35)

A *internet*, por sua vez, é vista como rompimento com essa intermediação altamente controlada. Todos podem produzir, divulgar etc. Produzir e divulgar simultaneamente o novo, mas também a partir de um universo de referência adquirido pela televisão, jornal e rádio. Quer se estar diretamente presente e apresentar-se sem intermediação. Todos podem ser a rede e fazer parte dela. A sensação de empoderamento civil, de não opacidade, de não interferência controladora do outrem, de escolha da informação e de administração do tempo ao seu bel prazer faz parte dessa dinâmica, cujo ressoar repercute na construção da imagem pública do político no *ciberespaço*, da qual o *marketing* de Bolsonaro explorou em exaustão e bordões, como “eu sou o robô de Bolsonaro” ou “eu sou o caixa 2 de Bolsonaro, que destacarei a seguir.

Desse modo, em 2018, com a eleição de Bolsonaro, torna-se perceptível mais uma novidade: o populismo digital e o político digital. Uma mudança paradigmática que certamente entrará para as análises das eleições em tempos de mídias digitais e sobre a qual farei agora uma breve análise.

4.3 BOLSONARO CONTA E AUMENTA UM CONTO (DA CAROCHINHA⁵³): O POLÍTICO DIGITAL

Guerra de narrativas, guerrilha cultural, controle do imaginário, a *internet* possibilitou o fortalecimento de novas guerras de narrativas. Não apenas *bots*, mas seguidores, e-leitores tomaram a tarefa de produzir e impulsionar conteúdos *online*. Conteúdos, vale salientar, ideológicos, mesmo Bolsonaro finja e alguns de seus seguidores acreditem que a ideologia é algo, eminentemente, de esquerda e que é possível produzir neutralidade.

As narrações, com suas construções, estão aí. Novos conceitos surgem também para as análises teóricas, como o populismo digital e o político digital, que, no Brasil, são exponenciados com a candidatura de Bolsonaro à Presidência, em 2018. Percebo que não são tão somente novas nomenclaturas para velhos modelos.

⁵³ Informalmente, o conto da carochinha refere-se a histórias fantasiosas, contadas com tantos detalhes que leva o leitor a acreditar na plausibilidade, embora ela seja eivada de mentiras.

Há traços da tradição e da modernidade em simbiose. E, em 2018, Bolsonaro soube utilizar mais enfaticamente esses espaços.

O que já se sabe é que 2018 foi um marco na política brasileira. (GARMAN, 2019; MOURA; CORBELLINI, 2019; NICOLAU, 2019). Explicar como Bolsonaro contou o conto de sua identidade conceitual (de carochinha?), fabricou um mito para si, floreou a sua identidade visual, nas redes sociais, não é uma das tarefas mais fáceis, principalmente quando os métodos de análise estão em gestação, junto com o objeto a ser observado. Estou tentando explicar o processo, usando a interface com a teoria da imagem pública, com a relação com as comunicações de massa, sob as Ciências Sociais.

É possível afirmar que os anseios dos eleitores eram variados: antipolítica, novidade, tradição. Anseios aparentemente dicotômicos, que ao primeiro olhar não encontravam ancoragem no então Deputado. A tônica do contra “tudo que está aí” foi sendo gestada paulatinamente. Os anseios da população já não eram os mesmos das disputas PSDB *versus* PT (1994-2014). Além disso, o balanço econômico parecia, à primeira vista, não ter sido o componente mais relevante na avaliação geral de desempenho dos governos federais, como foi, segundo tese de Carreirão (2002, p. 194), no período de 1986/1998, resultando no “voto econômico”, em que: “[...] a aprovação do desempenho governamental cresceu à medida que cresceu a aprovação aos planos econômicos”.

Embora não se negue a importância da economia, avalio que o desejo de retornar a um Brasil mítico da Pátria, da Família e de Deus estava sendo posto com mais ênfase na eleição presidencial de 2018, da qual Bolsonaro foi protagonista. Destarte, grupos de pertencimentos, em bolhas sociais favorecidas pelas redes sociais, e impulsionadas por algoritmos, informavam-se e criavam laços.

Assim, 2018 não foi o ano de uma política muito propositiva. O candidato eleito não participou dos principais debates televisivos entre os presidenciáveis, alegou não dominar o tema de economia, além disso, posso afirmar que também pouco sabia de segurança pública, educação, cultura. A preocupação central parecia não estar no emprego, no Programa “Minha casa, Minha vida”, nas Políticas Públicas, mas na política demagógica que se preocupava, sobretudo, com o controle dos corpos, com a visibilidade das minorias.

Obviamente que o conto da política demagógica, com o enredo de atrair uma base de apoio sustentável, não surgiu com o Bolsonarismo, nem é restrito apenas a

um político ou a espectro ideológico. Assim como a sobreposição entre o “voto econômico” e o “voto moral”, com ênfase no segundo, também não resulta da noite para o dia, nem implica que apenas um determine sozinho a avaliação de governo.

É possível afirmar que a sociedade brasileira é conservadora, como pontuei no tópico sobre o neoconservadorismo. Mas o que havia de diferente? A tradição inventada pelo mito, a miscelânea de valores, associadas à difusão de uma linguagem *memeficada*, em comunidades simbólicas de pertencimento, são alguns pontos que ofereceram pistas, cujas evidências apontavam para certas modificações no comportamento eleitoral para a eleição de 2018.

Os termos direita e esquerda, por exemplo, que ou não tinham nenhum significado ou apresentavam significado muito limitado, para grande parte da população, começaram a ser usados proficuamente. É sabido que ainda há muita confusão conceitual, mas as definições passaram a ser relevantes, coincidindo em alguma medida entre a escolha e o espectro ideológico. Se porventura se tem uma mudança paradigmática, novo *modus operandi* de fazer política, ou apenas um pequeno vento passageiro, próprio de 2018, só o tempo revelará. O que se sabe, agora, é que a configuração de um líder cuja construção personalista, carismática e populista inspirou a construção de novos sonhos.

É importante ratificar que o populismo é mobilizado por partidos de direita, de esquerda, de centro; por países centrais ou da periferia do capitalismo. E o culto à personalidade pode se fazer presente em regimes totalitários e democráticos. A respeito do populismo, Albuquerque e Amaral (2018) fazem uma análise, sob o prisma da Geografia Política, sobre as variantes da legitimação carismática do poder e identificam os atributos comuns, assim como as distinções do populismo em países da América e da Europa.

O fenômeno político do populismo ressurgiu com muita força nesse início de século XXI nas mais diversas escalas. Neste sentido, ele se manifesta nos países de forma diferente em regiões da Europa Ocidental e Oriental, nos EUA, Ásia e na América Latina. Tal fenômeno global é resultado de dois processos, nesse caso, o primeiro é de natureza econômica e o segundo, mediante as transformações culturais que vêm ocorrendo nas sociedades, produzindo reações de ódio, racismo e violência – travestidos de xenofobia, ou seja, contra aqueles que vêm de fora. Daí surge a imigração como tema central, sobretudo na Europa e nos EUA. (ALBUQUERQUE e AMARAL, 2018, p. 47)

Para tanto, como argumento central, os autores salientam que o personalismo político, contemporaneamente, vem se travestindo de populismo que expressa ambivalência entre carência de argumentos mais exposição de gestos, propiciando o autoritarismo político e fomentando tempos de incerteza. Além disso, o populismo é lido como a descrição de líderes carismáticos que programam políticas sociais destinadas a beneficiar e, ao mesmo tempo, a cooptar uma massa trabalhadora que não possui consciência de classe.

Albuquerque e Amaral (2018) fala da sobre-elevação do imagético, da *performance*, do narcisismo, amalgamando esse cimento político que não se furta nem da ecologia da aparência, própria da profusão de uma sociedade espetacularizada, nem muito menos da herança histórica.

Com isso, é compreensível que uma série de temas explique a vigência autoritária de um país. A herança colonial, a formação mercantilista, a sobreposição de culturas, religiões, histórias e práticas são umas dessas realidades que compõem os países alvos das grandes navegações rumo ao “Novo Mundo”, por exemplo.

No Brasil, “[...] o patriarcalismo, o mandonismo, a violência, a desigualdade, o patrimonialismo, a intolerância social, são elementos teimosamente presentes em nossa história pregressa e que encontram ressonância na atualidade.” (SCHWARCZ, 2019, p. 26). Todavia, criar pontes articuladas que relacionem os componentes do passado histórico com o presente vivido não se arquiteta em uma travessia dada. É necessário desnaturalizar, sacudir os mitos, chacoalhar o senso comum.

Schwarcz (2019, p. 20, **grifo nosso**) esclarece:

Toda nação constrói para si alguns mitos básicos, que têm, em seu conjunto, a capacidade de produzir nos cidadãos o sentimento de pertencer a **uma comunidade única**, a qual permaneceria para sempre inalterada - “deitad[a] eternamente em berço esplêndido”, conforme verseja o nosso Hino Nacional. História de claro impacto e importância em seu contexto ganham outra dimensão quando escapam do momento que as viu nascer e passam a fazer parte da lógica do senso comum ou se transformam em retórica nacional. O certo é que, quando viram mitologia, esses discursos perdem sua capacidade crítica para serem lidos apenas de uma maneira e a partir de um só pressuposto; aquele que exalta a criação de um passado glorioso e de uma história única, somente enaltecedora.

Compreender essa mitologia é parte imprescindível para perceber como as construções narrativas se reatualizam no presente, de modo fragmentado, residual e

também difuso. É fato que a noção de populismo muitas vezes está associada a políticas de interesse dos mais pobres e, com isso, o termo e a política pública que possam ser gerados servem para deslegitimar e mitigar as classes menos favorecidas, pondo em xeque a soberania popular e, conseqüentemente, a consciência política (SOUZA, 2016).

Desse modo, o populismo acaba sendo visto como uma deformação ideológica que falsifica a consciência da classe trabalhadora. Um termo que vai ganhando uma conotação pejorativa, por ter como escopo um fazer político que envolve demagogia e provoca incertezas (ALBUQUERQUE e AMARAL, 2018).

Para Touraine (1986), líderes personalistas ganham projeção por oferecer “um mundo de privilégios e poder” aos indivíduos sem expressividade política, direitos sociais e identidade coletiva. Dentro dessa lógica, esse líder se torna um personagem importante no território político por ofertar promessas e soluções de caráter popular, elitista ou aristocrático, com o intuito de ganhar simpatia das massas e com isso seu voto. (ALBUQUERQUE e AMARAL, 2018, p. 46)

Entretanto, a simpatia da massa e, conseqüentemente, o voto não se faz, necessariamente ou tão somente, com cooptação dos mais vulneráveis, via programas de redistribuição de renda, mas é possível que uma sedução aconteça a partir de símbolos de importante circulação social.

Ilustração 6 – Bolsonaro e a paixão nacional brasileira, o futebol



Fonte: <https://oglobo.globo.com/brasil/frequentador-de-estadios-bolsonaro-se-mantem-proximo-ao-futebol-como-forma-de-comunicacao-politica-24097656>. Acesso em: 28 nov. 2020.

Nesse contexto, o futebol, como comunicação política e artefato simbólico, capaz de produzir em muitos cidadãos/torcedores o sentimento de pertencimento, pode ter um papel relevante para um populismo que se faz a partir de símbolos e retóricas culturais centrais para a lógica do senso comum da população brasileira. O apelo a esses símbolos nacionais, a artefatos simbólicos e comunicativos de grande visibilidade social povoa a pauta do populista. Bolsonaro, por sua vez, utiliza-se da paixão nacional pelo futebol como *marketing* político de aproximação. Não são raras as suas aparições em estádios de futebol, levantando e entregando a taça de campeão brasileiro ao Palmeiras, ou trajando camisas de times, como na imagem acima. Tudo isso revela o conhecimento de padrões de comportamento da sociedade brasileira e uma aproximação ainda mais intensa com a população, através do reflexo de um político “gente como a gente”.

Dessa forma, o político passa a ser visto como um cara legal, que tem os mesmos gostos de parte dos cidadãos, a mesma paixão ou até torce pelo mesmo time. Assim, utilizando-se da linguagem que viraliza, provoca emotividade e efeitos apelativos, Bolsonaro, todavia e ao seu modo, torna-se sedutor, convincente, provocando dedicação, capitalizando afetos de uma forma que, certamente, confunde a cartilha clássica sobre o que é carisma, simpatia, liderança.

Contudo, como entender um líder personalista cuja projeção não se centra no oferecimento de expressividades políticas aos menos privilegiados? Em muitos momentos o presidenciável se colocou contra políticas sociais de reparação social, contra políticas redistributivas, como o Programa Bolsa Família. Sobre o Programa Bolsa Família, afirmou publicamente ser contrário, pois, segundo sua versão, sustenta vagabundo ou só dar o peixe e não ensina a pescar. Essas construções discursivas são encontradas na retórica de muitos dos seguidores. Em entrevista para a emissora Band, em 2012, alegou que “No Nordeste, você não consegue encontrar uma pessoa para trabalhar na tua casa⁵⁴” e culpa o Programa Bolsa Família por isso. Em outubro de 2014, censurou o programa e o acusou de “crime”, declarando: “você vê meninas no Nordeste, bate (sic) a mão na barriga, grávida, e fala o seguinte: [...] esse aqui vai ser uma geladeira, esse aqui vai ser uma máquina

⁵⁴ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/16/politica/1539698408_327568.html. Acesso em: 20 jan. 2021.

de lavar⁵⁵". Só em meados de 2018, Bolsonaro suavizou suas críticas mais severas ao Programa, afirmando que pretende manter, depois de realizar uma auditoria.

Moura e Corbellini (2019) destacam que nos últimos anos houve uma mudança no estatuto de relevância dos temas que, realmente, importam para os eleitores. Não tenho o ponto exato de quando começou essa virada. Análises mais economicistas apontam que com a grande recessão do capitalismo, desde a crise de 2008, nos Estados Unidos, o populismo foi ganhando voz, materializando-se em um discurso à direita. No Brasil, as manifestações de junho de 2013 também são lidas como a gestação de um movimento que foi se aprofundando e resultou em um *Impeachment*, em 2016, contra a Ex-Presidenta Dilma Rousseff e a vitória das eleições presidenciais para Jair Bolsonaro, em 2018. Esses são apenas um caminho interpretativo, entre inúmeras possibilidades outras.

Entretanto, muitos analistas políticos, formadores de opinião e até a elite política não compreenderam a transformação paradigmática, a racionalidade e a paixão política, travestida de antipolítica altamente engajada que começava a se desenhar.

A previsão, compartilhada por muitos, de que a candidatura de Bolsonaro se desidrataria na hora da verdade, quando se iniciasse de fato a campanha eleitoral, baseava-se em alguns pressupostos. Um deles, de que teria pouco tempo de TV para fazer frente a outros candidatos do campo não petista e para defender-se da exposição em larga escala que haveria de suas declarações polêmicas. Outro, de que não teria um bom desempenho e demonstraria despreparo em entrevistas e debates. Enfim, com eleitores "conhecendo de verdade Bolsonaro", seus índices de intenção de voto nas pesquisas diminuiriam, sua rejeição aumentaria e sua vitória seria inviabilizada. [...] com o andar da campanha, ele demonstraria inconsistência e as pessoas não reconheceriam nele as credenciais e o preparo para ser um presidente da República, especialmente em tempos de crise econômica e de desemprego. Essa previsão, que, com o tempo, se mostrou errada, era mais um sintoma da dissociação cognitiva [...] de grande parte das nossas elites políticas e dos chamados "formadores de opinião" em relação ao estado da opinião pública. (MOURA e CORBELLINI, 2019, p. 61-62)

Os formadores da opinião pública, como apontadas nas análises de Moura e Corbellini (2018), com sua cartilha tradicional sobre política, mídia, comportamento eleitoral, carisma, afeto, não compreendeu como o fenômeno ia se compondo, julgando que apenas o ignorar ou criticá-lo seria suficiente para dissipá-lo. Para uns,

⁵⁵ Disponível em: <https://josiasdesouza.blogosfera.uol.com.br/2019/04/11/bolsonaro-e-bolsa-familia-do-cabresto-ao-13o/>. Acesso em: 21 jan. 2021

mesmo se o então Deputado ganhasse a Presidência não teria uma base de apoio consolidada no Congresso o que inviabilizaria a governabilidade ou o *establishment* não o aceitaria. Fato que o tempo provou como controverso.

Ainda tinham como interpretação o pacto de compromisso (ou a mais conhecida conciliação de classe) que, certamente, modificou parte de uma cartografia dos espaços políticos, culturais, sociais, promovendo uma democracia inclusiva das classes subalternizadas, como suficiente para desestruturar um modelo autoritário de fazer política. Ou que suas propostas políticas caminhavam em direção contrária à sociedade brasileira e ao mundo em geral, cuja direção caminhava para a legalização da união homoafetiva e da maconha, contra o armamento da população, além de que o discurso neoliberal não era aderente no Brasil. Mais fatos que o tempo também provou como discutíveis.

Em 22 de julho de 2018, o PSL oficializa a candidatura de Jair Messias Bolsonaro, com propostas de tirar o país do acordo de Paris, comprometendo a redução de emissão de gases. Com lágrimas nos olhos, o presidenciável afirmou que não fugirá da missão de resgatar a moralidade da população brasileira. Um retorno a Deus, à Família e à Pátria. Era possível os e-leitores acompanharem, de suas casas o espetáculo, em tempo real, sem a co-presença, e assim fortalecer o sentimento entre os pares. “[...] é evidente, há o advento das novas mídias e redes sociais, importante difusores e, até, indutores de comportamentos, ainda que não ‘inventem’ mentalidade políticas” (MELO, 2019, p. 216). Há as raízes que possibilitam esses personagens, relacionados aos conservadorismos, que serão refletidos mais detalhadamente na próxima seção.

Por hora, pode-se dizer que as raízes conservadoras se mantiveram durante os governos ditos de esquerda, e o País não conseguiu se desvencilhar “[...] das velhas elites rurais e hoje urbanas, e que não ajuda a animar uma saudável e necessária itinerância no poder.” (SCHWARCZ, 2019, p. 62). Nessa esteira, de espaço não ocupado pela dicotomia PT *versus* PSDB, ou ainda PT *versus* anti-PT, Bolsonaro foi se posicionando como um político autêntico, de convicções fortes, com frases prontas, curtas, de efeito e um humor ácido, pronto para circular nas redes sociais, para virar *memes*.

Na verdade, as falas de Bolsonaro eram como um “apito de cachorro”. A política tradicional e parte da mídia nada ouviram de consistente. Mas seus potenciais eleitores, nada vida real,

escutavam e reagiam com engajamento. Bolsonaro falava em outra frequência. A simplicidade, os erros de conjugação e a articulação aparentemente tosca das falas construía diques de proteção onde mais interessava: nos ouvidos dos eleitores. O elemento autenticidade se impunha. (MOURA e CORBELLINI, 2019, p. 61-62)

Os sons emitidos por Bolsonaro conseguiram se ajustar à frequência audível da sensibilidade de parte do eleitor, por isso faz sentido, mobilizou uma rede que ainda estava (e está) em processo de ascensão nas campanhas políticas brasileiras: as sociais da *web*. Bolsonaro foi se tornando popular e falando com outra frequência. Uma frequência de longo alcance, que provocou sentimentos contraditórios: ideais para determinados ouvidos, já sintonizados, emitindo sinal que propicia reação e engajamento; perturbadores para outras audições, ainda não treinados, desestabilizando os horizontes de expectativas, ao tempo que chamava a atenção, causava incômodo para alguns, admiração para outros e hesitação para alguns outros.

Para os que não escutavam o apito do cachorro restavam-lhes incompreensão. Era inaceitável para essas percepções um discurso que reforça as desigualdades e os marcadores sociais de opressão. As opressões do Brasil se encarnavam em sentimentos e ressentimentos vociferados como liberdade de expressão. Todavia, é importante compreender a racionalidade e a emotividade produzidas. “Com tantos sistemas de crença e padrões de comportamento laicos e cosmopolitas em competição, muitos se sentem desenraizados, desorientados e desprotegidos. Anseiam pela sombra protetora de um patriarca. De preferência, armado” (ALONSO, 2019, p. 63). Era preciso se conectar com alguém forte, com referências morais conhecidas, Bolsonaro foi o cara.

Ilustração 7 – O político digital



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2018.

Ou seja, os prognósticos de 2018: pouco tempo de televisão, campanha parca de recurso, estrutura partidária ínfima, sua vida seria devastada e escândalos viriam à tona, baixa inteligência emocional que lhe prejudicaria na formação de uma base de apoio suficiente de adesão social, pois se assentava em um discurso tribal de uma bolha eleitoral formada pelo núcleo duro fiel que o impediria de se tornar majoritário, pois claramente não abria o horizonte de expectativa, como já fora destacado, e exemplificando-se sempre com a trajetória do petista Lula que só logrou êxito quando aderiu a uma versão mais palatável ao grande público, aderindo a uma espécie de centro-esquerda ou socialdemocracia, não se concretizaram.

O tiroteio opera à moda da “guerra cultural” norte-americana. A campanha de Bolsonaro emulou o *Movimento* de Bannon no uso sistemático e eficiente das redes sociais. O veículo incentiva a retórica fragmentária, que não conforma um sistema. Suas formas brevíssimas, tuítes e memes, estimulam mensagens curtas, diretas, de compreensão imediata. Acolhem o incisivo, o autoexplicativo, o chavão e o caricato. Bem ao gosto da comunidade moral bolsonarista, dispensam o raciocínio complexo, demandam escola sem partido, universidade sem críticos, política sem divergência. Acorde com a economia linguística da internet, trazem um tom mais opinativo que analítico. No limite, nem há retórica, antes pílulas de juízo. A comunidade moral bolsonarista prescinde de teorias, não persuade por argumentação, mas por repetição. (ALONSO, 2019, p. 66)

O uso sistemático e eficiente das redes sociais, com todas as suas características de “guerra cultural”, de retórica fragmentada, de mensagens curtas que dispensam o raciocínio mais apurado, faz parte de uma nova dinâmica, que não surgiu com Bolsonaro, mas que no Brasil tem no político o divisor de águas do uso predominante da tecnologia analógica para a digital. Considero que essa mudança não é apenas do meio e da tecnologia a ser empregada. É uma mudança contínua de um processo social em movimento, que está a modificar a linguagem, o comportamento do eleitor (como seguidores, fã, *stalker*), o estatuto das construções da imagem pública política, por isso desenvolvo, nesta tese, a fórmula e-leitor, por compreender uma nova construção política com o advento das mídias sociais digitais, em que, como já destaquei, a combinação de eleitores, leitores, e-leitores é aglutinada.

Dunker (2019) destaca que a emergência de massas digitais, notadamente de 2013 a 2018, provoca uma nova economia de identificações. Desse modo, a compreensão sobre experiência democrática, carisma, líder político tende a se transformar com o advento das massas digitais. Aggio (2010) esclarece que para os estudos sobre política e mídias digitais, em um primeiro momento, o valor das campanhas na *web* estava atrelado a uma possibilidade de comunicação direta entre os cidadãos e os candidatos, o que acarretaria uma interferência do eleitorado no processo de configuração das campanhas. Percebe-se um processo de reconfiguração, em que a comunicação mais importante começa a se dar entre os próprios e-leitores, com vista na criação de mobilizações e de atividades políticas, em prol de uma candidatura, vindas não apenas gradeadas pelo partido, em um caminho unidirecional dos comitês para o político e deste para os e-leitores.

Vale salientar ainda que por convidar o e-leitor para a cena política, através do dialogismo (in)tenso, o *ciberespaço* tem promovido uma arena discursiva, onde a política começa a fazer parte da cotidianidade dos sujeitos sociais. Basta um passeio rápido nas redes sociais, por exemplo, para que se vejam comunidades, portais de notícias, *blogs*, páginas de *Facebook*, *sites* que se dedicam, exclusivamente, ao debate político, não só em períodos de eleição, mas como atividade constante⁵⁶.

⁵⁶ Essa realidade da imbricação entre política e *internet* é tão forte que o meio já foi institucionalizado também como modo de fazer campanha. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Maio/eleicoes-2016-propaganda-eleitoral-de-candidatos-deve-respeitar-restricoes-da>

Em janeiro de 2018, Bolsonaro já era presidenciável mais popular das redes digitais, conforme o Instituto Mapa e a Empresa de Inteligência digital *MrPredictions*⁵⁷ que já anteviam que os candidatos, para o pleito de 2018, precisariam investir em campanhas nas redes sociais. Isto é: em nove meses, de outubro de 2017 a julho de 2018, Bolsonaro cresceu mais de noventa por cento nas redes sociais⁵⁸. Embora, saiba-se que alguns dos perfis eram *bots*, ou seja, tipos específicos de programas de computador que realizam tarefas autônomas, a partir de algoritmos.

O desafio, portanto, era repetir a mesma repercussão das redes digitais *online* para os espaços das redes sociais *offline*. Desse modo, estratégias de retroalimentação eram usadas. Bolsonaro alimentava suas redes em uma agoridade permanente, informando agenda, pautas, viagens, intimidades. O real alimentando o virtual e o virtual nutrindo o real, em fronteiras tênues.

Ilustração 8 – Testando a popularidade do online no “offline”



Fonte: <https://www.bemparana.com.br/blog/politicaemdebate/post/recebido-por-multidao-no-afonso-pena-bolsonaro-promete-varrer-corrupcao-do-pais#.YAhQ3OhKjIU>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Bolsonaro inicia uma campanha de testagem da popularização *online* em espaços “*offline*”. Em suas redes sociais, era possível saber os passos dados pelo presidenciável, gerando tráfego de mensagem *online*, à medida que impulsionava o recebimento nos aeroportos, eventos, comícios, dando a ideia de que o movimento

legislacao. Acesso em: 30 ago. 2016. Além disso, mesmo não estando em período para campanha presidencial é profícuo o debate sobre os candidatos à presidência em 2018.

⁵⁷ Disponível em: <https://exame.com/brasil/bolsonaro-e-o-presidenciavel-mais-popular-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/em-9-meses-numero-de-seguidores-de-bolsonaro-cresceu-mais-de-90/>. 20 jan. 2021.

era espontâneo, uma vez que o chamamento não era explícito ou condicionado a pagamentos pecuniários. E, assim, ele avançava das redes digitais para a vida concreta. O movimento de adesão foi ganhando capilaridade. Vaquinhas *online* e grupos de tiros, por exemplo, começaram a bancar *outdoors*, carros de som de divulgação e distribuição de camisetas pró-Bolsonaro⁵⁹. Sendo, o primeiro presidenciável a arrecadar mais de um milhão de reais, em vaquinha⁶⁰. Tudo dentro de uma nova composição de mítica da política.

Além disso, tem-se também uma maior proliferação de *fan-pages*. Os mediadores da comunicação (*youtubers*, *vloggers*, *digital influencer*) e os políticos, passam a ser vistos como figuras públicas e celebridades, *pop star*, vedetes que mobilizam seguidores, fãs; e que estão no mundo da tela, influenciando comportamentos, opiniões, modas, etiquetas. Com isso, as páginas de campanhas “não-oficiais” disputam audiência em uma campanha permanente, com mensagens direcionadas diretamente para os nichos, inaugurando possibilidades variadas do fazer político. Uma co-produção híbrida que desafia o modelo tradicional e profissional *top down*.

Destarte, a *internet* vai conquistando espaço de lugar da exibição, socialmente reconhecido, estendendo a premissa ontológica de “eu vi na tevê é verdade”, para “eu vi na *internet* é verdade”, expressa na lei sublinhada por Gomes (2004): *video ergo est*. Acrescida na *internet* com a novidade de poder compartilhar, de ser uma agente tida como relevante na engrenagem da informação.

Com isso, na competição pela produção e pelo controle de imagens, Bolsonaro impôs a sua, cativando a audiência, o interesse, a preferência, as memórias e o engajamento dos seus e-leitores. Ele ofereceu resposta para aqueles que se sentem desprotegidos.

Essas massas facultaram um novo tipo de idealização na política, uma nova mítica e um novo tipo de carisma, que permite ao líder político confrontar discursivamente a institucionalidade, no que se convencionou chamar de antipolítica, representada pelos candidatos antissistema. Quando nossos grupos de referência passam a funcionar ao modo de massas digitais e quando a idealização do líder torna cada um de nós um herói em potencial, os afetos assumem uma dinâmica segregativa. A ação conjunta desses

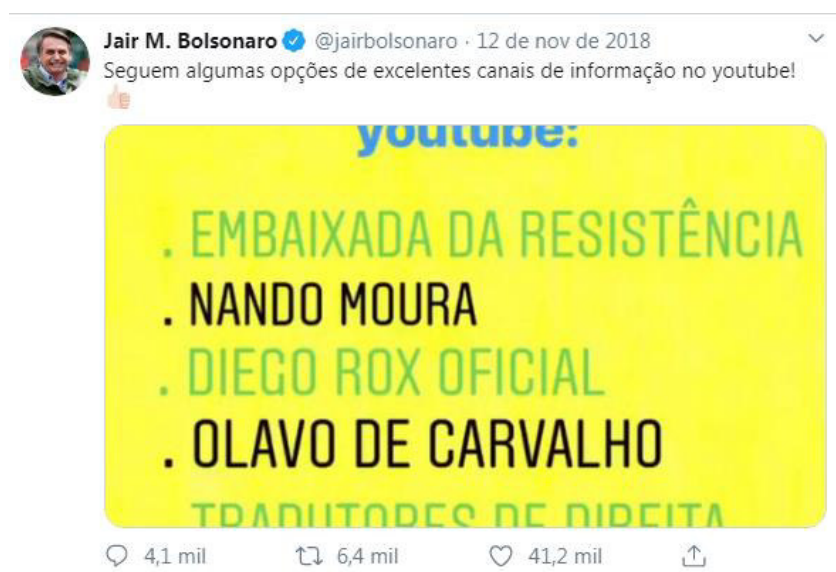
⁵⁹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/vaquinhas-e-clube-de-tiro-bancam-outdoors-pro-bolsonaro-pelo-pais.shtml>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁶⁰ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/03/bolsonaro-arrecada-mais-de-r-1-milhao-veja-quanto-renderam-vaquinhas.htm>. Acesso em: 20 jan. 2021.

movimentos redundou na explicitação de um programa político, eleitoralmente vencedor, baseado no ódio antipetista, que acena para um modelo de democracia exclusiva ou excludente e requer a consequente redução do sujeito democrático. Anuncia-se diante de nós que a democracia não é para todos, que é preciso reduzi-la para que ela funcione. (DUNKER, 2019, p. 118)

Esse grupo encontrou, em Bolsonaro, seu canal de comunicação que conectou as pessoas, ao vivo, sem edições, (re)formando o modo de se fazer política, de visibilidade, de espetáculo, de aparência, de agendamento temático, tentando mostrar que a televisão já não é a vitrine⁶¹ fundamental da visibilidade pública nacional, pois a televisão foi posta como tendenciosa, ideológica, manipuladora, produtora de *fake news*, esquerdista. Por isso, Bolsonaro ofereceu o antídoto contra a mídia tratada como esquerdista.

Ilustração 9 – O antídoto contra a mídia esquerdista



Fonte: *Twitter* de Jair M. Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2018.

Para superar sua falta de tempo na tevê, o *marketing* de Bolsonaro lançou um canal de vídeo na *web*, chamado de “Tv Bolsonaro”, acessado e baixado, gratuitamente, pela loja de aplicativos do *Google* para celulares *Android*, o *play store*. Os e-leitores de Bolsonaro podiam encontrar um canal de comunicação e de informação 24h sobre o presidencial. Para aqueles que buscavam lazer, por apenas 8,91 reais, era possível baixar *games*, na plataforma de jogos *Steam*, em

⁶¹ Com a comunicação de massa, a vitrine não é restrita a apenas um aparelho midiático. A televisão, o jornal impresso, o rádio possuem sua propagação e difusão, mas é necessário um olhar diferenciado para a *internet*, pois ela consegue aglutinar todos os outros meios em si.

que o *avatar* era Bolsonaro, propondo ao jogador derrotar “os males do comunismo”. No jogo eletrônico de ação-aventura, o personagem de Bolsonaro agride negros e gays e atropela militantes sem terra⁶².

Como é possível perceber, na *internet*, o ator político e seus e-leitores dividiram comunidades de pertencimento a fim de mutuamente se fortalecerem, retroalimentarem-se, pautando os debates centrais, e sugerindo quais são as mídias “amigas”, como “excelentes canais de informação”, frisado em seu *Twitter*, acima reproduzido.

Esses canais passaram a ser vistos como o espaço propício para o debate entre pares, estimulando sensorialmente percepções, ao popularizar o debate político, capturando o tempo livre do e-leitor que se sente protagonista, co-produtor, ao alcance de um clique. Assim, os interlocutores, em uma cruzada contra as mídias hegemônicas: “mídia esquerdopata”, “Globolixo”; contra os institutos de pesquisas de opinião para tirar-lhes a credibilidade, repetiam os discursos, as *fake news*, ora de modo intencional, ora de forma ingênua.

O discurso trash de Bolsonaro, que flertava com o tosco, agressivo, mobilizador, demonizador do adversário, encontrou nas plataformas digitais território comunicacional amplamente dominado pela sua campanha, um ambiente muito propício para fluir. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 68)

Com o sentimento de desconfiança ia se generalizando, o discurso de Bolsonaro, mesmo *trash*, parecia trazer sentido para a busca de referências, já que as conhecidas estavam como poeira, a se desmanchar pelo ar. Tudo era despejado de modo muito veloz, imagem-devir, agoridade, aqui e agora. Muitas vezes não existia tempo para a acuidade e a reflexão. Era superexposição. Poluição informacional. Uma plataforma política construída por publicação, em uma combinação de *fake news* e discurso de ódio. Tudo era imagem, ao alcance do clique, da vida pública à vida privada. As distâncias estavam reduzidas, a verdade era mostrada: “video ergo est”.

⁶² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/em-game-bolsonaro-agride-negros-e-gays-e-atropela-militantes-sem-terra/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Ilustração 10 – "video ergo est"



Fonte: <https://www.oantagonista.com/brasil/no-barbeiro-com-bolsonaro/>. Acesso em: 19 jun. 2019.

Em suas redes, o e-leitor encontrava um espaço de entretenimento, de informação, de engajamento, de identificação, de comunidade dado pelo político digital. Ele era a imagem, a vedete que mobilizou os seguidores, e isso parecia bastar. Todavia, estereotipava e dogmatizava o debate público, produzindo, muitas vezes, um profundo sentimento de divisão social.

É importante frisar mais uma vez que a imagem pública não é um conjunto de conceitos e noções dados automaticamente e de modo uniforme. Ela é prismada. Todos os receptores não a absorvem igualmente, uma vez que eu e você, leitor(a), estamos mediados por experiências, práticas sociais subjetivas que direcionam a apreensão.

Com sua postura de enfrentamento constante, extremistas até para o pensamento médio conservador, com respostas tidas como autênticas, sem filtro, representando uma espécie de populista corajoso que enfrenta o sistema, Bolsonaro maximiza a imagem da política estetizada, do drama, do espetáculo, representando constantemente, sobretudo como o defensor e o restaurador da ordem perdida, que contraditoriamente estimula violências e desqualifica a democracia.

Porém, o apito do pai (político patriarca de personalidade autoritária) que protege (contra o *kit gay*), defende (a família e a inocência das criancinhas), e até pode errar (exaltar-se, “dar umas cabeçadas”), mas faz tudo pelos seus (cidadãos de bem) prevaleceu, ajudou a vencer as angústias, as incertezas das

transformações sociais, culturais, econômicas. Uma esperança na qual se sentem acolhidos e não importa o que jornalistas, professores, pesquisadores digam os seguidores estão levantando a bandeira de #fechadocomBolsonaro.

Já formulei alhures, mas é importante retomar a ideia de que eu e você, leitor(a), estamos diante de um fenômeno complexo, que demanda reflexões de diferentes níveis, de determinações múltiplas. “Neste sentido, é possível notar uma falta de percepção das elites dirigentes partidárias dos partidos mais tradicionais com relação aos sentimentos mais profundos e enraizados nos segmentos desfavorecidos da sociedade, inclusive, a própria *classe média*” (ALBUQUERQUE; AMARAL, 2018, p. 49). Não percebendo o surgimento de novos estilos de governabilidade (SCHWARCZ, 2019), de eleições disruptivas (MOURA; CORBELLINI, 2019), através de uma linguagem herdada da tradição, presente no imaginário coletivo e que se renova na era dos afetos digitais.

Além do mais, com a recente introdução das mídias sociais, um fenômeno novo tomou forma. Se de um lado ele gerou uma certa democratização de informações e lugares plurais de fala, de outro acabou colaborando para a consolidação de um novo tipo de líder carismático e de uma nova forma de fazer política, nem por isso menos autoritários. Trata-se do político populista digital, que prega o ódio e a intolerância, acusa a imprensa e os intelectuais, e se proclama novo ao se dirigir sem mediação alguma à população. (SCHWARCZ, 2019, p. 62-63)

Desse modo, o líder carismático populista digital é uma novidade relevante na contemporaneidade. Cesarino (2019) afirma que todo populista bem-sucedido hoje precisa ser também um bom influenciador digital. Tem-se, nesse início do século XXI, a configuração de uma espécie de *youtuber*, formador de opinião para além do cargo político. Assim, a complexidade da política, da economia, das relações sociais começa a ser traduzida em uma linguagem simples, descontraída, aparentemente espontânea e, sobretudo, com um discurso conservador que, no caso brasileiro, encontrou ancoragem e, por isso, fez sentido para os seguidores, como já salientei.

O político digital Bolsonaro soube se posicionar nessa arena e entendeu que poderia encontrar adesão e influenciar ideias e decisões políticas, com seu populismo digital que manuseou as mesmas ferramentas de produção de sentido cujos *vloggers* e *youtubers* (*digital influencer*) se servem para ampliar ainda mais a produção frenética de (in)formação em tempos de mídias digitais.

Uma estética medida pela audiência das mídias sociais, e mediadas por elas, como principais instrumentos de influência de uma **personalidade política digital**, com uma estética própria de linguagem, de *performance*, de interação. Isso em um espaço de comunicação que populariza a política, deixa tudo próximo ao e-leitor, faz de conta que ensina as manobras escusas, de que mostra aos seguidores os bastidores, a sujeira escondida para debaixo do tapete, a articulação do sistema para enganar, subtrair e perverter a sociedade e a família. Assim, forma-se uma rede de vigilantes e propagadores de conteúdos. Tudo isso em forma de lazer e de entretenimento, ao alcance do clique. Eis o culto à personalidade do político populista digital, que usa prancha para substituir o púlpito.

Ilustração 11 – O político autêntico



Fonte: Coletiva de Bolsonaro foi improvisada em cima de prancha de bodyboard. <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2018/11/01/coletiva-de-bolsonaro-foi-improvisada-em-cima-de-prancha-de-bodyboard.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 21 jul. 2020.

Schwartzberg (1977, p. 1951), lembra que a construção do político como gente como a gente é “Sem brilhantismo, arrebatamento ou drama, é o campeão da normalidade. Nele, tudo é banal, comum, convencional. Nada que o distinga. [...] o presidente-espelho. Como se o eleitorado o houvesse criado à sua própria imagem”, como se estivesse à altura de qualquer senhor fulano de tal, mas que encarna esse

homem médio de modo, magistralmente, talentoso, confirmando os lugares-comuns e alimentando as convicções dominantes, é importante para nos dar a sensação de segurança psíquica, existencial, social, cultural etc.

Assim, tem-se uma “ecologia das aparências” que aponta para a construção da simplificação, da ideia de transparência, de verdade, de humildade, de espontaneidade, de gente como a gente, atraindo o olhar pela desestabilização da continuidade por uma conexão não habitual que atina a curiosidade, a atenção, a memória, e provoca, de sobressalto, o riso à medida que a regra de como dar uma coletiva de imprensa foi burlada, fazendo crer que foi “adaptada pela necessidade”, por uma prancha de *body board*. Ao contrário dos políticos profissionais com uma equipe solene, preparada, profissionalizada, Bolsonaro quer transmitir a despreocupação, a vida real, o simples, por isso ele é ovacionado de mito.

Schwartzberg (1977), sobre a categoria de políticos que se apresentam como comum, lembra que:

O que atrai não é o retrato verdadeiro de um homem verdadeiramente comum. Nada disso. É o cromo. É a imagem, extremamente trabalhada, cuidadosamente projetada por um artista da política, inteligente e culto, que represente – com raro talento – as naturezas simples [...] O homem ordinário em cinemascope e tencicolor. (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 64)

Esse cromo: muito diferente de tudo que está aí, tudo muito político, muito estratégico, muito preparado, complexo, parecia demais com o político, que estava com uma tendência de rejeição, conforme se mostrou nas pesquisas de opinião. O que atraía era o político sem grande densidade teórica, política, um pastiche. Nesse sentido, Bolsonaro passava uma nova ideia, um novo produto a ser consumido, baseado na ideia de espontaneidade, de verdade, de real, sem marqueteiros e falas prontas. Ele era o senhor de si. Um *superstar* das redes sociais, com uma volatilidade muito grande.

Além disso, com a disseminação das redes sociais digitais, cuja dinâmica possibilita a articulação com outros usuários compartilhando alguma espécie de ligação, há uma fusão mais intensa entre o domínio da vida privada⁶³ e da vida pública, no fazer político. A retórica do homem comum vai cada vez mais encontrando ancoragem, ressoando de forma positiva. Uma teatralização que preza

⁶³ Não toda a vida privada, porém somente as informações que são permitidas ver, as partes que podem ser mostradas. Situada entre visibilidade e opacidade.

para o comum, logo lido como verdadeiro. Uma imposição da imagem e tudo o que pode ser dita sobre ela, a forma como pode ser vista, a disputa constante, a estetização permanente.

Dessa forma o líder político exerce uma influência cultural sobre seus seguidores, desenvolvendo o processo de identificação e, conseqüentemente, mimeses. E alguns dos e-leitores tendem a se tornar meros espectadores do produto a ser consumido, limitando-se a comentar em lugar de agir. Outros ao comentar sentem-se como agindo. Outros, ainda, praticam *ciberativismo* que avança para as ruas; fazem campanhas “não oficiais” e se intitulam como “MarketeirosDoJair”.

Com isso, é necessário esclarecer que

As continuidades entre os dois [populismo tradicional e populismo digital] são muitas, mas há diferenças importantes. A teoria do populismo do argentino Ernesto Laclau, na qual eu me baseio, foi desenvolvida para entender populismos pré-digitais clássicos, como o de Juan Perón ou Getúlio Vargas. Hoje, ainda considero válido o núcleo da teoria, segundo a qual populismo é a construção da identidade de “povo” num contexto de crise, por uma liderança carismática que se diz antissistema, através de dois eixos discursivos articulados: uma fronteira antagonistas opondo amigo a inimigo, e uma cadeia de equivalência unindo líder e povo. Em todos os casos, o populismo opera com um tipo de linguagem essencialmente performativa, onde emissário (líder) e receptores (povo) da mensagem não preexistem enquanto tais ao ato comunicativo que os une, mas são constituídos por ele. Vimos claramente como isso ocorreu no caso brasileiro, onde, num contexto de crise aguda, a multidão difusa que foi às ruas em junho de 2013 foi sendo gradualmente construída enquanto “povo”, primeiro através do eixo antagonístico do antipetismo e do movimento anticorrupção, e depois através da cadeia de equivalência mobilizada por Jair Bolsonaro em 2018, que operou com o tipo de simbologia mais elementar e previsível possível: em torno da ideia da nação. A base para a irrupção populista já estava posta: tudo o que Jair Bolsonaro precisou fazer foi aproveitá-la para proveito próprio, valendo-se do seu carisma como alguém espontâneo e antipoliticamente correto (o “mito”) através de uma estratégia de campanha digital bastante sofisticada e bem planejada. A diferença do populismo digital está, creio, no seu tipo especial de eficácia: as mediações digitais permitem fractalizar o mecanismo descrito por Laclau para a rede de seguidores do líder, que passam a reproduzi-lo de modo espontâneo. Na era pré-digital, a eficácia da liderança populista dependia muito das suas capacidades pessoais – oratória, por exemplo. Hoje, boa parte desse carisma e capacidade mobilizadora passa não pela pessoa do líder, mas por atributos das próprias mídias digitais, dos memes aos algoritmos. Todo populista bem-sucedido hoje precisa ser também um bom influenciador digital. (CESARINO, 2019, s/p)

No Brasil, Jair Bolsonaro parece, sim, formatar o populismo digital, que já estava em gestação e que já havia alcançado efeitos positivos, nos Estados Unidos, com a vitória de Donald Trump, em 2016. É interessante observar a participação no processo eleitoral, via sufrágio, em 2018. Quantitativamente, o pleito repetiu o desinteresse histórico por participação política. As abstenções, votos nulos e brancos contabilizaram aproximadamente 29,1% dos votos. Entretanto, qualitativamente, não se pode dizer que o envolvimento político, em 2018, foi apático.

Bolsonaro, ao seu modo e utilizando-se da *internet*, conseguiu mobilizar um envolvimento e uma sensação de empoderamento político, que se deslocou do mundo “virtual” desaguando no “real”. Mais uma prova de que a cisão já não se sustenta. Singer e Venturi (2019, p. 360, grifo nosso) pontuam: “[...] a intensidade de envolvimento da população aumentou bastante. Os relatos de desavenças sérias entre familiares e círculos de amizade **proliferaram de maneira inédita**, tanto às vésperas do primeiro turno quanto do segundo”.

Tem-se um populismo digital fincado na retórica beligerante, mas que só repercute pois é traduzido/interpretado como divertimento para o público, uma fonte de distração, passatempo, lazer e, ao seu modo, informação. Ainda é importante destacar que, segundo reportagens da Folha de São Paulo, a equipe de campanha de Bolsonaro se utilizou de Caixa Dois para disparar e impulsionar mensagens em larga escala, por aplicativos de mensagens, incluindo mensagens de conteúdos sensacionalistas, alarmantes, eivados de *fake news*, sobre temas caros ao neoconservadorismo moralista e punitivista. Logo, um assunto sério, passível de investigação de crime político eleitoral, tornava-se *meme*, ironia, humor, comicidade e galhofaria.

Ilustração 12 – Discursos camaleões: ativistas pró-Bolsonaro



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/atos-a-favor-de-jair-bolsonaro-ironizam-suspeita-de-caixa-dois.shtml> Acesso em: 01 de jul. de 2020.

O discurso adapta-se. É camaleão. Os e-leitores de Bolsonaro compreenderam essa estética. O Caixa Dois não é lido como um crime eleitoral, proibido pela Legislação Eleitoral brasileira. A Caixa 2 é ressignificada, passa a ser lida como instrumento de papelão, financiada pelos inúmeros eleitores, não por robôs, mas por patriotas fardados de verde e amarelo, sem submissão a um partido institucional, sob o slogan “Meu partido é o Brasil”. Essa dinâmica de transmutação é própria velocidade das redes sociais, que impulsiona as informações de modo acelerado, que transforma o sério em gozação e que é muito boa para esquecer, pois a pauta do dia de amanhã já será outra, deseja-se a agoridade, imagens-devires.

Além disso, é importante salientar que os indivíduos estão inseridos em uma sociedade do controle. Os dados circulam nas redes, assim como as preferências, gostos etc. estão ao alcance de algoritmos, que traçam o perfil do internauta para modular suas opiniões. Souza, Avelino e Silveira (2018) lembram, a partir de uma interpretação deleuzeana, que a modulação vai ao encontro de ocupar espaço no cérebro das pessoas à distância, determinando uma subjetividade desejada na memória.

2016 é um exemplo de como a modulação, para fins políticos, foi utilizada pela *Cambridge Analytica*, acusada de comercializar as informações de usuários sob sua responsabilidade, para direcionar a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos. Com o escândalo do vazamento de dados dos usuários do *Facebook*, o mundo pôde perceber como as massas podem adotar uma determinada opinião,

através do direcionamento de mensagens personalizadas, uma vez que há estudos que mostram que o julgamento de personalidade feito por algoritmo é mais preciso do que o realizado por humanos.

A modulação é um processo de controle da visualização de conteúdos, sejam discursos, imagens ou sons. As plataformas não criam discursos, mas possuem sistemas algoritmos que distribuem os discursos criados pelos seus usuários, sejam corporações, sejam pessoas. (SILVEIRA, 2018, p. 37)

Dessa forma, a partir da modulação do que era disponibilizada pelo algoritmo, a bolha de bolsonaristas se fortalecia e repercutia a transmutação dos fatos, para que o presidenciável fosse visto, lembrado e comentado. As respostas eram rápidas, não havia tempo de reflexão, de checar as informações. A difusão era intensa, plumas jogadas ao vento. A dificuldade de recuperá-las estava dada. Desse modo, combater a influência de *bots* e *fake news*, nas eleições tanto brasileiras como mundiais, torna-se uma preocupação do ordenamento jurídico, da mídia, dos analistas sociais e políticos.

Um exemplo da transmutação de fatos foi o crescimento inesperado das intenções de votos, após o movimento popular feminino intitulado “#EleNão”. Em setembro de 2018, um grupo de mulheres se juntou, nas redes sociais, em uma comunidade de pertencimento, intitulada de “Mulheres unidas contra Bolsonaro”. Em poucos dias, a rede contabilizava um milhão de mulheres e, sequencialmente, foi surgindo a “#EleNão”, aderida por mulheres anônimas e famosas que recusavam a misoginia, o patriarcado, a violência de gênero e contra LGBTQIAP+ reproduzida no discurso e na prática do presidenciável. A campanha suprapartidária e plural foi uma das maiores mobilizações populares das eleições de 2018, uma semana antes das eleições do primeiro turno.

Todavia, o protesto metamorfoseou-se em um “#EleSim”, na “Marcha da Família”, ganhando também os espaços públicos, ratificando a “descoberta” das ruas pela direita, iniciada em junho 2013, conforme Freixo e Pinheiro-Machado⁶⁴, ratificando a “descoberta” das trilhas virtuais, via inúmeros disparos contra o

⁶⁴ “[...] a ‘descoberta’ das ruas pela direita, que passaria a ocupar também esses espaços, lócus por excelência das forças e movimentos democráticos e progressistas, desde os anos da ditadura. Esta direita incluía [em 2013] desde organizações nacionalistas extremistas até jovens manifestantes que mesclavam a retórica de uma ‘antipolítica’ rasa – ‘contra tudo e contra todos’ – com um liberalismo difuso, passando por grupos de *skinheads*, monarquistas, defensores do retorno da ditadura militar, grupos religiosos conservadores e cidadãos de classe média com um extemporâneo e caricato discurso anticomunista somado a um genérico sentimento anticorrupção”. (FREIXO; MACHADO-PINHEIRO, 2019, p. 10-11).

“#EleNão”, nas plataformas digitais. No Rio de Janeiro, na orla de Copacabana, a manifestação pró-Bolsonaro se iniciou com a execução do Hino Nacional e a oração do Pai Nosso. Em Recife, a “Marcha da Família com Bolsonaro” teve trio elétrico, faixas, gritos de ordem e um *funk* que foi vocalizado em coro. Nas rimas, é dito que às feministas deve ser dada “ração na tigela” e que as mulheres “de esquerda têm mais pelo que cadela⁶⁵”.

Não só nas ruas as manifestações contra o “#EleNão” ocorria. Nas redes sociais, houve uma operação massiva de mensagens (e muitos *fake news*) desvirtuando o movimento feminino popular, com circulação extensiva de vídeos e imagens atribuídas ao movimento, porém editadas com cenas ofensivas de nudismo, de ataque direto a símbolos religiosos, ativando mecanismos emocionais, através dessa captura da atenção que, conseqüentemente, torna-se o agendamento temático. “É razoável admitir que tais ações tenham contribuído para expandir e consolidar Bolsonaro nas camadas de baixa renda, sobretudo de extração evangélica, cuja simpatia pelo capitão, no entanto, já era visível desde antes” (SINGER; VENTURI, 2019).

O feminismo e a categoria de gênero provocaram muitos temores, fazendo crescer a alcunha da “ideologia de gênero”, que virou Projeto de Lei em muitos municípios brasileiros, ressuscitou revisões de currículos escolares, encampou campanhas partidárias. O caminho estava aberto e foi propagado com a ajuda das mudanças tecnológicas e das redes sociais, cujas importâncias não eram apenas um mero detalhe, mas fizeram parte da dinâmica do político digital.

As redes sociais e muito particularmente o WhatsApp formaram um “subsolo” no processo eleitoral de alta mobilização emocional e de cristalização de preconceitos e preferências. Um universo com circulação frenética de informações e onde muito facilmente se perdia a noção que distingue falso e verdadeiro; onde os argumentos perdiam importância e o embate das narrativas em seu estado puro se impôs. [...] Por razões que ainda merecem muito estudo e pesquisa, a onda Bolsonaro encontrou na rede e no WhatsApp um espaço em que se espalhou e dominou amplamente. Essa nova dinâmica no debate político nacional alimentou e se alimentou da ruptura profunda observada entre os eleitores e o sistema de representação político tradicional no país. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 31-32)

⁶⁵ Disponível em: <https://exame.com/brasil/oab-de-pernambuco-repudia-funk-de-bolsonaristas-feito-contra-feministas/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

O político midiático Bolsonaro (o 4º líder com mais seguidores nas redes sociais⁶⁶), tentava se apresentar cada vez mais como ele é: menos ator político (sem ternos, sem gabinetes) e mais humano, gente como a gente, que vai ao campo de futebol, ao caixa eletrônico sacar dinheiro, está fora de forma física e, por isso, faz flexão só levantando a cabeça, toma café sem louças requintadas, lava roupas, pilota moto sem capacete, tem falhas linguísticas, é prosaico, corta o cabelo em lugar simples, usa prancha *body board* para conceder entrevista.

Além disso, o anonimato da administração tecno-burocrática, baseado nos Princípios Constitucionais da Administração Pública, como a Impessoalidade, podem ter distanciado a existência pessoal para assentar a abstração do Governo. Está-se, portanto, diante de um fazer político do eu, da face conhecida e concreta, ou seja, depois de eleito como Presidente, Bolsonaro usa suas redes sociais privadas como comunicação de suas ações do Poder Executivo, atribuindo, por extensão, a si as ações e não ao Governo, a entidade abstrata, logo distante.

Essa face simbólica, próxima da existência pessoal, efetiva, concreta, o poder em pessoa, vai trazendo o político para as aparentes humanidades, verdade e proximidade. “É através da imagem que o homem médio, esmagado pelo anonimato, portador de inúmeros complexos, se realiza no ideal de identificação com o herói” (MENDONÇA, 2002, p. 169).

Eu e você, leitor(a), estamos diante de uma peça publicitária de fácil assimilação, fabricada e racionalizada, o populista digital e uma vedete para a qual se concentram os olhares, chamado por Schwartzberg (1977, p. 51), “Igual a todo mundo”. É o brasileiro médio, igual a milhões de outros brasileiros, que encontra representatividade. Conforme Ricci (2018), Bolsonaro seduz agricultores do Sul, jovens de São Paulo e membros de gangues do Rio de Janeiro, além de, acrescento, os fundamentalistas evangélicos. Um discurso populista que atravessa a geografia brasileira.

Bolsonaro ainda dispensa os maneirismos, etiqueta, *glamourização* das pessoas ditas cultas. É pragmático até na hora de tomar seu cafezinho. A excepcionalidade dele parece ser o fato de ser igual ao brasileiro (ou se parecer igual). Logo, intuitivamente, alguns têm a interpretação de que ele é diferente dos

⁶⁶ O levantamento foi realizado pela Bites e mostra as seguintes posições: O 1º é Narendra Modi, Presidente da Índia. Os 2º e 3º lugares são, respectivamente, Donald Trump, dos Estados Unidos, e Recep Erdogan, da Turquia. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/bolsonaro-e-o-4a-lider-mundial-com-mais-seguidores-nas-redes-sociais/>. Acesso: 09 fev. 2020.

outros políticos, que fazem o jogo político, logo são corruptos, ladrões, pecadores, malvados, inimigos, dissimulados.

Ilustração 13 – A “simplicidade” do político populista digital



Fonte: <https://www.metrojornal.com.br/foco/2018/12/02/bolsonaro-embarca-logo-mais-para-sp-para-assistir-palmeiras-x-vitoria.html>. Acesso: 21 jul. 2020.

“A tônica no homem comum é um antielitismo. O presidente se afasta do cosmopolita, embora seja viajado. Põe-se de provinciano, o que orna com seu nacionalismo. É membro da elite política [...] mas se diz um outsider.” (ALONSO, 2019, p. 64). É importante não deixar o leitor(a) esquecer que 2018 apresentou um número significativo de postulantes a Presidente. Existiam outros pleiteadores antiPT, neoliberais, conservadores, mas parte da população parecia estar cansada do *métier* político e apostou no político antipolítico.

Comecei esse tópico com as narrativas e percebo, chegando até aqui, como Bolsonaro instrumentalizou a contação de sua imagem. Contou um conto e aumentou o conto da carochinha, que um olhar mais atento consegue desmascarar. Apesar disso, não posso negar que o político conjuga coerência entre a identidade conceitual – sua imagem pública – com a identidade visual – sua iconografia pública –, como pode ser visualizado na postagem da “simplicidade” do político das redes sociais. O político aposta na “transparência” da identidade, o que é profícuo, uma vez que a rede é da imagem da agoridade, da simplicidade, que não requer muitos exercícios de tradução.

Bolsonaro opera um domínio semiótico da representação da *persona* política que não é trans-histórico, mas faz parte da sociedade do espetáculo em tempos de redes sociais, em que o privado é publicizado com ares de acaso e os problemas de enquadramento da foto, por exemplo, amplifica a estética do imprevisto e da proximidade, com cenas cotidianas, prosaicas, informais e até desleixadas que só conhecem aqueles com os quais se tem intimidade.

A vida invadida pelo espetacular, pelo *panóptico*. E o que ficava por trás das câmeras agora está nas mãos dos *e-leitores*. A *internet* traz isso e Bolsonaro, promovido por seu *marketing*, é visto como esse representante da nova forma de fazer política, autêntico, verdadeiro, que expõe tudo, exhibe a vida familiar, o animal doméstico, o passeio de *jet ski*, a caneta da marca Bic assinando documentos, o quintal de casa com roupas no varal, boletins médicos, até a mesa de cirurgia enquanto é operado. A vida privada vazada em fotos que circularam massivamente na *internet*.

Ilustração 14 – Voyeurismo da vida privada



Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2018/09/os-detalhes-da-cirurgia-de-jair-bolsonaro-apos-o-atentado.html>. Acesso em: 28 nov. 2020.

Na imagem tem-se o candidato a Presidente, sendo operado no centro cirúrgico da Santa Casa, em Juiz de Fora, Minas Gerais. Em 06 de setembro de 2018, em tom fúnebre, depois do boa noite tradicional, o Jornal Nacional, da Rede Globo de produções, abre a edição do dia com a expressão “Campanha eleitoral manchada de sangue” e relata que o presidenciável sofreu um ataque à faca, durante uma atividade de campanha, resultando em uma perfuração no abdômen, hemorragia interna e múltiplas lesões no intestino, uma cirurgia de quase quatro

horas, transfusão de duas bolsas de sangue por causa da grave hemorragia, segundo relatórios de seus médicos.

Com um roteiro aparentemente cinematográfico, parte da população, dentro de seus lares, acompanhou o enredo do atentado de motivação política, ao passo que foi motivada a perguntar: quem mandou matar Bolsonaro? Ele sobreviverá? Quando sairá da UTI? Fará outra cirurgia? Será que desistirá da campanha presidencial? Assim, o presidenciável tornava-se o assunto mais relevante, aparecendo na imprensa nacional e internacional, em uma comoção midiática da violência como método político.

Os analistas políticos se questionavam: alguns dias fora de campanha, longe dos palanques e do corpo a corpo nas ruas poderiam baixar os termômetros de adesão? Os adversários políticos, por sua vez, entrariam em um processo de comoção e recuariam com as campanhas de acusação contra Bolsonaro?

Desse modo, os oito segundos de visibilidade midiática tradicional, via propaganda eleitoral gratuita, lidos como uma desvantagem frente ao amplo horário de que o presidenciável do PSDB Geraldo Alckmin teria para decolar, eram revertidos em uma cobertura massiva. A facada deu-lhe o efeito de tragédia, proporcionou-lhe comoção e empatia, sob o prisma da positividade, da torcida pela recuperação. A face austera parecia estar sendo suavizada.

Na internet, surgiram protestos *online*. Vídeos de pastores fazendo oração circularam nas redes sociais. O boletim era atualizado, diariamente, pelas redes do presidenciável e de seus filhos, através de fotos, enquanto grupos opositores questionam se a facada realmente existiu, justificando que não havia presença de sangue na roupa de Bolsonaro, conforme se pôde observar nas imagens de circuito de câmeras e vídeos feitos pelas pessoas presentes no ato.

Ilustração 15 – Atentado à faca durante agenda de campanha



Fonte: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/06/bolsonaro-leva-facada-veja-repercussao.ghtml>. Acesso em: 18 jan. 2021.

Destaca-se que a comoção nacional pode ser substancial para as eleições. Depois do evento, Bolsonaro subiu quatro pontos percentuais, nas intenções de voto e chegou a 26%, segundo pesquisa Ibope⁶⁷. Entretanto, não é possível afirmar que a comoção seja determinante.

Em 2014, o quadro sucessório presidencial quase foi alterado por outro evento provocador de comoção nacional, a morte do candidato do PSB, o ex-governador de Pernambuco Eduardo Campos, imediatamente seguida da disparada de sua substituta, Marina Silva, nas pesquisas de opinião. Mas, rapidamente, as razões políticas se sobrepuseram, Marina não resistiu à dureza dos ataques do PT e desidratou, e o Brasil assistiu mais uma vez à repetição da polarização entre PT e PSDB.” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 29).

Nesse contexto, o *marketing* de Bolsonaro aproveitou a oportunidade para mostrar que o Jair *Messias* Bolsonaro passou pelo vale da sombra da morte, renasceu e estava sendo perseguido por *establishment* que nutria o medo de ver sua hegemonia ir de água abaixo. Perseguido pelos artistas que estavam com medo de perder as suas festas com o dinheiro público, via Lei Rouanet. O acusado do atentado, por sua vez, é Adélio Bispo, que já foi filiado ao partido de esquerda PSOL e essa relação foi suficiente para a associação de um plano da esquerda para tirá-lo do pleito, mas ele persistia, empunhando gesto de armas nas mãos.

⁶⁷ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-sobe-4-pontos-e-chega-a-26-apos-atentado-aponta-ibope/>. Acesso em: 18 jan. 2021.

Ilustração 16 – O boletim médico online



Fonte: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/08/bolsonaro-esta-consciente-e-em-boa-condicao-clinica-diz-hospital.htm>. Acesso em: 18 jan. 2021

Desse modo, a exposição daquilo que ficava nos bastidores é potencializada, como aponta a próxima imagem.

Ilustração 17 – Bolsonaro “cola” em debate: a produção de memes



Fonte: “Cola” de Bolsonaro em debate repercute nas redes sociais. <https://www.hojeemdia.com.br/primeiro-plano/cola-de-bolsonaro-em-debate-repercute-nas-redes-sociais-1.648718>. Acesso em: 21 jul. 2020.

Como já salientei, Bolsonaro é um político que captura pela presença do inédito, do diferente, da transgressão, do *meme*, pois tem coragem de expor, com humor, as suas dificuldades, querendo deixar transparecer que não fala o que assessores e *marketing* lhes mandam, que os eleitores estão diante da batalha da

simplicidade e da coragem dele contra o sistema, comandado pela Mídia, pelas universidades, pelos partidos tradicionais.

E a representação visual transforma-se paulatinamente em uma identidade conceitual que viralizava na forma de *memes*, como estratégia de construção do entretenimento, como um animador de torcida (a torcida *on-line*), com o discurso simples e, muitas vezes, inflamado. E suas ações, até as questionáveis como colar na prova do debate, é justificada pela atmosfera da coragem, não sinal de despreparo, despertando uma cadeia de afetos: da adoração (é o mito!) ao medo (contra inimigos construídos: a facção criminosa do PT, a esquerda, o comunismo, o Foro de São Paulo, a ditadura *gayzista* e feminista).

Desse modo, desperta afetos diversificados na população, em polos que se contrapõem chegando a ir do amor ao ódio. E, para os que se identificam, propagandeia-se e populariza-se sua figura de líder político, com dimensões religiosas, colocando-se como o único capaz de manifestar a vontade do povo e a vontade divina.

Com isso, a visibilidade *online* não se resume a mero exibir de conteúdo, como ocorre nas outras tecnologias midiáticas (impressos, rádios, televisões) unidirecionais. É necessário criar meios e ferramentas multidirecionais de fomento à colaboração, é imprescindível alcançar de maneira mais direta os eleitores, é fundamental que a distância seja mais reduzida. “A comunicação digital desconstrói a distância de modo generalizado” (HAN, 2018a, p. 12). A distância que se desfaz no toque, pressionado no curtir, comentar, compartilhar.

Sendo assim, considerar apenas como campanha a produção dos candidatos, dividi-la em oficial e não-oficial pode acabar ignorando a cultura criativa da *internet*. O sentimento de que o jogo político é mais do que simplesmente votar, é participação⁶⁸ produz efeitos inéditos, embora essa participação não seja tão livre como aparenta ser, já que sabido que os *big data* controlam, quantificam e mensuram os comportamentos humanos, como forma de controle muito eficiente, frisa Han (2018b).

Todavia, “O botão de curtir é a cédula eleitoral digital. A *internet* ou o *smartphone* são o novo local de eleição. E o clique do mouse ou um rápido toque

⁶⁸ Stromer-Galley (2013) esclarece que a comunicação é interativa quando há alto grau de responsividade e reflexividade. Além disso, ressalta que embora exista interação, as discussões nas mídias digitais não são mais do que conversas casuais, um simulacro da democracia, já que isola os indivíduos dando-lhes a impressão de uma comunicação coletiva.

com o dedo substitui o ‘discurso’” (HAN, 2018a, p. 117). Nesse contexto, aparentemente, hiperbólico, metafórico ou profético salientado por Han (2018a) (o tempo quem dirá), sabe-se que a imagem pública política espetacularizada nas mídias digitais é produzida para ser viralizada. E o dedo é bem mais rápido do que o cérebro na produção frenética de narrativas, de contos (até os de carochinha).

Portanto, não basta estar midiaticizada, como ocorria na televisão, no rádio, é necessário viralizar e, acrescento, entreter, isto é, ser curtida e compartilhada por um grande número de pessoas, de modo intermitente, intensivo, extensivo, multimodal, ultrarrápido, tornando o jogo político com um alcance massivo, de audiência cativa e podendo provocar a sensação de que o e-leitor também é protagonista na comunicação de massa.

Eis algumas características do político digital Bolsonaro, que se utiliza de estratégias discursivas digitais para expor uma contação de história sobre si. Com isso, essa invenção do mito, a imagem de si, personalista, mais que representações, são modelos, pode-se tornar a plataforma do programa político. Parece-me que a imagem importa muito. Ela diz da vida pública à privada, em cliques, tatilidades. Com isso, é possível afirmar que a *internet* torna-se umas das mais destacadas esferas de visibilidade. O Espaço, o tempo e a presença são reconfigurados, assim como o populismo e o político digital. Novas experiências de conexão surgem (e ainda vão surgir) em formato de comunidades de pertencimento midiáticas e sociais, como serão abordadas no próximo item, com a reflexão sobre os conservadorismos brasileiros.

5 COM QUANTOS CONSERVADORISMO SE FAZ O CONSERVADORISMO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO?

Conservadorismo, Neoconservadorismo, Onda Conservadora, Liberal-conservador, Direita Alternativa, Bolsonaroização. O Brasil tem experienciado, nos últimos anos, um conservadorismo difuso (CUNHA, 2015). As cores verde-amarela e os símbolos nacionais, circulando no dia a dia, são parte de uma estética e uma *performance* que anunciam “[...] a volta dos que nunca partiram” (BARROCO, 2015, p. 623).

Em 2014, nós, brasileiros, elegemos o Congresso mais conservador do período pós Ditadura Civil-Militar brasileira de 1964-1985⁶⁹; a expansão demográfica dos evangélicos⁷⁰, com a agenda conservadora, avançou nos meios de comunicação, na política partidária, no mercado musical, além do vasto crescimento de igrejas pentecostais e neopentecostais⁷¹; pesquisas comparativas do Ibope de 2010, 2016 e 2018 apontaram a proporção do conservadorismo referente às pautas, tais como: do casamento entre pessoas do mesmo sexo, da legalização do aborto, da redução da maioria penal, da prisão perpétua para crimes hediondos e da adoção de penas de morte, com um crescimento de 49% para 54% e, posteriormente, para 55%⁷².

A tradição escravocrata, sexista, patriarcal, racista, judaico-cristã, patrimonialista, coronelista, oligárquica, elitista, hierárquica, utilitarista também são ingredientes que produzem e reproduzem o conservadorismo brasileiro, “[...] valores historicamente preservados pela tradição e pelos costumes” (BARROCO, 2015, p.

⁶⁹Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,congresso-eleito-e-o-mais-conservador-desde-1964-afirma-diap,1572528>. Acesso em: 03 dez. 2018.

⁷⁰ Por evangélico, entendo os três pontos, abordados por Cunha (2016, p. 148-149): “Independente das peculiaridades dos distintos grupos que formam o segmento, os evangélicos brasileiros são identificados, nos estudos da religião, por: (1) uma predominante leitura fundamentalista (literalista) do texto sagrado cristão, a Bíblia; (2) ênfase na piedade pessoal na busca da salvação da alma (influência do puritanismo e do pietismo dos pioneiros missionários que vieram do sul dos EUA do século XIX ao Brasil); (3) frequentes posturas de rejeição das manifestações culturais não cristãs do país (fruto da mesma ação de missionários)”. Houve um aumento de 61,45% no número de evangélicos, entre 2000 e 2010, no Brasil, segundo o IBGE. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2017/12/05/a-nova-onda-conservadora-no-brasil.htm>. Acesso em: 20 dez 2018.

⁷¹ Com base nos dados do IBGE, o infográfico apresenta a expansão evangélica no Brasil: em 1991, 9% da população brasileira eram evangélicas, 83% católicas e 8% outras religiões; em 2000, 15% evangélicos, 74% católicos e 11% outras religiões; e em 2010, 22% evangélicos, 65% católicos, 13% outras religiões. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/grafico/2017/11/06/A-expans%C3%A3o-evang%C3%A9lica-no-Brasil-em-26-anos>. Acesso em: 20 dez 2018.

⁷² Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/grafico-conservadorismo/>. Acesso em: 18 nov. 2018.

624), que insistem em reaparecer em forma de autoritarismo brasileiro (SCHWARCZ, 2019).

Desse modo, compreendo o conservadorismo como parte constitutiva do Brasil. A novidade da retórica conservadora contemporânea, entretanto, residiria na exponencialidade da articulação e da visibilidade. Nessa esteira, a (re)atualização da linguagem e da estética cumpre com um papel proeminente na adesão aos ideais conservadores, fazendo compreender que não se está apenas diante de um fenômeno reiterado *a continuum*, mas se presencia a produção de identidades e de movimentos políticos específicos.

Pode-se citar Jair Bolsonaro e, conseqüentemente, a Direita Alternativa e a Bolsonaroização (SOLANO, 2018), que serão abordadas mais adiante, como essa nova gramática e estética, em consequência, sobretudo, pelo que Saviani Filho (2016) entende da coalizão composta por neoliberais, neoconservadores, agropecuaristas, ativistas religiosos autoritários, classe média profissional.

Vale frisar que o conservadorismo é componente típico das relações cotidianas, da consciência imediata, segundo Iasi (2015). Nestes termos,

O conservadorismo não é um desvio cognitivo ou moral, não é fruto de uma educação mal feita ou de preconceitos vazios de significado. O conservadorismo é uma das expressões da consciência reificada, nos termos de Lukács, ou do chamado senso comum, nas palavras de Gramsci, isto é, é uma expressão da consciência imediata que prevalece em uma certa sociedade e que manifesta, ainda que de forma desordenada e bizarra, os valores determinantes que tem por fundamento as relações sociais determinantes. (IASI, 2015, s/p).

Em vista disso, para compreender esse percurso, é necessário perceber: 1) a simbiose dos conservadorismos, ou seja, o que é letargia (tradição conservadora, reificação) e o que é novidade (Direita Alternativa, Bolsonaroização). É pertinente considerar que 2) a compreensão do conservadorismo brasileiro contemporâneo não pode ser unívoca, os legados de Edmund Burke, de Roger Scruton, por exemplo, tidos como expoentes representantes, devem ser problematizados, isto é: pode-se perceber um denominador comum, mas a emergência do conservadorismo é situada historicamente, leva em conta o contexto social de produção, que vão dos fatores socioeconômicos aos políticos, culturais, comunicacionais, como 3) a produção de linguagem, na fusão forma/conteúdo, típica do impacto do mundo *online* (BARTON; LEE, 2015): fluidez, concisão (*memes*), humor, pós-verdades, *fake news*.

Com isso, depreendo, neste estudo, o conservadorismo como uma disposição de manter uma ordem social, um sistema político, uma cultura, uma tradição jurídica (SCRUTON, 2015), como modos de vida naturalizados, valorizando as instituições consagradas e requeridas, em graus variados, seja pela direita, seja pela esquerda; e o neoconservadorismo como a radicalização do fenômeno, a visibilidade das forças reacionárias, a irrupção do fundamentalismo religioso, o apelo à ordem, o controle social da vida e dos corpos, o contraponto às forças inovadoras, já que o passado é visto como um refúgio (sólido) e o futuro é lido como uma ameaça (líquido), o que motiva, 4) a produção de afetos em comunidades de pertencimentos (CUNHA, 2015), que dividem agendas, fabricam subjetividades, produzem formas sociais de comunicação, potencializam “pânicos morais”, mobilizam o medo, o ódio, a esperança.

Sendo assim, a proposta não é elaborar uma profunda relação entre diferentes momentos “evolutivos” do pensamento conservador brasileiro. Busco, tão somente, compreender as especificidades da emergência do neoconservadorismo no Brasil contemporâneo como uma teia de determinações estruturais e conjunturais, reconhecendo os pontos de regularidades, os denominadores comuns, que produzem a unidade simbólica, como também os pontos de fugas e as peculiaridades.

É imprescindível esclarecer que o conservadorismo e o posicionamento ideológico e partidário à direita possuem uma relação intrínseca. Muitos autores chegam a afirmar que os termos se confundem. A polaridade direita e esquerda não se tornou obsoleta, mas tem se atualizado (principalmente no pleito de 2018) e necessita de um olhar atento.

Scheffer (2014, p. 03) destaca que o significado substantivo da díade não é um dado *a priori*, autoexplicativo “[...] o fato é que poucas terminologias ganharam tamanha dimensão [...] embora curiosamente poucas sejam tão repletas de significados tão ambivalentes”.

Assim, a polaridade, que etimologicamente tem um conceito de conotação topográfico, ultrapassa a espacialidade para assentar-se também tanto em perfis políticos-ideológicos quanto em norteadores do comportamento. Feres Júnior (2017) destaca que, em situações concretas, os termos são usados frequentemente como insultos. Ou seja, não são neutros, mas estão carregados de historicidade, de ideologia, de discursividades, de qualidade analítica, e, podem ser usados em um

tom de insulto e, ao mesmo tempo, de gozação, como ocorreu mais massivamente no pleito de 2018. Portanto, não podem ser negligenciados, já que a potência evocativa está em jogo.

Para ilustrar os significados históricos dos conceitos, Scheefffer (2014) pode auxiliar com a produção de seu quadro sinótico, em que algumas noções clássicas da dicotomia são explanadas e ainda hoje são importantes para a compreensão da realidade concreta, mesmo após a queda do muro de Berlim e da anunciação apocalíptica do fim da História, das grandes narrativas, da autoria, da religião, do socialismo, da ideologia.

Na tipologia apresentada, na ilustração 18, pode-se evidenciar que a esquerda possui um caráter cuja retórica aproxima-se da contestação, em detrimento à direita cujo discurso é manter/conservar a ordem social e política. Dessa forma, de um lado se levanta a bandeira da igualdade e do outro, a liberdade, na qual as questões das desigualdades entre os homens são vistas como naturais ou sociais, respectivamente, direita e esquerda.

Ilustração 18 – Divergências em relação a temas ligados às ideologias clássicas

Esquerda	Direita
A intervenção econômica deve se dar sempre que se julgar necessário.	O Estado deve se abster de questões econômicas já que o mercado se auto-regula como se houvesse uma "mão invisível" orientando esse processo.
A pobreza se dá, sobretudo, por desigualdade de oportunidades. Enquanto problema social, pode ser atacado via programas sociais ou superação da ordem no caso de uma esquerda mais radical.	A pobreza em sua essência é tida como falta de esforço. Dessa forma, sempre existirão ricos e pobres, pessoas mais e menos esforçadas.
A criminalidade pode ser explicada, essencialmente, pela inserção em um contexto social que oferece desigualdade de oportunidades.	A criminalidade é fruto de escolha dos indivíduos, ou seja, de responsabilidade individual dos sujeitos envolvidos.
A carga tributária deve ser extensiva para financiar o Estado e oferecer serviços de qualidade para os que precisarem.	Os tributos são maléficos pois sobrecarregam as empresas e desfavorecem o crescimento econômico.
Defesa de uma ampla legislação trabalhista que normatize o mundo do trabalho.	O mercado de trabalho deve ser desregulado visto que o mercado auto-regula as relações trabalhistas.
Os serviços, sobretudo aqueles estratégicos, devem ser oferecidos pelo Estado.	Buscando diminuir o tamanho do Estado uma boa estratégia é passar para a iniciativa privada serviços que são estatais (privatização).

Fonte: Scheefffer (2014)

Todavia, é importante destacar que os termos esquerda e direita, por serem situados sócio-historicamente, possuem dinamicidade e plasticidade. Por isso, podem acomodar novas questões, com o passar do tempo. O feminismo, o ecologismo, o fundamentalismo religioso e o multiculturalismo (SCHEEFFFER, 2014), por exemplo, fazem parte das novas demandas que se acomodam entre a esquerda

e a direita, como se pode observar na ilustração 19, sobre as divergências abaixo, de Scheeffler (2014).

Ilustração 19 – Divergências em relação aos novos temas

Esquerda	Direita
Descriminalização do aborto.	Aborto ilegal.
Liberação do uso da maconha.	Uso ilegal da maconha.
Legalização da união entre pessoas do mesmo sexo.	Proibição da união matrimonial de duas pessoas do mesmo sexo.
Defesa de ações afirmativas para grupos considerados desprivilegiados.	Ações afirmativas tidas como medidas discriminatórias.
Prioridade para a problemática ambiental.	O uso restrito da natureza impede o crescimento econômico.
Religião menos importante.	Religião mais importante.

Fonte: Scheeffler (2014)

Scheeffler (2014, p. 10) salienta que “As ‘novas’ ideologias, diferentemente, estão mais interessadas na cultura do que na economia. Valores, crenças e estilos de vida das pessoas se sobrepõem à busca por conforto econômico ou justiça social”, uma incorporação das questões pós-materiais, as quais impulsionam uma nova reflexão sobre a intervenção estatal em oposição ao livre mercado.

É possível destacar que a esquerda tem como primado o racionalismo, a laicidade, a inexistência de conceitos absolutos sobre o bem e o mal, o igualitarismo sobre os direitos de propriedade e do livre mercado, o antifascismo, a identificação com as classes menos favorecidas e a defesa dos interesses dos trabalhadores, o desprezo à oligarquia, a preservação do meio ambiente. Já a direita, por sua vez, move-se sob o primado do individualismo, a intuição, a primazia do sagrado, a supremacia da propriedade privada e da livre iniciativa, a valorização da ordem e da tradição, o militarismo, o elogio à nobreza e ao heroísmo, o crescimento econômico em detrimento à preservação ambiental, a intolerância à diversidade étnica, cultural e sexual, o anticomunismo, a identificação com as classes superiores (MESSENBURG, 2019).

Nessa empreitada, também emerge, no Brasil, uma ampla coalizão de grupos essencialmente preocupados com questões morais e sociais. As liberdades pessoais e econômicas, as quais o liberalismo clássico defendia, são postas em xeque. Há um dissenso entre o conceito do liberalismo clássico e aquele que é aplicado pelos neoliberalistas/neoconservadores brasileiros contemporâneos.

Instrumentalização de dinâmicas sociais, (de)formidades de conceitos com intuito político e ideológico.

Assim, a retórica conservadora, no Brasil contemporâneo, é apregoada não apenas por aqueles de “conservadorismo não-elitizado”⁷³, mas também pelos que apresentam ares de refinamento intelectual, os autointitulados genuinamente de direita, como Rodrigo Constantino, Luiz Felipe Pondé, João Pereira Coutinho, Olavo de Carvalho, fundamentados, sobretudo, em autores como Edmund Burke, David Hume, Ludwig Von Mises, Friedrich Von Hayek, Roger Scruton e, especialmente, a ensaística de T. S. Eliot, Leo Strauss e Michael Oakeshott (D’AVILA, 2015).

Pondé (2016b) vibra com o que ele chama de fim dos ciclos populistas, a ascensão dos ideais liberais e o renascimento de ideias conservadoras: os liberais-conservadores, de matriz inglesa. Pondé (2016b, s/p, grifo nosso) explica o justaposto, afirmando que se trata tanto de um conservadorismo liberal em moral, cuja retórica se centra na liberdade individual, isto é, “[...] você entende que as pessoas devem ser capazes, uma vez **vivendo dentro da lei e pagando suas contas**, devem ser capazes do direito de decidir, por exemplo, aonde elas vão, com quem elas dormem, o que elas comem, seja lá o que for”; quanto de um o conservadorismo liberal do ponto de vista econômico, com a defesa do livre mercado como melhor forma de gerar riqueza; e do ponto de vista político é a defesa da constituição, do estado de direito, contra as rupturas democráticas e as utopias.

Para o autor, como se pode compreender, há uma liberdade que, paradoxalmente, é restrita apenas para o usufruto dos “cidadãos de bem”, que sejam úteis para o capital (consumir e pagar contas) e subjugados pela lei (como se o ordenamento jurídico fosse naturalizado e trans-histórico). Pondé (2017, s/p) destaca que há um marco importante na atualidade: jovens de 15 e 16 anos que “batem no peito” ao se identificarem como de direita. Depreende-se, no argumento, que não se está mais diante do estigma de uma “direita envergonhada”. Os ecos de interdiscursos, que relacionavam a direita ao período da Ditadura Civil-Militar brasileira, de modo negativo, não são convocados e o termo, como instrumento de comunicação, passa a ser ressignificado (a exemplo da ressignificação do período

⁷³ Holanda (2016) compreende o “conservadorismo não-elitizado” como uma vertente dentro do espectro da direita, que amalgama pautas da direita, da esquerda e do centro. Para ela, essa fração da direita defende o capitalismo, especificamente o neoliberalismo, como modelo econômico, vale-se dos preceitos morais tradicionais, aceita os programas de bem estar social, implantados pela esquerda e se valem deles para fins eleitoreiros, desvincula-se da memória do regime ditatorial e, por fim, é formado por partidos conhecidos como nanicos.

como Revolução de 1964), carregando afetividade, identificação, como um processo de heroificação.

O senso comum que compreende o liberal como perverso, pois aceita que as pessoas deveriam morrer de fome, já que o mercado comandaria tudo, e que enxerga o conservador como uma pessoa muito católica e bastante careta, de acordo com Pondé, tem perdido espaço. Também é derrotada a “Política Imaginativa”, referente à política da experimentação, que molda a realidade a partir de ideias, de projetos utópicos, na figura de grandes líderes, própria de partidos de esquerda (PONDÉ, 2017). Para o filósofo, a prova cabal dessa ruptura com a política da esperança pode ser vista globalmente na ascensão de figuras políticas importantes como Putin, na Rússia, Trump, nos Estados Unidos, e o governo de João Dória, no Estado de São Paulo, no Brasil.

Ao constatar que “[...] a gente alocou na política um aspecto salvacionista, a esperança da redenção”, (PONDÉ, 2017, s/p), o autor retoma alguns conceitos centrais da pós-modernidade como a consciência do fracasso, o fim das utopias, o abandono da experimentação e da associação ao universo religioso, na árdua tarefa de moldá-los à realidade dos trópicos brasileiros. Para tanto, a “Política do Ceticismo”, que convencionalmente é chamada de “Política Conservadora”, parece ser o ponto fulcral de quem deposita no ceticismo a esperança. É a elevação paradoxal da “Política Conservadora” como o único sistema viável, vinda daqueles que criticam a ideia da constituição de vultosos projetos, de utopias.

Saviani Filho (2016) compreende que se presencia, em abordagens como estas de Pondé, um contorcionismo intelectual com a finalidade de manter o *status quo*, preservar os privilégios, salvaguardar as hierarquias, tudo isso com o objetivo de legitimar a ordem social como algo “natural” da evolução histórica. Uma conexão que não é automática e que se apresenta, em muitos aspectos, como paradoxal, mas que cativou um pacto de leitura, tornando-se significativa.

Pondé, portanto, incorre nos mesmos erros dos quais se propõe a combater. Contesta a percepção de que a esquerda tem de si em detrimento à direita, com uma visão caricatural e maniqueísta da direita, segundo o filósofo. Logo, solicita que se abandone esse pressuposto, a fim de uma compreensão mais alargada, ao mesmo tempo em que defende “[...] abertamente a superioridade de alguns poucos homens – grupo do qual ele, Pondé, aposta fazer parte. Daí os riscos da democracia, sistema político onde todos – superiores e inferiores – podem se

manifestar”. (VARES, 2015, p. 136), demonstrando ares de insatisfação da classe média com uma suposta igualdade e descortinando um excesso de moralismo;

[...] não devemos esquecer que a reconfiguração social brasileira, como consequência da inclusão social promovida pelo petismo com a diminuição drástica da miséria, o aumento significativo das taxas de emprego, o crescimento de uma nova classe consumidora, modificando a morfologia das regiões periféricas do país, são elementos muito importantes para levar em consideração na análise do **comportamento social** brasileiro nos últimos anos. Esta mobilidade provocou novos comportamentos nas regiões que, previamente, estavam mais empobrecidas e que conseguiram ter níveis de renda e formalidade maiores e, também, uma reação em boa parte das elites e, sobretudo, das tradicionais classes médias, que pensam seus privilégios ameaçados com a ascensão das camadas populares. (SOLANO, 2018, p. 03-04, grifo nosso)

Essa nova morfologia social era “[...] a metáfora do novo Brasil: o autovalor do pobre e o recalque das elites” (PINHEIRO-MACHADO, 2019, s/p), impulsionando resistências conservadoras, sobretudo da classe média tradicional que “[...] se fechou em bloco contra as políticas sociais promovidas pelo lulismo”. (SINGER, 2012, s/p), irradiando o conservadorismo através de um comportamento social de reação ao processo de ascensão societária de setores que antes estavam estagnados em uma condição de muita pobreza social, econômica, política e cultural.

Singer (2012) frisa que tudo isso é um fenômeno ainda muito recente e não está bem pesquisado, embora seja plausivelmente verificável nas conversas cotidianas, na leitura de um jornal, na nova cartografia dos espaços, como a presença de pessoas de renda mais baixa nos aeroportos, por exemplo, espaços antes considerados exclusivos de pessoas com renda mais alta.

Em um País de grandes contrastes sociais, a retirada de 42 milhões de seres humanos da linha da pobreza, a abertura das universidades para a classe trabalhadora, a inclusão dos menos favorecidos através do consumo de mercadorias, nos governos do PT, provocou irrupções de tendências conservadoras, ressentimento da classe média, assim como o medo da perda dos lugares de privilégio, ativando discursos preconceituosos, leituras equivocadas da realidade, como as feitas pelo presidenciável Bolsonaro. O então Deputado, erroneamente, atribui a miséria e o crime aos mais vulneráveis. Em 1992, em seu terceiro ano como Deputado, discursava que eram necessárias medidas rígidas de política de controle de natalidade para os mais pobres, afirmando: “Não podemos mais fazer discursos

demagógicos, apenas cobrando recursos e meios dos governos atender esses miseráveis que proliferam cada vez mais por toda esta nação⁷⁴” Em 2018, o personagem político ratifica seu desejo de esterilização da população mais pobre, apesar da Constituição Federal de 1988 proibir a indução a esterilidade como forma de política de controle de natalidade.

Partindo dessa e das outras reflexões feitas até aqui, posso sublinhar que essas irrupções de ideais conservadores ocorrem em momentos específicos, isto é, quando as instituições consolidadas têm a sensação de que estão ameaçadas. De acordo com Lacerda (2019), há várias possibilidades de se abordar teoricamente o conservadorismo (entre elas: pela teoria aristocrática, autônoma e situacional, baseada em Huntington⁷⁵).

A teoria situacional será a defendida nesta abordagem, uma vez que:

De acordo com essa perspectiva, o conservadorismo é posicional e se desenvolve conforme necessidades históricas precisas. A **ideologia conservadora é produto de intenso conflito ideológico e social**. Ela só surge quando forças sociais que desafiam a ordem estabelecida se tornam relevantes o suficiente para apresentar perigo claro e presente às instituições. O conservadorismo, assim, é **resistência** que existe em um contexto específico, articulada, sistemática e teoricamente elaborada à mudança. (HUNTINGTON, 1957, p. 457-458, 61 apud LACERDA, 2019. p.25, grifos nossos)

Como se pode apreender, a partir da perspectiva situacional, o conservadorismo é produto de intensos conflitos sociais e ideológicos, e se revela não como “[...] um dado isolado, é parte de um contexto de fortalecimento de posturas conservadoras na esfera pública brasileira em geral” (CUNHA, 2016); é favorecido pela moralização com que se trata o direito das mulheres (DANTAS, 2016); é vindo do moralismo das grandes mídias tradicionais, que produzia a retórica do linchamento (BARROS, 2019), com a dinâmica da espetacularização demagógica da corrupção do Mensalão e, sobretudo, da Lava Jato “[...] numa luta moralista, populista e punitiva contra a corrupção e que não respeita as garantias penais”

⁷⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/bolsonaro-defendeu-esterilizacao-de-pobres-para-combater-miseria-e-crime.shtml>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁷⁵ “A definição *aristocrática* relaciona o conservadorismo a uma classe social particular (a aristocrática) em um contexto histórico específico de consolidação da burguesia. A teoria *autônoma* aceita que o conservadorismo se apresente em qualquer fase da História, desde que tenha determinadas características - defesa da religião, das tradições e da propriedade, por exemplo. A definição *situacional* argumenta que o conservadorismo existe em contextos específicos, de enfrentamento entre uma posição que quer mudanças fundamentais e outra que quer conservar as instituições vigentes” (LACERDA, 2019, p. 23, grifo do autor).

(SOLANO, 2018, p. 03); em junho de 2013, é fortalecido com a onda performática de protestos de rua, em uma fictícia narrativa de apartidarismo e de espontaneidade (DOWBOR; SZWKO, 2013) e, em consequência, com a quebra da hegemonia do Partido dos Trabalhadores (SINGER, 2013); é aprofundado com a crise política iniciada em 2014, cujo escopo foi o questionamento dos resultados eleitorais que levaram à posse de Dilma Rousseff, no segundo mandato (GOMES, 2019); é vindo das manifestações de 2014 contra os gastos com estádios construídos para a Copa do Mundo de 2014, no Brasil (MELO, 2019); é advindo também das primeiras manifestações de 2015, em que o discurso de rejeição ao partido político tradicional vai ganhando proporção, com o antipetismo como tônica (SOLANO, 2018); é alimentado pelo desmoronamento da crença do PT como partido efetivamente dos trabalhadores, dos menos favorecidos, da esquerda; é substanciado pela legalidade jurídica do *impeachment* da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, que esconde uma trama de Golpe e que tem a elite do dinheiro como “mandante” (SOUZA, 2016), resultando em uma imaginada “politização” da antipolítica, também fomentada por *think tanks*, como o Movimento Brasil Livre.

Rocha (2017), em uma análise sobre a nova geração de liberais brasileiros, aponta como esses ideais, de matriz neoliberal, tem se disseminado no Brasil. O percurso histórico retoma a década de 1991, quando a Revista Notas, publicação mensal com o apoio da organização norte-americana CIPE (*Center for International Private Enterprise*), formulava “[...] sobre análise de leis e procedimentos constitucionais e era distribuída para tomadores de decisão” (ROCHA, 2017, s/p), principalmente nas decisões de parlamentares brasileiros.

As ideias do capitalismo popular e do livre-mercado, as transformações ideológicas e econômicas adotadas por Ronald Reagan, nos Estados Unidos, e de Margareth Thatcher, na Inglaterra, passaram a ser difundidas em todo o globo (ROCHA, 2017), não se limitando apenas à esfera econômica, mas penetrando na tessitura social de muitos países, alterando as paisagens sociais, culturais, políticas. O “Neoliberalismo como a ‘nova razão do mundo’, que atravessa todas as esferas da existência humana para além da econômica” (SOLANO, 2018, p. 07) e produz uma sociabilidade de conservar o *status quo* com o falseamento da liberdade meritocrática.

Todavia, era necessário um *modus operandi* diferenciado, para que o ideário liberal-conservador circulasse e se tornasse influente. Dessa forma, com a expansão

do acesso à *internet*, em vez de empresários e quadros da elite, uma nova geração de jovens universitários, com linguagem humorística, publicação de *memes*, começaram a compor a *performance* dos *think tank*, direcionando o debate político para esse meio.

Se antes o objetivo central dos *think tanks* liberais era o de influenciar formadores como elites governamentais, empresários e professores universitários, agora existe uma preocupação em atingir, além dos próprios estudantes universitários e de escolas primárias e secundárias, setores mais amplos da sociedade. De acordo com Bernardo Santoro, os militantes do movimento liberal têm procurado abandonar uma linguagem elitista em prol de um discurso mais popular, porém mais descontraído em comparação com o trabalho realizado nesse sentido pelo Instituto Atlântico. (ROCHA, 2017, s/p)

A complexidade da política, da economia, das relações sociais começou a ser traduzida em uma linguagem simples, descontraída, aparentemente espontânea e, sobretudo, com um discurso que encontrou ancoragem e, por isso, fez sentido para os seguidores. Assim, percebeu-se que se poderia encontrar adesão e influenciar ideias e decisões políticas, manuseando as ferramentas de produção de sentido que muitos *vloggers* e *youtubers* (*digital influencer*) se servem para ampliar ainda mais a produção frenética de (in)formação em tempos de mídias digitais.

Assim, um controle muito mais elaborado e imperceptível começou a assolapar uma consciência crítica e política, em favor de uma leitura fragmentada e imediatista da realidade, em uma sociedade cada vez mais conectada, que divide a formulação da política com a rotina agitada do dia a dia⁷⁶. O pensamento *moralista* sobre o que é Economia, sobre a História, sobre as Ciências Sociais vem, porém, “disputando” espaço com o campo *científico* da academia. Campo este que vem sendo colocado em suspeição, tanto por autores de filiação acadêmica, como o filósofo Luiz Felipe Pondé e o economista Rodrigo Constantino, que apontam a academia como espaço hegemonicamente de esquerda, como por influenciadores

⁷⁶ Sobre a percepção e valores políticos, “Os entrevistados têm, no geral, rotina agitada e sufocante e, portanto, a formulação acerca da política não é a prioridade no cotidiano. Assuntos debatidos com mais frequência são aqueles que estão na pauta da grande mídia, que continua sendo uma das principais fontes de informação da maioria, como casos de escândalo de corrupção, Operação Lava Jato ou debates sobre as recentes eleições municipais. Quando questionados sobre assuntos mais complexos ou definição de conceitos políticos, tinha-se a impressão, para a maioria, de que era a primeira vez que construíam uma argumentação sobre aqueles temas” (PERSEU ABRAMO PESQUISAS, 2017, s/p).

digitais a exemplo do filósofo autodidata Olavo de Carvalho, que denuncia serem as Universidades uma organização criminosa de esquerda.

Para estes, o regime de verdade das academias mentiu sobre a Ditadura Civil-Militar brasileira de 1964-985, por exemplo, em “uma falsificação esquerdista” com *status* de academicismo (CARVALHO, 2004), pois apesar da tortura (usada de modo eufêmico, como se fosse algo aceitável) que a esquerda sofreu ainda saiu vitoriosa no monopólio das narrativas, nas universidades, na mídia, na política, na arte, na cultura, mas percorrendo só o único “caminho da roça” conhecido: Hegel, Marx e Foucault (PONDÉ, 2016a).

A produção de conteúdo, com isso, passa por uma nova configuração descentrada, fluída: a pós-verdade. Assim, o termo pode ser interpretado como um investimento que tem por intuito valorizar uma verdade pessoal como absoluta, isto é, aquela que ratifica a visão de mundo do enunciador, em uma busca da adaptação da teoria precisa à realidade individual. Compreendo o termo como primordial na atualidade, mediada pela comunicação digital, com um papel sócio-político relevante, fabricando subjetividades, produzindo efeitos de real, certificando os dizeres cotidianos.

Como não há enunciado livre, neutro, além disso, como não existe um sentido *a priori*, mas é construído nas práticas discursivas (de aparecimento e de esquecimento), o investimento desses enunciados, que se sobrepõem a outros, tem um intuito que é político, tem uma construção que busca o poder e a produção de saber, um discurso ideológico de uma parte da direita conservadora que paradoxalmente se propõe ser contra ideológico, ser neutro.

Desse modo, um relevante número de sujeitos sente-se à vontade para produzir verdades, saberes, poderes, *fake news*, pós-verdades, usando critérios que os analistas (sociais, do discurso) ainda precisam se deter para compreender mais profundamente sobre a tentativa de ruptura epistemológica com o saber acadêmico, sobre a relevância dos novos meios de comunicação, a sensação de empoderamento de quem produz os conteúdos nas mídias sociais, a utilização de linguagem apelativa, em que a forma muitas vezes é mais importante do que o conteúdo, em uma estética *ciberativista* que visa à “lacrção”, à “gozação”, ao politicamente incorreto, apresentando-se como “*pop*”, “vanguarda”, “contra-hegemônica”.

Mounk (2019) destaca que a insatisfação com a democracia liberal vem alcançando voos. Há um quarto de séculos, grande parte dos cidadãos rejeitava veementemente formas autoritárias de governo e tinham orgulho da vivência na democracia, no respeito às regras democráticas. Entretanto, hoje, candidatos que violam as normas fundamentais têm ganhando poder e influência social e política. E todas essas características fazem parte da estratégia que constrói uma nova direita neoconservadora⁷⁷.

Na percepção desses representantes da direita neoconservadora, os meios de comunicação, as instituições de ensino, as ciências humanas, a produção de conhecimento são compreendidos como hegemonicamente à esquerda. Uma esquerda que domina, há décadas, a imprensa, com um intuito “gramsciano” de tornar a população socialista/comunista sem perceber, obscurecendo o fato de que os maiores veículos de informação e circulação hegemônica do Brasil “[...] assumem claramente posicionamentos políticoideológicos e partidários de direita e que servem aos interesses de uma elite simbólica conservadora” (RECHETNICOU; VIEIRA, 2017, p. 06). Além disso, escamoteando o passado brasileiro escravocrata, coronelista, cujas raízes ainda se perpetuam em uma desigualdade alarmante de raça, gênero e classe. “Afim, muitas vezes é mais cômodo conviver com uma falsa verdade do que modificar a realidade.” (SCHWARCZ, 2019, p. 19).

Sobre a denúncia do domínio de esquerda nas Instituições de Ensino Superior, Feres Júnior (2017) lembra que o mesmo mote do politicamente correto foi usado como subterfúgio para denunciar um suposto cerceamento do pensamento livre nas universidades norte-americanas, no século passado. Percebe-se, portanto, que os representantes do conservadorismo liberal brasileiro usam a mesma retórica de um intelectual conservador norte-americano, Allan Bloom, que no ano de 1987 lança um livro manifesto contra o relativismo moral que, segundo o conservador, estava destruindo a liberdade de pensamento dentro das universidades.

No contexto brasileiro, Singer (2012) lembra que, no final dos anos 1970 e começo dos 1980, realmente quase não se encontravam pensadores, articulistas e ideólogos que tomassem posições abertamente de direita, sobretudo por causa do ônus da Ditadura Civil-Militar brasileira. “Estávamos sob hegemonia política da direita, mas no plano cultural a hegemonia da esquerda continuou e até se acentuou

⁷⁷ Essa nova direita conservadora será nomeada de “direita alternativa brasileira” e será elucidada adiante.

no final dos anos 1970 [...], começo dos 1980”. Com a onda neoliberal no mundo, um conjunto de políticas não apenas governamentais, mas uma concepção de mundo começa a ganhar corações e mentes. “Finalmente, entre o fim dos anos 1980 e começo dos 1990, o neoliberalismo entrou no Brasil” (SINGER, 2012, s/p).

Cunha (2015) frisa que se tem presenciado um investimento de divulgação dos ideais conservadores no mercado editorial brasileiro⁷⁸, tributário do conservadorismo anglo-saxão e também com bases no neoliberalismo. Além de nos meios de comunicação tradicionais (colunistas da Folha de São Paulo, da Gazeta do Povo, programas culturais de auditório como Café Filosófico CPFL) como na atuação dos *think tanks*.

Desse modo, na fusão conteúdo *versus* forma, a atuação entre o Estado Mínimo e o conservadorismo passa a ser o norte do MBL (Movimento Brasil Livre), de Reinaldo Azevedo, de Rodrigo Constantino, de Luiz Felipe Pondé, de João Pereira Coutinho, alguns dos representantes mais influentes da ideologia liberal-conservadora do Brasil. Um processo de hegemonia que vem se construindo ao longo de décadas (SILVA, 2017).

O MBL, um dos principais *think tanks* brasileiro, que em 2018 contabilizou 4 (quatro) Deputados e 2 (dois) senadores eleitos⁷⁹, surgiu na defesa da liberdade econômica. Feres Júnior (2017, s/p.) coloca o MBL “[...] como o principal *hub* das redes sociais, fazendo fusão entre neoliberalismo e conservadorismo de valores”, isso em uma manobra político-ideológica encabeçada com fins eleitoreiros, já que a agenda neoliberal é historicamente pobre de votos no Brasil (FERES JÚNIOR, 2017), embora Bolsonaro tenha logrado êxito, na campanha à presidência em 2018, autodeclarando-se neoliberal, colocando-se ao lado da classe empresarial ao dizer que os brasileiros precisam escolher: ou mais empregos e menos direitos ou mais direitos e menos empregos. Desse modo, acenou para o mercado, com a defesa de reformas trabalhistas e previdenciárias, como pautas de seu governo.

⁷⁸ Cunha (2015, p. 12) aborda que há “[...] crescente interesse no mercado editorial no Brasil não apenas pela publicação de autores que se filiam ao pensamento conservador, mas uma literatura explicitamente propagandista, produzida com o intuito de divulgar algumas das ideias mais caras ao conservadorismo”.

⁷⁹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/apos-eleger-uma-bancada-mbl-rediscute-atuacao-e-cogita-partido.shtml>. Acesso em: 07 jan. 2019.

Essas pautas neoliberais já eram defendidas pelo MBL. Entretanto, aos pouco, o *hub* vai se rendendo a necessidade de tutelar os costumes, como no famoso caso do *Queermuseum*⁸⁰.

Ilustração 20 – MBL e a adesão à pauta moral



Fonte: <https://www.hojeemdia.com.br/primeiro-plano/manifestantes-protestam-no-rio-contra-exposi%C3%A7%C3%A3o-queermuseu-1.648728>. Acesso em: 29 nov. 2020.

Nas palavras de Solano (2018, p. 07),

No Brasil, um claro exemplo é a dinâmica das guerras culturais fomentada pelo grupo neoliberal MBL (Movimento Brasil Livre), que insiste em polêmicas moralistas como as do *Queermuseum* ou a suposta pedofilia do MAM, a fim de aumentar sua base de apoio. Moralismo fundamentalista e inquisidor que se une a um discurso de negação e demonização da política tradicional. (SOLANO, 2018, p. 07)

Essas guerras culturais fermentaram ainda mais grupos neoliberais. A lista quantitativa de *think tanks*, no Brasil, saltou de sete instituições, em 2008, para o número de vinte e três, em 2016⁸¹, ajudando a influenciar, como já destacado, ideias e decisões políticas, sobretudo capturando o voto de uma fração dos religiosos neoconservadores e incorporando a pauta moralista punitivista e religiosa.

⁸⁰Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/nao-vejo-censura-diz-coordenadora-do-mbl-sobre-fim-de-mostra/>. Acesso em: 14 dez. 2018.

⁸¹Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/12/01/O-que-s%C3%A3o-think-tanks.-E-como-eles-influenciam-a-pol%C3%ADtica>. Acesso em: 26 dez. 2018.

O filósofo autodidata Olavo de Carvalho também é um fenômeno nas redes sociais digitais. Autodenominando-se de o “parteiro” da direita brasileira, “[...] é um desses anticomunistas ardorosos que se viram privados de seus moinhos de vento com a derrocada do comunismo, mas que continuam com a sua catilinária habitual porque é só isso que sabem fazer” (SILVA, 2004, p. 09).

Influenciador do clã Bolsonarista⁸², Olavo de Carvalho resgata velhos temas da direita norte-americana, presentes já nas décadas de 1980 e 1990: a dominação das Universidades, o politicamente correto, o marxismo cultural, a revolução gramsciana, a ideologia globalista, o terrorismo cultural etc. Esses são temas que povoam os artigos de Olavo de Carvalho há décadas e que, no século XXI, achou seu bode expiatório: o lulismo, o petismo e, conseqüentemente, a política tradicional. Projeta-se um culpado e absolvem-se todos os outros

Além do combate ao “comunismo”, ao “bolivarianismo”, à corrupção, temas que representam o que há de mais conservador, em pleno século XXI (SOARES, 2017), Magalhães (2018, s/p) também adverte que “[...] elegeram os novos inimigos a serem combatidos: acadêmicos, a grande mídia, ativistas de direitos humanos, ambientalistas, feministas, etc.”. Já que esses inimigos têm o intuito de, segundo essa direita conservadora, “[...] substituir as culturas tradicionais por uma moral secular, cosmopolita e esquerdista” (MAGALHÃES, 2018, s/p) e, no Brasil, a compreensão de que o feminismo, o comunismo, a globalização etc. fazem parte de uma agenda de interesse internacional que busca minar os costumes tradicionais brasileiros, através de supostos organismos como o Foro de São Paulo, a URSAL, entre outros, e, com isso, colocam em xeque direitos humanos reconhecidos internacionalmente.

Diferenciando-se de outros pensadores da direita conservadora tradicional, por eleger o insulto como parte da *performance* argumentativa, por seu ideário reacionário, por seu catolicismo fundamentalista, por sua obsessão por armas de fogo, por sua produção de teorias conspiratórias⁸³ e de uma espécie “peculiar” de

⁸²Compreendem-se por Bolsonaristas aqueles que fazem parte da comunidade simbólica que tem em Jair Bolsonaro o representante mor de modelo de capital político.

⁸³ A exemplo da teoria de que o Partido dos Trabalhadores (PT) tem um projeto, a partir de entidades como o Foro de São Paulo e a URSAL, de implantar um regime ditatorial bolivariano, no Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38282897>. Acesso em: 15 dez. 2018.

revisão historiográfica⁸⁴, pela suposta combinação de erudição insólita atrelada aos léxicos de conotação sexual, Olavo de Carvalho se envaidece, segundo Fellet (2016), ao afirmar que seus livros encorajaram outros conservadores a saírem do armário.

A partir dos epítetos de “pai espiritual da direita” e de “Olavo tem razão”, o escritor soube utilizar-se da *internet* para se projetar. Com contas no *Facebook*, no *Twitter*, no *Instagram* e no *YouTube* (redes nas quais os brasileiros gastam até cento e cinquenta minutos, por dia), os seus seguidores, chamados de “olavetes”, descobrem em seus cursos virtuais, ministrados por Olavo, o “verdadeiro” intelecto da história da ciência e da filosofia, além de aprender a preservar a “alta” cultura brasileira e a “formar” uma nova elite intelectual no País. (FELLET, 2016).

Essa chamada nova elite intelectual, sobretudo composta, conforme Ghani (2018), de formadores de opinião, como: Felipe Moura Brasil, Alexandre Borges, Felipe Martins, Danilo Gentili, Nando Moura, Flávio Gordon, Lobão, Joyce Halssemann, Bené Barbosa, Flávio Morgenstern⁸⁵, entre outros, passaram a replicar a luta de Olavo: um combate ao domínio psicológico e cultural da esquerda sobre as massas, no Brasil. Vale frisar que, durante a campanha de 2018, como contraponto

⁸⁴ Olavo de Carvalho é adepto de revisões teóricas, entre elas a de que a Inquisição nunca existiu, sendo uma invenção dos protestantes. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38282897>. Acesso em: 15 dez. 2018.

⁸⁵ Sobre esses personagens citados: Felipe Moura Brasil é jornalista e trabalhou em várias mídias hegemônicas como Revista VEJA, Jovem Pan, Editora Record, O Antagonista, entre outros. Defende o liberalismo econômico e se diz aluno de Olavo de Carvalho. Mas já vem mostrando dissenso, em 2020. Alexandre Borges é comentarista da Jovem Pan e analista político na Gazeta do Povo. Felipe Martins é olavista, analista político e tornou-se Assessor Especial para Assuntos Internacionais do Presidente da República. Danilo Gentili é comediante, apresentador de televisão, ator, digital *influence*, propagador do Bolsonarismo. Mas já vem mostrando dissenso, em 2020. Nando Moura é um músico brasileiro, que produz vídeos sobre a cultura heavy metal, videogames e política. Era olavista e bolsonarista, mas já tem se posicionado contrariamente. Flávio Gordon é doutor em antropologia social, escritor, blogueiro e crítico ferrenho ao chamado esquerdismo. Defensor da direita, do olavismo e do governo Bolsonaro. Lobão é cantor, compositor e escritor. Em 2020, diz-se desencantado com o governo de Bolsonaro. Joyce Halssemann é jornalista, radialista, comentarista, ativista política e, em 2018, foi a mulher mais votada para a Câmara dos Deputados, na história do Brasil. Como líder do PSL, Joyce foi uma apoiadora ativa de Bolsonaro, defendendo-o em manifestações presenciais e nas redes sociais etc. Em 2020, não faz mais parte do grupo de apoiadores e denuncia, através da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito – a CPMI *Fake News* –, o chamado Gabinete do Ódio, cuja função, segundo a parlamentar, é produzir relatórios diários sobre acontecimentos do Brasil e do mundo, para reportar ao Palácio do Planalto para, com isso, impulsionar mensagens em redes sociais com o intuito de perseguir adversários políticos, jornalistas, personalidades públicas, promovendo linchamentos virtuais. Bené Barbosa é escritor, influenciador digital, um ativista e especialista brasileiro em segurança pública. Presidente da ONG Movimento Viva Brasil, cujo objetivo é garantir aos cidadãos o direito de posse de arma de fogo, para a legítima defesa, prática esportiva, caça e coleção de armas. Em 2020, tem se desagradado do governo Bolsonaro, pois segundo seu ponto de vista o decreto do Presidente “pró” armas não foi satisfatório. Flávio Morgenstern é escritor, analista político, palestrante e tradutor, com trabalhos focados nas relações entre linguagem e poder e em construções de narrativas.

ao famigerado domínio da esquerda, esses formadores de opinião vão operar como os “intelectuais orgânicos” da formação do Bolsonarismo, além da atuação do MBL e de *sites* de notícias como o Antagonista.

Entretanto é necessário esclarecer que

Muitos movimentos sociais, jornalistas, cientistas sociais e mesmo políticos ajudaram a consolidá-la [a eleição do capitão-Deputado] na esfera pública, ao longo dos ciclos de protestos recentes, ao deslegitimarem os políticos profissionais como representantes dignos e reforçarem a ideia da corrupção como o maior problema nacional. Neste terreno adubado frutificaram disjuntivas polarizadoras – corruptos e éticos, pacíficos e vândalos etc. – e brotaram elites sociais “íntegras”. Juízes, empresários, militares, festejados em mídias sociais e manifestações de rua, se consolidaram como moralmente superiores aos partidos e mais aptos a exprimir a nação e comandar o Estado. (ALONSO, 2019, p. 52)

Havia uma construção que estava dando fermento para o surgimento de Bolsonaro e sua direita reacionária, embora Olavo de Carvalho alegue: “Não trabalho para a direita brasileira. Eu a inventei, porra⁸⁶”. Assim, ele parte do pressuposto da dominação de esquerda em todas as esferas públicas brasileiras e com ele a genuína direita surge, fenômeno que precisa ser mais bem investigado. Com isso, apenas ele e seus “olavetes” são tratados como fidedignos e legítimos representantes da direita, fora esses, todos os outros são comunistas; logo um inimigo em comum que precisa ser combatido/abatido.

Assim, o Mito do Inimigo, atrelado ao Mito da Conspiração, recorrente em nossa história, segundo Mendonça (2002), reaparecem. Nesse aspecto, Bolsonaro se apresenta e se projeta como um herói fundador, aquele que pode combater o inimigo e trazer a salvação de uma direita de verdade, da tradição. Uma tradição por ele inventada.

Em um periódico jornalístico *online*, Olavo de Carvalho apresenta um conjunto de critérios para se reconhecer uma política conservadora. Entre os seis princípios elencados, (todos fazendo parte do mesmo grupo semântico, isto é: a recusa daquilo que ele chama de mentalidade revolucionária) o ponto três resume o que ele entende por política conservadora, salientando que “[...] A democracia é, portanto, essencialmente hostil a qualquer projeto de mudança profunda e irreversível da ordem social, **por pior que esta seja em determinado momento**”, e conclui que não é exagero nenhum afirmar que a mentalidade revolucionária é maior

⁸⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/p/BqfCzD_FLTu. Acesso em: 14 dez. 2018.

flagelo da humanidade e aqueles que se recusam a enxergar isso são monstros de insensibilidade. (CARVALHO, 2011, s/p, grifo nosso).

E quem ousa a pensar “[...] diferente dele é classificado nas categorias ‘canalha’, ‘idiota’ e ‘imbecil’”, assim, o ideólogo da “nova velha direita do Brasil” (PAIVA, 2018, p. 31) trouxe (e traz) um choque de realidade conservadora e antipetista para a sociedade brasileira, sem a qual Ghani (2018) diz que Bolsonaro Presidente não existiria.

Depois desse percurso, percebo a pluralidade do movimento conservador brasileiro contemporâneo. Podem-se citar algumas diferenças entre os dois conservadores abordados, escolhidos, sobretudo, pela influência midiática (na televisão, no rádio e na *internet*) que eles possuem. O ponto de ancoragem de Olavo de Carvalho e o cerne filosófico da política conservadora, da qual Pondé é filiado, possuem diferenças. A defesa do liberalismo, enquanto uma espécie de “princípio de vontades e possibilidades individuais”, a rejeição de fundamentos religiosos, teológicos ou metafísicos, a negação de grandes líderes, a argumentação de que o afeto individual é marcado por ceticismo e visão trágica da vida, a preservação das estruturas sociais e políticas, uma vez que o homem é incapaz de ser perfeito, fazem parte da estrutura gramatical conservadora de Pondé, mas não se apresentam igualmente na de Olavo. Só nesses dois ideólogos, mais representativos, abordados como escolha metodológica e didática, percebe-se que há divergências marcantes.

Entretanto, há convergências como a compreensão de que à medida que se reconhece a falibilidade humana e os limites da ação política, a principal virtude passa a ser a prudência, manter as estruturas como estão, já que a atual ordem existente é importante, sendo, portanto, mais fácil destruir coisas do que criá-las. (SCRUTON, 2015). Na avaliação de Pondé (2017), é errôneo atrelar o conservadorismo a formas reacionárias, ao moralismo de costumes ou a posturas autoritárias, embora em alguns momentos ele o atrele. Já o neoconservadorismo de Olavo de Carvalho é reacionário, moralista, fundamentalista, autoritário, salvacionista, religioso dogmático, com uma linguagem performática que tem ajudado a alterar a gramática da direita brasileira.

Sendo assim, ainda é importante frisar que conservador, evangélico, esquerda, direita etc. não são grupos uniformes, homogêneos. Holanda (2016), por exemplo, em uma análise dos programas partidários de 32 partidos registrados no

TSE para a realização das eleições de 2014, retomando as características conferidas por Maria Teresa Gonzaga Alves, destaca que dentro do espectro ideológico da direita pode-se perceber uma “pluralidade” da direita: uma mais ideológica e mais politizada, que defende os interesses do *laissez-faire* e muitas vezes não se denominam de direita, mas são anti-esquerda; outra mais populista, personalista, apolítica, defendendo formas autoritárias de agir no espaço político: “conservadorismo não-elitizado”. Assim, como são variados os conservadorismos, as direitas, os evangélicos, os católicos, também os são.

A partir das reflexões aqui explicitadas sobre os conservadorismos, da tradição anglo-saxônica e sua “importação” para os disseminadores brasileiros, como ilustrado nas percepções de Pondé e Carvalho, é importante pontuar que não existe um conservadorismo único, muito menos universal. Posso inferir, leitor(a), que o nascedouro pode até ser o mesmo, mas a manifestação se modifica, é dinâmica, é plural. Uma simbiose de elementos.

Desse modo, o conservadorismo de Scruton não é igual ao de Pondé que não é o mesmo que o de Olavo de Carvalho⁸⁷. O conservadorismo da década de 1964 não é idêntico às manifestações de protesto de 2013, que, por sua vez, não é exato à Bolsonarização de 2018. É preciso atentar para a sociedade, a estrutura, os grupos políticos, a história. Há conservadorismos, no plural, o que significa que é preciso levar em considerações variáveis múltiplas, em um longo trajeto de compreensão e, conseqüentemente, de seus principais representantes.

Com isso, o constructo teórico do conservadorismo como da “Política do Ceticismo”, da visão trágica da vida, da rejeição dos fundamentos religiosos, do individualismo, da abominação ao abstracionismo e à especulação etc., não se concebe, no Brasil, da mesma forma de que no contexto europeu, nem do século XX igualmente ao do século XXI.

Há de se considerar a luta entre interesses antagônicos, o contexto social de produção, a linguagem que é mobilizada, a produção de subjetividades, embora não negue que há predominância de algumas características, o acanhamento de outras e a ressignificação de mais outras, sempre à espreita na oportunidade para aflorar. E, no Brasil, brota como neoconservadorismo, como será exposto no próximo tópico.

⁸⁷ Utilizo as reflexões de Luiz Pondé e de Olavo de Carvalho para ilustrar o conservadorismo de considerados intelectuais brasileiros, mas desde já é preciso salientar que há outros nomes tão ou mais relevantes do que os escolhidos. A escolha foi apenas um recorte didático.

5.1 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O NEOCONSERVADORISMO BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO. A DIREITA ALTERNATIVA BRASILEIRA E INFLUÊNCIA DE JAIR BOLSONARO

Lacerda (2019) salienta que o neoconservadorismo é um ideário conservador e de direita, cuja centralidade reside nas questões sobre família, sexualidade e reprodução. Para Alencar (2015), a novidade presente no prefixo “neo”, da palavra conservadorismo, refere-se à “intelectualização” do discurso, sobretudo para os grupos evangélicos, que visam amalgamar as necessidades dos indivíduos modernos com as demandas seculares. Tem-se, portanto, um cenário de novos conservadorismos de matriz religiosa (D’AVILA, 2015), em que a moral desempenha uma figura de destaque na propulsão de fenômenos como Bolsonaro.

Lacerda (2019) afirma que o movimento de orientação neoconservador foi se consolidando a partir de 2015, com causas que serão estudadas ainda por muito tempo. Solano (2019, p. 311,312), por sua vez, destaca que:

Em São Paulo, no protesto de 12 abril de 2015, comprovamos a adesão a certas afirmações de conteúdos anti-igualitário que circulava nas redes sociais. Escolhemos frases que eram muito compartilhadas em páginas conservadores ou de direita no Facebook (como a do MBL, do Vem para a Rua, do próprio Jair Bolsonaro) e as incluímos nos questionários para testar sua aceitação entre os manifestantes: 60,4% deles concordaram que “Bolsa Família financia preguiçoso” e “70,9% que “as cotas raciais geram mais racismo”. Era a lógica da classe média tradicional, os *tax payers*, que se sentem abandonados pelo governo ao mesmo tempo que rejeitam a mobilidade ascendente dos mais pobres. Uma retórica antipetista com fortes traços de antiesquerdismo e anticomunismo e já com a presença de fake news. No mesmo protesto de abril de 2015, também testamos algumas fake news [...] 56% [acreditavam] que o Foro de São Paulo queria criar uma ditadura boliviana no Brasil; 53%, que o PCC era um braço armado do PT; e 42%, que o PT tinha trazido 50 mil haitianos para votar por Dilma Rousseff em 2014. Na mesma linha, para 64% dos entrevistados, o PT queria implantar um regime comunista no Brasil. Ou seja, a simbiose entre petismo, esquerdismo e comunismo estava sendo construída.

Para Barroco (2015), as formas dominantes de apologia ao anti-humanismo, ao individualismo, ao pessimismo, à dissimulação das contradições sociais, como características do neoconservadorismo, servem para combater o “Estado Social” e os direitos sociais (*Welfare State*), reprimindo as formas de contestação à ordem social e aos costumes tradicionais. Além disso, novas formas de sociabilidades, advindas principalmente da inserção das igrejas evangélicas no Brasil, sobretudo

nas periferias, são grandes colaboradoras da difusão dos valores capitalistas, da meritocracia e da individualização do esforço (SOLANO, 2018).

Singer (2012) salienta que também houve uma virada à direita da igreja católica, que nas décadas de 1960 e 1970 tinha uma grande relevância para a esquerda brasileira e, por isso, arrastava camadas extensas da sociedade. Singer (2012) ainda lembra que a onda neoliberal começou a influenciar a igreja católica nos anos de 1980 e, lentamente, foi sendo introduzida no Brasil. E “[...] Isso é muito importante para entender a presença da hegemonia cultural da esquerda e depois sua quebra. A esse fator se soma um segundo, que é a avalanche pentecostal e neopentecostal no Brasil”. (SINGER, 2012, s/d).

Desse modo, os discursos da moral cristã (contra os direitos reprodutivos das mulheres e a favor da “assistência psicológica” à LGBTQIAP+, por exemplo), aliados aos princípios cruciais do neoliberalismo na política e na economia (Estado Mínimo e Livre Mercado) vêm com o escopo de que é preciso salvar a família (ALENCAR, 2015), reparar e consertar o País.

Magali Cunha (2016) chama a atenção especialmente para a virada da primeira década do século XXI, em que se pôde perceber uma intensa visibilidade de lideranças defensoras de “[...] ideais e posturas explicitamente conservadoras e que se apresentam como modernas, pertencentes aos novos tempos, em que a religião tem como aliados o mercado e as tecnologias”. “Ser *de direita* virou moda”, frisou Barroco (2015, p. 632 grifo da autora).

Ademais, nesse contexto, pode-se observar um conservadorismo que surge como reação às transformações socioculturais experimentadas nos últimos anos, muito antes de 2018, sobretudo a partir de 2002, quando se abriram políticas públicas afirmativas direcionadas para os direitos humanos e de gênero (CUNHA, 2016).

Toitio (2016) faz um balanço sobre a luta pela diversidade sexual e de gênero, sob o neoliberalismo brasileiro. Para tanto, é investigada a participação da ABGLT (Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos) durante os Governos de Fernando Henrique Cardoso, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, respectivamente.

De forma resumida, o citado autor chega à conclusão de que, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, a relação entre Estado e a sociedade civil da ABGLT ainda estava baseada na esfera da prestação de serviços. Durante os

mandatos de Lula, a mediação abandona o viés fundamentado na prestação de serviços para se basear na construção de participação política.

Nesse cenário político de abertura, começa-se a discussão sobre a confluência de elementos e concepções do projeto político da ABGLT, em relação ao governo, e como as pautas do movimento poderiam ser assimiladas dentro do projeto neodesenvolvimentista (TOITIO, 2016).

Nos anos de 2000, houve um alargamento substantivo dos espaços e frentes de atuação do movimento LGBT. Grupos e coletivos independentes, organizações não governamentais, setores formados no interior de partidos e sindicatos, coletivos do movimento estudantil ou de juventude, associações, fóruns, redes etc. tornaram-se presentes por todo o país e cada vez mais visíveis. Nesse período, ainda, o Brasil se tornou o país que mais realizava paradas de orgulho, além de passar a abrigar a maior do mundo (em São Paulo), ao mesmo tempo em que passou a investir em políticas sociais voltadas para a população LGBT. (TOITIO, 2016, p. 17)

Certos avanços nos direitos foram vistos como ameaça e o fator representativo de Dilma Rousseff ser a primeira mulher eleita para ocupar o maior cargo do Executivo, no Brasil, não foi suficiente, por si só, para assegurar e acentuar ainda mais as pautas políticas das minorias, já que seu mandato foi marcado pelo “[...] fortalecimento do neoconservadorismo evangélico no Congresso Nacional e a construção de uma agenda em oposição ao movimento LGBT e ao feminista” (TOITIO, 2016, p. 50) e, desde o início da campanha dos presidencialistas, as referências religiosas foram uma marca proeminente dos embates propositivos.

Desse modo, assim como a Carta ao povo brasileiro foi um anúncio de como seria a política econômica do governo Lula, a Carta ao povo de Deus foi o primeiro indício de como o governo Dilma trataria as políticas e direitos sexuais: estes só seriam disputados pelo governo na medida em que não afetassem sua política de alianças, cuja composição incluía partidos conservadores. (TOITIO, 2016, p. 183)

Percebe-se, de modo claro, a mudança do público a ser atingido, como uma virada ideológica para responder às demandas da sociedade conservadora que começava a sentir receio de que a diversidade “saísse do controle”. É importante frisar que apesar da abertura aos movimentos minoritários, Singer (2012) formula que o lulismo (incluindo o período de governabilidade de Lula e Dilma) propôs mudanças, mas de modo comedido e sem radicalização, sem um confronto extremado com o capital e, com isso, conservou a manutenção da ordem. Nesse sentido, Singer (2012) classifica o lulismo como um fenômeno híbrido, que, portanto,

captura o conservadorismo. Assim, “[...] uma análise mais simplista e dicotômica não consegue dar conta da complexidade da situação que (sic) estamos vivendo”. (SINGER, 2012, s/p).

Além do conservadorismo econômico, com efeitos nas micropolíticas, a propositura “irmão vota em irmão⁸⁸” também começou aos poucos povoar o imaginário evangélico, contrapondo-se, conforme Romancini (2018), a um passado progressista, em que o Estado laico era uma das pautas do protestantismo, no início do século XX. Desse modo, observou-se, paulatinamente, uma mudança ideológica frente ao mundo, tanto na vertente cristã evangélica, quanto cristã católica. A hegemonia da Teologia da Libertação em uma tensão com a Teologia da Prosperidade faz parte dessa transformação ideológica:

A prosperidade, dessa maneira, não se opõe às concepções da desigualdade como algo próprio da vida coletiva. A igualdade social não está no seu horizonte de utopia (pelo menos não neste mundo) como está na formulação da teologia da libertação católica, para qual o “reino de Deus” de igualdade deve começar a ser construído na Terra. A utopia da prosperidade, por sua vez, está na possibilidade de o indivíduo ascender entre relações de desigualdade. Teologia da libertação e teologia da prosperidade, portanto, são duas orientações religiosas intramundanas: uma rejeitando as regras deste mundo, a outra provocando aderência a ele. (ALMEIDA, 2019, p. 42)

Sendo assim, a política que era associada como “coisa do mundo” (CUNHA, 2016), secular, começa a conviver com outros ideais: é necessário colocar meu semelhante ideológico como representante nas grandes tomadas de decisões, na defesa da família e da moral cristã, contra as plataformas dos movimentos de minorias, especialmente dos movimentos feministas e LGBTQIAP+⁸⁹. Tudo isso em uma afronta direta à laicidade do Estado.

Os evangélicos não são mais “os crentes” ou os grupos fechados de outrora. A separação social, “do mundo”, deixa de ser um valor

⁸⁸ Cunha (2016) alerta para que a presença da religião cristã, de vertente evangélica, não seja vista como uma ameaça, mas que seja percebido como uma possibilidade própria da democracia. Além do mais, é necessário alargar as compreensões ainda reducionistas, que tratam quaisquer grupos como homogêneo, ademais, é preciso questionar as naturalizações e privilégios religiosos, a laicidade do Estado, uma vez que “[...] a fé católica romana interfere na dinâmica social, política e cultural do país, a começar com a existência de feriados nacionais relacionados aos santos e às festas católicas, passando pelos crucifixos em destaque nas paredes das repartições públicas [...] o Acordo Brasil-Vaticano, de 2009, que concede isenção tributária a instituições católicas, privilegia a Igreja Católica no ensino religioso nas escolas, e garante cooperação para preservar e valorizar os bens culturais católico-romanos” (CUNHA, 2016, p. 159). O ponto crucial está na possibilidade de abrir o diálogo com essas novas vozes.

⁸⁹ Em 2011, a atuação da Frente Parlamentar Evangélica (FPE) trouxe para a agenda a luta contra os movimentos feministas e de homossexuais.

evangélico da tradição fundamentalista-puritana: são hoje um grupo que desenvolve a cultura “da vida normal” combinada com a religião com presença nas mídias, moda própria, artistas e celebridades, inserção no mundo do mercado e do entretenimento. (CUNHA, 2016, p. 158)

Esse bloco articulado de autorrepresentação partidária, visualizado pela bancada da Bíblia e pela Frente Parlamentar Evangélica, valendo-se de aliança com os católicos, o que era historicamente impensável no campo religioso, utiliza-se de argumentos pretensamente “sagrados” para legitimar preconceitos, dando viabilidade ao fundamentalismo, em um País que atinge de forma direta e variada negros, mulheres, jovens da periferia, sujeitos “fora” da ordem, da lei, dos costumes, do pensamento dominante (BARROCO, 2015). Um País perpassado pela desigualdade social, racial, sexual e de gênero.

Tudo isso em uma visão equivocada (mas, proposital) de que as expressões da questão social e a crise do capitalismo estão relacionadas (e são consequências) da desagregação moral, da desestruturação da família, da desarrumação dos valores tradicionais, sendo, portanto, necessário tratar essas expressões como “caso de polícia”, na violência física e simbólica.

Soares (2017) também lembra que essa onda conservadora é um prenúncio aos direitos sociais e humanos que estão em destruição, no Brasil. Sendo, por conseguinte, importante considerar que há uma vertente interpretativa que apresenta o conservadorismo brasileiro como um processo que se reatualizou em um neoconservadorismo com modos inéditos de violação de direitos humanos, formas variadas de violência contra trabalhadores, destruição de direitos historicamente conquistados, apelo à ordem, fundamentalismo, xenofobias e discriminações. (BARROCO, 2015).

Dantas (2016) ratifica:

Durante a votação do processo de impeachment, ocorrido em Brasília no dia 24 de abril deste ano [2016], ficou claro que a política parlamentar no Brasil é perpassada pela moralização das expressões da questão social. Dos/as 367 Deputados/as que votaram a favor do processo de Impeachment, **todos/as** usaram referência em nome da família e da moral do país. Foram 511 votos ao total. 137 contrários ao impedimento, 7 abstenções e 2 ausências. (DANTAS, 2016, p. 42, grifo nosso)

Percebe-se que as justificativas dos Deputados a favor do processo de *Impeachment* da Ex-Presidenta Dilma Rousseff são motivadas por questões morais

e sociais de uma direita dita “cristã”, que reivindica uma cidadania religiosa do Deus judaico-cristão acima de tudo e de todos, com uma leitura anacrônica da Bíblia para defender uma ordem moral universal, que se coloca como representante única do lugar universal de fala, de religião, de sexualidade, “[...] que em nome da família abomina tudo aquilo que direta ou indiretamente fere a tradição, o discurso religioso” (SCHEEFFER, 2014, p. 13). O foco na moral sexual, com rígidas compreensões sobre certo e errado, ocultando, por sua vez, determinações sociais, culturais, históricas, econômicas.

Nesse cenário conservador religioso, a busca por uma “cultura cristã” torna-se plano narrativo que embasa o enredo de uma direita alternativa brasileira e possibilita o fortalecimento de um neoconservadorismo⁹⁰, que cresceu a partir de micros e pequenos partidos políticos.

Com a candidatura de Bolsonaro e, conseqüentemente, o mandato, a mudança que vinha se estabelecendo pode se intensificar. Em 24 de outubro de 2018, próximo ao segundo turno, o candidato recebe um manifesto: “O Brasil para os brasileiros⁹¹”. Dessa vez, o documento vem de uma bancada institucional do parlamento e representativa socialmente: a bancada evangélica. Bolle (2019, p. 84) destaca que os evangélicos são “[...] a grande história não contada dessas eleições. É possível que, sem o apoio maciço e organizado dessa base, Jair Bolsonaro não tivesse sido vitorioso”.

O documento [O Brasil para os brasileiros], de 65 páginas, versa não apenas sobre as pautas geralmente defendidas pela Frente Parlamentar Evangélica (FPE), a saber, a causa dos costumes, com temas que vão da proibição do aborto à chamada “cura gay”. Vai além: o manifesto, redigido como um plano de governo bem elaborado, trata de temas como a reforma do Estado e caminhos para o crescimento da economia brasileira, terminando, evidentemente, com a proposta do Escola Sem Partido e a pauta dos costumes. A elaboração do documento em si sugere que a FPE tem

⁹⁰ Os termos conservadorismo, neoconservadorismo, direita, nova direita, muitas vezes são usados indiscriminadamente, negligenciando a historicidade, os fatores concretos. Assim como há um uso variado por parte da população, também há por grande parte dos autores, pois os termos servem como categorias da ciência política e como atalho informacional. Quando há citações bibliográficas, tenho preferido manter o uso que o autor selecionado abordar. Entretanto, prefero a opção direita alternativa em consonância com a Bolsonarização, uma vez que a nova direita foi uma expressão cunhada em contraposição a direita tradicional que seria herdeira política de partidos que apoiaram a ditadura. Como a nova direita nega o passado da ditadura, a opção pelo termo, em conformidade com o pensamento de Bolsonaro, não é apropriada. Tenta-se fazer um enquadramento, mas se reconhece que a realidade é fluida.

⁹¹ Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2018/10/Manifesto-a-Nacao-frente-evangelica-outubro2018.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2020.

pretensões políticas que ultrapassam um punhado de projetos de lei. Parece de fato disposta a influenciar toda a agenda de governo, com alguma atenção para a economia. (BOLLE, 2019, p. 84)

Bolsonaro, portanto, soube articular o debate que estava sendo travado. “‘Ética na política’ e moralização dos costumes foram se emparelhando no debate público desde o início do governo Dilma. A comunidade moral bolsonarista entrelaçou as tópicas, sobrepondo corrupção administrativa e de costumes.” (ALONSO, 2019, p. 56).

Sobre a superexposição da corrupção, Barros (2019) lembra que a crise brasileira de 2015-8 coincidiu com a operação Lava Jato, dando a impressão de que o dinheiro acabou porque os políticos roubaram. Assim, a corrupção administrativa cativou os eleitores liberais que se encantavam com o mote de “ética na política”:

[...] que rimava vencer o PT com expurgar os corruptos da gestão pública. Sou-lhes bem a estrofe que diminui o tamanho do Estado, de modo a reduzir oportunidade de “malfeitos”. Sentidos distintos assim convergiam: antipetismo, anticorrupção, antiestatismo. (ALONSO, 2019, p. 57)

Sobre a corrupção de costumes, o temor de que os jovens aprendessem igualdade de gênero e combate à homofobia, por uma contaminação ideológica, deságua em projetos como Escola sem Partido, defendido no documento FPE. Dessa forma, posso dizer que a conversão dos eleitores do petismo não se transformaram em eleitores do voto bolsonarista de forma automática e espontânea, revelando um eleitor contraditório ou “irracional”. Houve atalhos informacionais, pistas comunicacionais, mudanças culturais que foram impulsionando a virada, dando motivações valorativas e simbólicas, que uma visão meramente simplista não consegue apreender.

Ouvidos conservadores apreciaram o refrão da corrupção de costumes. Sua dissonância era com o “esquerdismo” comportamental, cristalizado nas políticas de afirmação pública de identidades e reconhecimento de direitos associados a novos papéis de gênero e padrões de família, crescidos no decorrer dos governos petistas. A visibilização compulsória dos antes invisíveis ou guetificados desconfortou grupos sociais de orientação religiosa pouco tolerante. (ALONSO, 2019, p. 57)

O eleitor conservador sempre existiu, é importante frisar. Entretanto, nas eleições recentes foi se tornando tema mais evidente. Para buscar refletir sobre este fato, parto de pelo menos dois pressupostos, embora há de se considerar que há

outras variáveis. Primeiro, o crescimento dos evangélicos, seja em números demográficos, seja em representatividade política partidária. Conforme informações de 2018 do Instituto Datafolha, os evangélicos compõem 30% do eleitorado; em 1994, eles eram 14% da população. Segundo, desde a redemocratização, políticas públicas voltadas a grupos minoritários passaram por um processo de transformação e, conseqüentemente, visibilidade e participação política, apesar de estar muito longe de uma paridade representativa, como visto nas análises de Toitio (2016).

O campo conservador foi galgando espaço na política eleitoral brasileira. O apoio a pautas anti-minorias foi se tornando discurso oficial de campanhas. E a *internet* cumpriu um papel relevante na propagação do discurso religioso fundamentalista de uma reedição de caça às bruxas, de cruzada santa em pleno século XXI. Linchamentos que não ficaram restritos apenas ao espaço digital, a discursividade, mas avançaram para perseguições e práticas concretas, apontando para sintomas de uma erosão civilizatória⁹².

No pleito de 2018, pé possível afirmar que houve uma alteração de paradigma na base ideológica da direita brasileira. É necessário, portanto, a construção de um novo mapa conceitual, abrangendo a diversidade de temas, atentando para uma nova realidade social (SCHEEFFER, 2014), expressada com a figura de Bolsonaro, que parece ter impulsionado o reposicionamento das forças sociais e a redefinição do termo direita, que foi usado não apenas restrito ao uso conceitual da Ciência Política, mas revisitado e convocado no pleito de 2018 como atalhos informacionais.

É importante, ainda, afirmar que houve uma variedade de espectros de direitas e de conservadorismos na adesão a Bolsonaro como ator político que encarnou “[...] progressivamente uma agenda neoconservadora” (LACERDA, 2019, p. 19). Acrescento que a adesão não é composta apenas de aliados com atitudes fascistas, nem neoconservadores fundamentalistas. Solano (2018) explica que o voto em políticos populistas autoritários e de extrema direita, como Donald Trump, Jair Bolsonaro ou Marine Le Pen, que oferecem respostas simplórias e, muitas

⁹² Em 2019, a mestranda em Letras da Universidade Federal do Amazonas, Cris Guimarães, foi perseguida e atacada nas redes sociais, por simpatizantes do Presidente Jair Bolsonaro, depois de ter sua foto publicada no *Twitter* do Deputado federal e filho do Presidente, Eduardo Bolsonaro. A foto fazia referência ao trabalho de Cris: “A Bolsonarização da esfera pública: Uma análise Foucaultiana sobre (RE) produção de memes a partir dos discursos de ódio nas falas de Bolsonaro”. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/brasil/mestranda-exposta-por-eduardo-bolsonaro-e-alvo-de-ameacas-e-linchamento-virtual/>. Acesso em: 08 abr. 2020.

vezes, enganosas para realidades complexas é consequência de uma vulnerabilidade existencial da pós-democracia, que leva os eleitores a um desespero ontológico, a uma sensação de medo constante, a um saudosismo conservador.

Há comunidades (no plural) de pertencimento variadas. De forma didática e ainda muito incipiente pela falta de mais materialidades, e reconhecendo que toda tentativa de nomeação e de generalização apresenta limitações, a nova direita – uma expressão cunhada em contraposição a direita tradicional, herdeira política de partidos que apoiaram a Ditadura Civil-Militar –, geralmente, é filiada ao pensamento liberal-conservador, de matriz britânica, que era representada principalmente pelo PSDB⁹³.

Olavo de Carvalho, abordado no tópico anterior, pode ser posto como um influente representante de uma direita alternativa, que vem se construindo e se declarou, no Brasil, com a candidatura de Jair Bolsonaro para a Presidência da República, em 2018.

Solano (2018), com base em estudos bibliográficos, traz uma reflexão sobre a direita alternativa, que segundo pesquisadora se declara politicamente ao mundo depois da eleição do Presidente americano Donald Trump. Para tanto, um conjunto de características são elencados:

[...] que vale a pena destacar: o combate direto a questões identitárias (antifeminismo, por exemplo) como defesa de uma identidade masculina, heterossexual e cis, claramente antipluralista, que parece estar sob ataque; o combate ao conhecimento científico, a utilização de fak-news e a exploração do senso comum na dinâmica da pós-verdade demagógica, que entende o adversário político como inimigo a aniquilar; narrativas antipolíticas e estimulação do descrédito institucional e político e o sentimento de repúdio e vergonha (a política não serve, a política é corrupta, suja) e apresentação como anti-mainstream, outsiders e anti-establishment; utilização do discurso de ódio legitimado como sendo liberdade de expressão; banalização do ódio ou apresentando-o com roupagem juvenil, folclórico, “memeficado”; proximidade com os “perdedores da globalização”, as classes médias e também as classes populares, estas últimas que, tradicionalmente, votaram em partidos de esquerda, mas que hoje se sentem traídos por estes mesmo partidos; teatralização, utilização das redes sociais como canais de comunicação e proximidade com a população; utilização de uma narrativa combativa contra as elites políticas e construção do discurso meritocrático do self-made man da centralidade do trabalho

⁹³ João Dória, eleito governador de São Paulo, no pleito de 2018, radicalizou o discurso, afastando-se do conservadorismo liberal para se aproximar da estratégia de Bolsonaroização, a fim de angariar votos, aderindo ainda a casadinha Bolsória. Isto é, a junção de Bolsonaro e Dória.

e esforço individuais. (DROLET, 2014; HAWLEY, 2017; URBAN, 2014 apud SOLANO, 2018, p. 9-10, grifo do autor)

Sistematizando alguns dos pontos salientados, por Solano (2018), pode-se destacar que algumas características foram encontradas na eleição presidencial de 2018, como: 1) o combate ao pluralismo, especialmente de gênero e da diversidade sexual, como pode ser averiguado na pesquisa realizada pelo IDEIA Big Data/Avaaz que divulgou que 83,7% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram no *kit gay*⁹⁴, e um mês antes das eleições, em setembro de 2018, de acordo com o *Google Trends*, o *kit gay* teve a maior quantidade de busca até então registrada; 2) a disputa de narrativas explorando o senso comum, a pós-verdade, as *fake news*, conforme pesquisa realizada pelo jornal britânico *The Guardian*, Bolsonaro foi beneficiado por *fake news*, em uma amostra de 11.957 mensagens analisadas, 42% dos conteúdos, com viés de direita, possuíam informações falsas, enquanto os de conteúdos de esquerda apresentaram 3% de falseamento⁹⁵; 3) a estimulação paradoxalmente política da antipolítica e a busca por *outsiders* como demonstra a pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos, a pedido da UFPE, em que 82% dos entrevistados relataram rejeitar os velhos políticos e asseguraram que buscavam candidatos fora do *establishment*⁹⁶; 4) o crescimento do discurso de ódio como liberdade de expressão, banalizando o ódio em uma linguagem supostamente bem humorada, apontado pelo levantamento da ONG *Words Heal the World* afirmando que o Brasil registrou 12.098 crimes de ódio em 2018⁹⁷; e uma das principais novidades 5) a utilização das redes sociais como canais de comunicação, como a publicação do Poder 360 que alega que em 9 meses o número de seguidores de Bolsonaro cresceu 90%, embora também a mesma notícia indique que 33,8% dos seguidores, até aquele momento, fossem *bots* (programas de computadores criados para exercerem determinadas funções)⁹⁸, enquanto o jornalismo profissional passava por um processo de descrédito e perseguição, conforme a Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo

⁹⁴ Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/pesquisa-mostra-que-84-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditam-no-kit-gay/>. Acesso em: 07 jan. 2020.

⁹⁵ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/10/31/pesquisa-the-guardian-fakenews-jair-bolsonaro-eleicoes-onyx-lorenzoni.htm>. Acesso em: 07 jan. 2020.

⁹⁶ Disponível em: <https://istoe.com.br/os-outsiders-estao-em-alta-para-2018/> Acessado em 07/01/2020.

⁹⁷ Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2019/10/21/brasil-registra-mais-de-12-mil-crimes-de-odio-em-2018/>. Acesso em: 07 jan. 2020.

⁹⁸ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/em-9-meses-numero-de-seguidores-de-bolsonaro-cresceu-mais-de-90/>. Acesso em: 07 jan. 2020.

Investigativo), o Brasil registrou, no ano eleitoral de 2018, 137 agressões contra jornalistas, sendo 62 agressões físicas e 75 ataques e ameaças *online*⁹⁹.

Desse modo, percebe-se que essa direita alternativa internacional, retratada por Solano (2018) e por Lacerda (2019), como nova direita, também pode ser visualizada a partir da simbiose com o neoconservadorismo brasileiro contemporâneo, que, mais do que um movimento, trata-se de um modo de pensamento. Um neoconservadorismo que tem pontos de regularidades, pois não é algo surgido de repente, nem muito menos um fenômeno do passado que se apresenta anacronicamente. Há também pontos de fuga, peculiaridades, vindos, sobretudo, do impacto do mundo *online*, do horizonte neoliberal, do combate a questões identitárias, do extremismo da direita, das violações democráticas e constitucionais etc.

Nas palavras de Lacerda (2019),

A nova direita é aquela em torno da família tradicional, do anticomunismo e do militarismo; e de valores de mercado, nesse aspecto com várias nuances. Diferente de outras articulações conservadoras, o eixo de gravidade do neoconservadorismo norte-americano - e do novo conservadorismo brasileiro - é a atuação da direita cristã baseada na ideia de que a família - e não o Estado - é a resposta para toda ordem de disfunções sociais. Outro diferencial é uma dinâmica específica de reação. Quando os movimentos feministas e LGBT ganharam espaço na sociedade e chegaram a ter algumas demandas institucionalizadas, a reação a essas pautas, justificada na defesa da família tradicional, passaria a ser o eixo dessa ação política cada vez mais radicalizada. Isso nos Estados Unidos há quarenta anos e contemporaneamente no Brasil. (LACERDA, 2019, p. 17-18)

A partir da exposição até aqui apresentada, é possível afirmar que a diferença substancial da direita alternativa brasileira é a popularização do extremismo de direita, a partir da filiação ao neoconservadorismo e aprofundada por políticos como Bolsonaro, que reatualiza a linguagem e a estética autoritária, popularizando-as. Diferentemente da nova direita, que negava qualquer filiação com a Ditadura Civil Militar de 1964, a chamada por nós de direita alternativa brasileira reivindica o título de direita, como se este fosse um título surgido a partir de Olavo de Carvalho e Bolsonaro.

⁹⁹Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/em-2018-137-jornalistas-sofreram-agressao-ou-ameaca-ao-cobrir-eleicao/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Na interpretação desse grupo, antes deles, o Brasil só tinha, no máximo, socialdemocracia e todos os partidos, declarada ou não declaradamente, eram de esquerda, com presumidos ideais socialistas/comunistas de destruição da propriedade privada (por isso, a criminalização dos movimentos MTST, MST), da família (por isso, a necessidade do Estatuto da Família¹⁰⁰, da Escola Sem Partido, da Cura Gay¹⁰¹), da religião (por isso, o “Estado é cristão”, nas palavras de Bolsonaro). Uma estratégia narrativa na qual se estabelece uma leitura linear da realidade, de fácil apreensão por sua divisão maniqueísta entre bons e maus. Uma seleção dos inimigos públicos a serem combatidos.

Georg Wink (2018) alega que, no Brasil, diferentemente de outros países, a nova direita (que neste trabalho chamo de direita alternativa brasileira) envolve um maior número de agentes políticos e sociais como, por exemplo, as principais igrejas pentecostais e neopentecostais; os neointegralistas, que em 2004 fizeram o seu primeiro congresso depois de anos; parte das forças repressivas; os monarquistas com seu poder de influência sobre a mídia social; os empresários; os ideólogos ao modo de Olavo de Carvalho; o apoio de uma infraestrutura internacional instituída com muito poder político, midiático e financeiro, como o *Millenium*, o *Mises* e o *Liberal*, que estão por trás de movimentos como o MBL, os *think tanks*; além do contexto de vulnerabilidade brasileira como a desestabilização do consenso democrático (o *impeachment*) e, conseqüentemente, recessão e desemprego.

Como a direita alternativa brasileira é composta de partidos, majoritariamente, sem densidade política significativa como o PRTB, PR, PSC, PSL, Patriotas, quer-se passar a ideia de que são *anti-mainstream*, *anti-establishment*, *outsiders*, lançando proposituras de pastores, monarquistas, agentes de segurança pública, jornalista, general das Forças Armadas, capitães reformados do Exército etc. É necessário ressaltar que esses partidos nem sempre se apresentaram ideologicamente como neoconservadores e aliados a uma direita extremista. Caldeira Neto (2016) lembra

¹⁰⁰ Pretende limitar o conceito de família ao modelo patriarcal, afetando, com isso, a legalização da união estável entre pessoas do mesmo sexo, a adoção de filhos por casais homoparentais etc.

¹⁰¹ “O fato que deu maior visibilidade ao conflito entre fundamentalismo e movimento LGBT, exacerbando-o, foi a aprovação de um projeto de lei que permite o tratamento psicológico para a homossexualidade (e, também, a bissexualidade e a transsexualidade), numa votação presidida por Feliciano. O projeto, que foi apelidado de cura gay, era de autoria de João de Campos e suspendia trechos de uma resolução de 1999 do Conselho Federal de Psicologia, que proibiam os profissionais de participarem de serviços que propusessem o tratamento e cura das homossexualidades e de emitirem opinião pública que classifique homossexuais como portadores de desordem psíquica.” (TOITIO, 2016, p. 194).

que a “viragem” à direita do PRTB de Levy Fidelix e do Vice-Presidente do Brasil eleito no pleito de 2018, General Hamilton Mourão, tem como marco a eleição de 2014, cuja retórica do candidato à presidência, Levy, foi pautada pelo neoconservadorismo e o moralismo, em defesa da família heteronormativa.

À época, sob o lema “Endireita Brasil”, ainda com uma pequena repercussão e visibilidade, encampando uma profunda resistência às políticas afirmativas dos LGBTQIAP+; pleiteou a narrativa da Ditadura Civil-Militar de 1964 como “revolução” e baseou-se em teorias conspiratórias, de referencial “olavete”, como a de que o programa “Mais Médicos” era composto de agentes revolucionários cubanos. Desse modo, o PRTB passou de caricato para ocupar um lugar na alocação do campo político, em uma estratégia que surtiu efeito: 58.000 votos em 2010, 446.878 em 2014 (CALDEIRA NETO, 2016) e 57.797.847 em 2018, com a coalizão com o PSL¹⁰², resultando na vitória de Bolsonaro.

Bolsonaro expressa, desse modo, a direita que empunha as bandeiras mais conservadoras nos costumes e mais reativas às mudanças sociais e de comportamento no mundo moderno; a direita que contesta liberdades civis e direitos individuais; que se anima com ares de inteligência e originalidade toda vez que repete clichês como “direitos humanos para humanos direitos”. Um segmento social mais crítico, avesso à democracia e defensor do que prefere chamar de “movimento revolucionário de 1964”, repudiando a expressão “golpe civil-militar” – que de fato ocorreu, controlando o Estado brasileiro por 21 anos. E que se apresenta, assim, com tamanha crueza de sentimentos quando tangencia o deboche ao considerar “heróis” torturadores conhecidos do regime militar, período entendido como “uma guerra interna”. (MELO, 2019, p. 215)

É importante frisar que a construção do inimigo, na discursividade das imagens heroicas não é um fenômeno novo. A radicalização não é inaugurada em 2018. Bolsonaro também não inaugurou uma retórica abertamente violenta em 2018. O Brasil sempre contou com uma direita reativa, fundamentalista, violenta. Bolsonaro sempre existiu. Mas 2018 foi a confluência de dinâmicas sociais. Os processos se aglutinaram. A direita estava em latência e Bolsonaro dá o fôlego de vida, passando a ser a referência.

Por hora, é possível concluir que a construção narrativa de que os partidos tradicionais são corruptos, profissionalizantes, burocráticos, cartelizados, mercenários e, principalmente, articulados com a ideia de ameaça de esquerda

¹⁰²Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/10/29/tse-conclui-votacao-jair-bolsonaro-teve-pouco-mais-de-55-dos-votos.ghtml>. Acesso em: 20 dez. 2018.

(comunismo) que, portanto, era o momento de mudar, apresentou um impacto na cartografia do Congresso eleito em 2018. O PSL, uma sigla pequena, mudou a correlação de forças na Câmara Federal e tornou-se a segunda maior representação partidária, com 52 Deputados Federais e 4 Senadores da República, antes do pleito de 2018 não tinha nenhum Senador e havia eleito, em 2014, apenas 1 Deputado Federal. Um dos processos de maior renovação do Congresso nacional dos últimos vinte anos, segundo levantamento do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap)¹⁰³.

O PSDB e o MDB, siglas influentes nas decisões das pautas do Congresso, encolheram 46% e 48%, respectivamente¹⁰⁴. Já o PT, apesar de todos os ataques das direitas e de seu principal líder estar preso condenado por corrupção (durante a eleição em pauta), continuou a ser o maior partido progressista do País, no Parlamento, e parece que não perdeu a conexão ideológica, emocional e psicológica, resistindo com o segundo lugar no pleito de 2018, para o cargo da presidência da República, fato este que merece ser mais bem aprofundado teoricamente.

Vale destacar ainda que, apesar de toda essa classificação, não se pode omitir o fato de que a polaridade direita *versus* esquerda e sua relação com o neoconservadorismo e o capitalismo não são compreendidas por toda a sociedade brasileira, seja pela pouca politização e grau de instrução (posso citar a Sociologia como um componente curricular que só recentemente foi adicionada na Educação Básica, especificamente no Ensino Médio e, vale salientar, constantemente atacada), seja pela falta de tempo para se informar, de interesse pela temática, por várias motivações etc. Além da ausência de uma Educação Midiática, de uma educação de base e dos movimentos populares, voltadas para o exercício da cidadania em seu sentido pleno, na qual os cidadãos participam, efetivamente, das decisões políticas que os afetam diretamente.

Sendo assim, há uma parcela do eleitorado que é personalista, ou seja, impulsiona-se mais por causas concretas do que por referências ditas

¹⁰³ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/taxa-de-renovacao-da-camara-dos-deputados-foi-maior-em-20-anos>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁰⁴ Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/politica/a-eleicao-que-transformou-a-politica-brasileira?utm_campaign=newsletter_rd_-_30102018&utm_medium=email&utm_source=RD+Station. Na reportagem ainda é salientado que o PSL se tornará, em 2019, uma das siglas mais ricas, avançando, sobretudo, sobre o MDB e o PSDB. Vai contar com a maior fatia do fundo partidário, além do segundo maior tempo de TV. Acesso em: 18 dez. 2018.

pretensamente ideológicas e partidárias, mesmo que as causas concretas também sejam ideológicas. Entretanto, parece-me que há um ponto de identificação que uniu boa parte da comunidade simbólica desses espectros da direita: a pauta moral. A relação com o Liberalismo foi apenas um pano de fundo para atrair outro espectro dos eleitores.

De qualquer forma, não creio que se possa dizer que Bolsonaro seja como que um “produto” do neoliberalismo. No estado atual das coisas, não diria nem mesmo que ele é um neoliberal. É um neoautoritário, um fundamentalista cristão com um projeto autocrático *sui generis*, que fez um acordo com os neoliberais. (FAUSTO, 2019, p. 152)

Assim o neoautoritário, segundo Fausto (2019), com disposição em manter as estruturas de opressão, em nome dos “valores da maioria”, especificamente contra o *kit gay*, é uma das causas que compõe a construção da imagem cognitiva, afetiva, simbólica e performática de Jair Bolsonaro e, conseqüentemente, dos bolsonaristas, que agora se tentará aprofundar um pouco mais.

6 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA DE JAIR BOLSONARO: REFLEXÕES TEÓRICAS E EMPÍRICAS

Em um passeio pela produção acadêmica, não é raro encontrar pesquisas que tratem o Ex-Presidente Luís Inácio Lula da Silva com a imagem do nordestino, de origem pobre, metalúrgico, proletário, sindicalista, que acumulou um capital simbólico político de herói, mito, vencedor, líder carismático (BEZERRA, 2011). Embora se tenha, por parte da mídia dominante, um esforço massivo, para desconstruir a imagem positiva que o Ex-Presidente acumulou, durante sua trajetória política.

Depois de três tentativas frustradas para o cargo presidencial, Lula chegou ao Palácio da Alvorada, em 2002, rompendo com uma tradição do governo presidencial nas mãos de um conglomerado político composto apenas pela elite. Além disso, apresentava uma plataforma política dita de esquerda, com defesa à “causa trabalhista”, aos movimentos culturais e sociais, à intervenção na Questão Social, instaurando programas sociais que, de certo modo, distanciaram-se das práticas até então empreendidas.

Rubim (2003) lembra que na eleição para Presidente, em 2002, as sondagens de opinião e os emblemas mais potentes colocavam o então presidenciável Lula através da imagem que personificava a esperança da mudança. Houve um esforço da campanha para mostrar e demonstrar que havia um programa de governo qualificado e uma equipe competente para gerir o País. A radicalidade e a falta de preparo foram imagens que se dissiparam para a fórmula “Lulinha paz e amor”, ou seja, um articulador, negociador, estadista competente e, portanto, o quase abandono à propaganda negativa e aos ataques contra os adversários.

É importante frisar que “[...] o medo de apostar em um homem comum, em um igual; de arriscar, de acreditar e, enfim, de optar pela mudança” (RUBIM, 2003, p. 62) povoava o imaginário popular. Mas a aposta foi dada e, em seu segundo mandato, Lula chegou ao último mês de mandato com uma popularidade recorde de 87%, segundo pesquisa do Ibope encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI¹⁰⁵).

Tudo isso assegurou a Lula (ao petismo e ao lulismo) um índice de popularidade recorde e a continuidade de sua plataforma política, com o segundo

¹⁰⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em: 25 nov. 2020.

mandato, em 2006 e, sucessivamente, com a influência na eleição da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, em 2010 e 2014, mesmo com sistemáticas notícias de corrupção, a exemplo do Mensalão e, posteriormente, da Lava Jato, veiculados pelos meios de comunicação.

Lima (2016), em uma análise sobre a misoginia, estereótipos e relações de gênero da imagem pública da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, destacou, naquele momento, na figura da primeira mulher eleita à presidência do Brasil, um arquétipo de uma nova sociedade, pondo em xeque a ordem estabelecida. Todavia, a nova sociedade não se constituiu como uma conciliação de classe tão esperada, unindo as demandas das classes, das raças, dos gêneros.

As camadas do autoritarismo brasileiro com sua história de escravidão, racismo, patrimonialismo, corrupção, desigualdade social, violência de raça, de gênero e de sexualidade apresentaram-se como fantasmas do presente (SCHWARCZ, 2019), clamando para a recomposição dos mitos, para o apelo à ordem, para o retorno a um fantasioso do passado idílico de paz, ordem, harmonia e unidade.

Assim, a coalizão entre as forças da chamada direita alternativa brasileira e do neoconservadorismo foram, paulatinamente, manifestando-se nas redes e nas ruas, trazendo novas luzes sobre uma renovada cartografia epistemológica que se apresentava, em uma simbiose de práticas, de empréstimos, em que os Movimentos Sociais clássicos, por exemplo, como genuinamente de esquerda, agora são contracenados por movimentos de direita, como o MBL. A arregimentação e o engajamento não estavam mais no domínio apenas das estruturas institucionais, sobretudo dos partidos, dos sindicatos, das instituições tradicionais, mas passaram a ser convocados também pelas mídias sociais *online*, pelo e-leitor, dando sentimento de empoderamento às massas, na sensação de que o povo, como gigante, havia acordado.

Ilustração 21 – Protagonismo, lazer e afetividade: as coreografias pró-Bolsonaro



Fonte: <http://reporterpopular.com.br/a-era-da-sandice-profunda-tres-origens-identificadas/>. Acesso em: 20 jan. 2021

A estética tornou-se uma fonte de *performance* na qual as danças coreográficas Pró-Bolsonaro eram contracenadas por personagens masculinos e femininos, de cara pintada pelas cores verde e amarela, com figurinos da CBF ou roupas personalizadas, adotadas como a representação semiótica do povo brasileiro, apaixonado pela nação, pelo futebol e também pela política. Assim, essa semiose, além de gerar afetividade, protagonismo e momento de lazer, comunicava sobre a simbologia da Pátria, sendo profícua para o manejo do binarismo nacionalista *versus* globalista, nacionalista *versus* comunista, tão caro ao guru Olavo de Carvalho e a sua trupe Bolsonarista.

A estética da retórica também se metamorfoseou, em 2018. A prática do *Kitsch* político, como o falar bonito, da distinção que caracterizava a arena política, das ideias homogeneizantes, das visões minimalistas, logo universais, para facilitar a apreensão da ideologia, agradar a maioria e esquivar-se de situações “problemáticas”, manifestou-se em um jogo político de fuga do consenso, do apaziguamento e uma busca pela polêmica para testar a opinião pública, voltando atrás sempre que lhe era conveniente, além da polaridade, do quanto mais os papéis estão simplificados, unidimensionais, definidos e delimitados, melhor.

Esse tipo particular de polarização responde a estímulos que levam as pessoas a sentir que pertencem a um grupo com identidade própria e antagônica a outro, em um contexto de perda generalizada de referências. A radical separação entre “nós aqui” e “eles lá” alimenta uma visão do outro fortemente estereotipada, preconceituosa e belicosa. (ABRANCHES, 2019, p. 20)

Nesse cenário, o apelo para o *retorno* à ordem estabelecida, sobretudo na figura da célula da sociedade: a Família, que passou a ser uma das tônicas nos

discursos propagados no *ciberespaço*, nos espaços do Poder Legislativo (vide as justificativas dos parlamentares na votação do *Impeachment* da Ex-Presidenta Dilma Rousseff¹⁰⁶), nas Escolas sem Partido¹⁰⁷. A busca por (ou o retorno à) uniformidade cultural, que tenta ratificar um único modo de viver dominante e cristalizar uma (no singular) ordem social naturalizada, quiçá sacralizada, foi capitalizada por Bolsonaro como um modelo perceptivo de composição de sua imagem e, com isso, como estratégia política.

Assim, na busca pela imposição da imagem, pelo modo de ser visto, ouvido e lembrado, a “ecologia da aparência” foi se materializando na tópica de menos discurso e mais imagens, mais *memes*, mais *posts*, mais imagens-devires. Isso proporcionou mais visibilidade, mais audiência, mais protagonismo, mais atenção, em uma estratégia comunicacional que retirava, paulatinamente, a hegemonia da televisão, como a preponderante mediadora do debate político e da vitrine da visibilidade pública para levá-la para as mídias sociais digitais. Bolsonaro soube se posicionar na *internet*, compreendeu a dinâmica desse espaço, adotou a linguagem que viraliza, com o uso de frases curtas e, grande parte das vezes, polêmicas, “falando o que pensa”, produzindo efeitos apelativos aliados ao repertório conservador, como anseio de parte da população brasileira.

Com isso, concentrou a audiência na *internet* a partir da construção narrativa de que se estava diante de um espaço contra hegemônico, não mediado pelo aparelhamento ideológico esquerdista de dominação cultural das massas e, com isso, foi capitalizando os discursos, as indignações, os medos que estavam difusos, formando um tecido, performaticamente, coerente, para o pleito de 2018, embora ainda pouco compreendido por alguns estudiosos da cultura, da sociedade, da política.

Assim, a busca pelo novo, pelo diferente e, ao mesmo tempo, daquele capaz de enfrentar o sistema e as instituições de dentro eram um capital político de grande relevância. Para isso, era importante força, determinação, virilidade, atributos que

¹⁰⁶ Dos/as 367 Deputados/as que votaram a favor do processo de Impeachment, todos/as usaram referência em nome da família e da moral do país. Foram 511 votos ao total. 137 contrários ao impedimento, 7 abstenções e 2 ausências. (DANTAS, 2016, p. 42, grifo nosso).

¹⁰⁷ “O Programa Escola sem Partido, ou apenas Escola sem Partido, é um movimento político criado em 2004 no Brasil e divulgado em todo o país pelo advogado Miguel Nagib. Ele e os defensores do movimento afirmam representar pais e estudantes contrários ao que chamam de ‘doutrinação ideológica’ nas escolas”. Disponível em: <https://www.escolasempartido.org/>. Acesso em: 30 nov. 2020.

foram vistos em Bolsonaro. Logo, aquele que nunca concorreu a cargo majoritário, não tinha atuação política significativa, mesmo estando nela desde a década de 1980, nem tinha espaço nos principais meios de comunicação, como a Rede Globo, não entendia de temas, sobretudo na área econômica, eram características lidas pelos analistas da política como o calcanhar de Aquiles de Bolsonaro. Todavia, para os seus e-leitores a sua suposta “fraqueza”, na visibilidade política, era paradoxalmente a sua maior qualidade, aquilo que o tornava diferente: menos político e mais igual a gente.

Dessa forma, um pacto de leitura se acionava no imaginário social. A imagem mental, socioculturalmente construída do líder, quase “imaculado”, que estava no mundo da política, mas que não a pertencia, pois não fazia parte dos esquemas vistos como corruptos e vergonhosos, divulgados pela mídia hegemônica, logo uma figura limpa (ficha limpa) e que, acima de tudo, era “virtuoso” por aparentar entender o tema mais importante: a moralidade cristã. Foi um processo de subjetivação que se fez no social, que fez sentido para muitas comunidades de pertencimento, cujo desdobramento foi a busca de uma cidadania do “cidadão de bem” cristão-heteronormativo.

Essa construção de uma cidadania religiosa (judaico-cristã) e, conseqüentemente heteronormativa, foi uma estratégia ativa de comunicação e disputa de imposição de imagem, cuja motivação teve como matéria a agenda comportamental, que, a meu ver, regeu a eleição presidencial de Bolsonaro em 2018, usando o a defesa da família contra o *kit gay* como frase lapidar retórica, antes e durante toda a campanha, tornando-a ponto de identificação de uma comunidade de pertencimento.

Para continuar a compreender, um pouco mais, como a identidade conceitual do trigésimo oitavo Presidente da República Federativa do Brasil foi se construindo, sobretudo de 2016 a 2018, apresento mais algumas chaves de leituras interpretativas, sobretudo, de como as propulsões da Bolsonarização e da cidadania religiosa heteronormativa vão sendo desenhadas.

6.1 AS CONJUNTURAS QUE IMPULSIONARAM A BOLSONARIZAÇÃO

Em 2016, segundo reportagem da Revista mensal Super Interessante, a palavra mais reiterada pelas narrativas das Mídias e da cotidianidade foi o

enunciado crise¹⁰⁸ e seus derivados em crise econômica, crise financeira, crise política, crise moral, crise hídrica, crise democrática etc. Em todas essas crises, a política tem um lugar *sui generis*, pois é nela que todas as outras vão desaguar.

A indústria da crise econômica, da qual a mídia se debruçou para a composição narrativa do *Impeachment* que depôs a Ex-Presidenta Dilma Rousseff, foi amalgamada à narrativa da crise ética e moral na política, com a construção imagética de muito dinheiro público sendo jorrado pelo “cano da corrupção”, em um dos jornais de audiência mais significativa da televisão brasileira, o Jornal Nacional, da Rede Globo de televisão. Áudios de chefe de Estado, parlamentares, “representantes do povo”, divulgados em rede nacional, na televisão aberta e em horário nobre, eram tidos como a “prova cabal” de um estado patogênico de corrupção na política partidária, cuja chefia era dirigida pelo Partido dos Trabalhadores, especificamente por Lula, e “desvendado” pela Operação Lava Jato.

Carrato e Santana (2018) analisaram, em mais de 200 edições do Jornal Nacional, os movimentos de produção de sentido e a construção de estratégias discursivas para compreender como seriam trabalhadas no cenário eleitoral, pós-deposição de Dilma. A discursividade dominante, no JN, foi do padrão crescente e diário do Ex-Presidente Lula, agendado, editado e apresentado aos telespectadores no enquadramento imagético e simbólico da corrupção, através de uma superexposição que parecia alimentar a retórica dedutiva de que tudo de ruim era culpa do PT e da esquerda que chegaram ao poder e “traiu” o povo brasileiro. Além disso, era culpa também dos partidos políticos, da política tradicional e do sistema. Tudo isso apresentado em uma lógica da notícia, da qual se aproximava da estética literária – novelas e séries televisivas: uma trama contínua que se divide em capítulos ou atos, para uma construção, tipologicamente, narrativa.

É preciso ficar bem claro que o *JN* não está fazendo (se é que algum dia efetivamente fez) puramente jornalismo. Ele está tentando criar um repertório coletivo, recorrendo à memória discursiva, modalizando o dizer, com estratégias muito bem construídas do ponto de vista discursivo, para substituir a percepção e a memória que os telespectadores têm dos fatos. Dito de outra forma: o *JN* está tentando reescrever a história do Brasil, de acordo com os interesses da família Marinho e da elite dominante brasileira (e de seus apoiadores externos). Esses aspectos são fundamentais para

¹⁰⁸ Confira a reportagem da Superinteressante sobre as expressões mais usadas em 2016 <http://super.abril.com.br/comportamento/as-palavras-e-expressoes-mais-utilizadas-em-2016/>. Acesso em: 23 jan. 2017.

podermos mostrar como, enfim, a discussão de temas relevantes no cenário nacional é circunscrita no e pelo *JN*, visando a determinadas interpretações e problematizações. Afinal, o que está circunscrito opera dentro de quadros e enquadres limitados, delineados, produzindo determinados sentidos. (CARRATO; SANTANA, 2018, s/p.)

A desilusão com a política e com o sistema, explorada e alimentada ao máximo pelo ativismo midiático (sem esquecer-se do judicial), propiciou a formação da opinião pública, através de um repertório coletivo e, em consequência, conseguiu modular o comportamento do eleitor, ao direcionar a cadeia dos sentidos. “A mídia, em especial a televisiva (principal fonte de informação do brasileiro, em que se destaca o *Jornal Nacional*, com cerca de 70% de audiência), é um poderoso elemento que atua na forma como as pessoas passam a perceber a realidade.” (CARRATO; SANTANA, 2018, s/p.). Assim, é importante ter a compreensão de que as mídias não apenas enunciam, noticiam, reportam, porém elas operam textualmente com intencionalidade, intertextualidade, situacionalidade etc. (próprias de toda produção textual sociocomunicativa) a fim de conduzir a interpretação em determinado sentido, direção, intencionalidade.

Destarte, são muitos os aspectos que podem ser abordados para as análises das mídias como meios de comunicação e mediação da realidade. A exposição, aqui apresentada, trata-se apenas de exemplificação para contextualizar como a produção de sentido em torno do antipetismo foi se moldando. Não se começou com o *JN*, nem tem apenas o noticiário como produtor narrativo. As linhas que compõem essa teia são múltiplas.

A mídia ajuda na formação da opinião pública. Por ela, os modos e as modulações de ver, de ouvir, de perceber são mediados pelas experiências sociais, culturais e econômicas. Desse modo, a opinião construída não é aleatória, irregular ou ilógica, como pontua Almeida (2008), mas se rege por padrões. Na política partidária presidencial brasileira, por exemplo, o padrão mostra que o político que está bem avaliado socialmente alcança vitória e elege seu sucessor. O que não era o caso do PT, na eleição de 2018.

Em 2018, o IDEIA Big Data realizou uma pesquisa nacional em que perguntava qual era o primeiro nome de político(a) corrupto(a) que vinha à cabeça? Somando 79% das respostas estavam Lula, Aécio Neves e Michel Temer. Um sinal claro que PT, PMDB e PSDB estavam contaminados no imaginário popular. Paulo Maluf, lembrado por 3% dos entrevistados, passava oficialmente para o tribunal de

“pequenas causas” na cabeça dos eleitores. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 48-49)

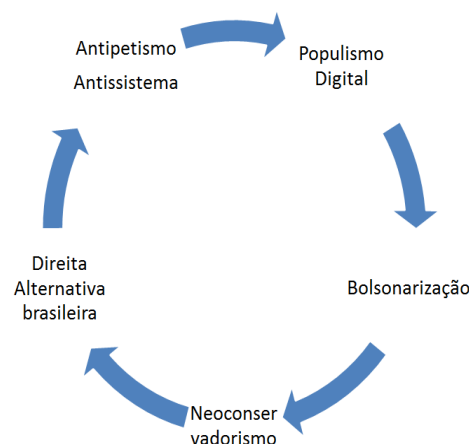
Na cabeça do eleitor¹⁰⁹, a política tradicional estava desgastada e em crise aguda, do PT ao PSDB, narrados como duas faces da mesma moeda, farinhas de um mesmo saco. Era necessário alguém novo, com a missão da diferença, que representasse o vazio deixado pela Lava Jato. Do outro lado, na mídia social *Facebook*, por exemplo, a página oficial do então Deputado Federal Jair *Messias* Bolsonaro, em uma busca realizada em 09 de setembro de 2016, já apresentava 3.330.334 seguidores, sem contabilizar as outras inúmeras redes sociais de comunicação e as páginas não oficiais feitas, por exemplo, por e-leitores dessas mídias.

Nesse cenário, Bolsonaro apresentava-se como um candidato com identidade. O eleitorado tinha uma imagem clara de um candidato oposicionista, como aquele que tinha musculatura para tirar o PT do poder. Apesar de alguns eleitores discordarem do modo irascível do político, na resolução de certos problemas, apegaram-se na ideia do candidato como sinônimo de cuidado social, pois enfrentaria a corrupção dos partidos, da política, da moral, dos costumes, administrando sem o “toma lá dá cá”, expressão repetida exaustivamente.

Além disso, era possível encontrar, também no *ciberespaço*, a construção de Jair Bolsonaro com características messiânicas, como já abordadas nesta tese. A construção do capacitado pelo poder divino, o líder carismático que poderia unificar os povos, solucionar os problemas, enfrentar a perseguição, esteve a “beira” da morte, mas sobreviveu, vai povoando o imaginário, através da espetacularização da política e da vida privada, da “ecologia das aparências”, do especular que encontram ancoragem na figura de líderes salvadores, presentes em muitos momentos de nossa historiografia brasileira. Dessa forma, uma cadeia de temas vai se retroalimentando, nutrindo-se, como no quadro que propus, a seguir.

¹⁰⁹ “Apenas para ilustrar, vale a pena ver quais os fatores que comanda a cabeça do eleitor: 1) Um governo com boa avaliação, que tenha recebido, por exemplo, 60% de ótimo e bom; 2) um candidato governista de carteirinha, que tenha sua identidade muito clara para o eleitor; 3) ter grande popularidade com o eleitorado; 4) reunir um bom número de realizações concretizadas; 5) prometer resolver o principal problema da população; 6) não ter nenhum forte motivo para ser rejeitado pelo eleitorado. Consequência: esse candidato não tem como perder uma eleição.” (ALMEIDA, 2008, p. 21).

Ilustração 22 – Temas intrínsecos à imagem pública de Jair Bolsonaro



Fonte: Acervo da autora

Nesse cenário de antipetismo, de neoconservadorismo, de uma direita que sai do armário, movimentados pelo populismo digital de um político antipolítica (já abordados nesta tese), ajudam na propulsão da Bolsonaroização. E o então Deputado soube se posicionar. Compreendeu as pistas que se davam socialmente e embora uma boa parte da população brasileira não seja muito informada politicamente, a opção do voto, normalmente, dá-se em um conjunto de informações, de discursos que estão circulando e sobrepõem-se a partir de mediações (culturais, comunicacionais, etárias, sociais) diversas.

Sendo assim, o candidato que tiver sua imagem mais próxima do perfil ideal, junto ao eleitorado, tende a vencer as eleições (CARREIRÃO, 2002). Uma pesquisa de amostragem feita pelo IBOPE, com 2.000 pessoas em 127 municípios, no período de 7 a 10 dezembro de 2017, e divulgada em 13 de março de 2018, indagou aos entrevistados sobre as características pessoais mais valorizadas em um candidato. Ser honesto, não mentir em campanha, não se envolver em corrupção, transmitir confiança foram as expectativas de destaque¹¹⁰.

Em sintonia com o “desejo” das ruas e da voz do povo, Bolsonaro foi se instituindo como o mito inventado, como uma tradição de destemido, autêntico, que enfrentou um Congresso corrupto sem se manchar. É honesto a ponto de reconhecer e admitir, publicamente, que determinados temas, como economia, não

¹¹⁰Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/03/pesquisa-ibope-revela-expectativa-dos-brasileiros-para-eleicoes.html>. Acesso em: 24 fev. 2020.

lhe é de domínio. Tem honradez e coragem de mostrar sua posição consolidada no que ele chama de trivial: o viés ideológico, a ideologia de gênero, a família, o movimento social. E os pontos negativos de Bolsonaro? Pouco importava. A clareza com a qual sua identidade ia sendo posta para o público escamoteava as suas vulnerabilidades, que eram muitas, vale destacar.

Em entrevista à jornalista Mariana Godoy (MG), no programa de televisão aberta RedeTV!, Bolsonaro apresenta-se como político firme, que não fala apenas para agradar, mas se posiciona, principalmente em alguns temas que lhe são caros, como se pode observar abaixo.

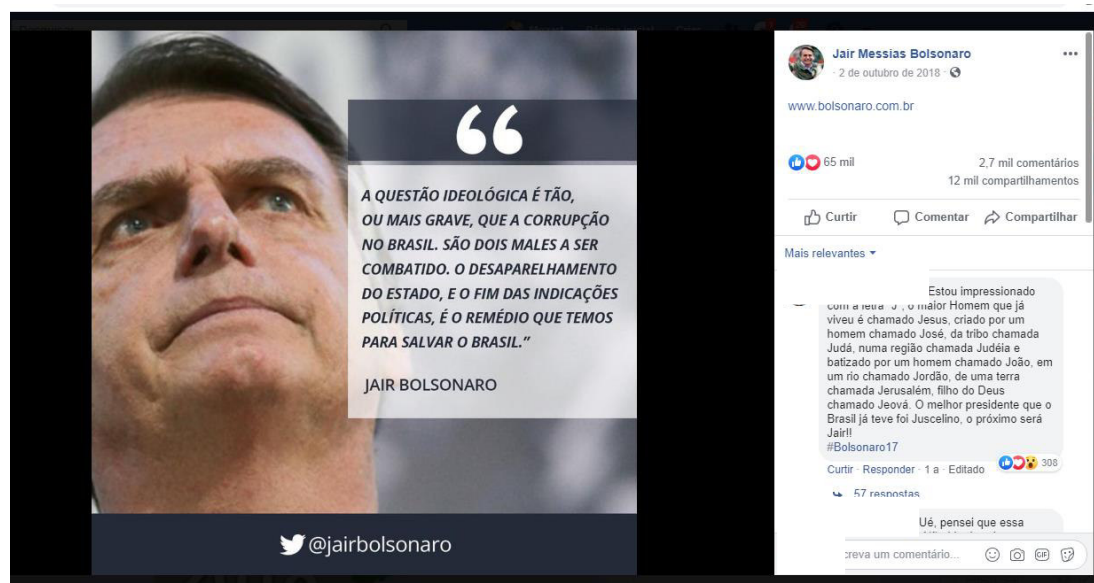
MG: É o senhor tem uma... Essa polêmica lhe favorece, né? Você cresce, quando bate, cresce.

JB: Mariana, não é polêmica. É você enfrentar qualquer assunto. Você pode ver. [...] eu topo qualquer assunto e muitas vezes até num sei responder e digo num sei sem problema nenhum, a gente toca o barco. Agora no trivial, no mínimo, você tem que ter uma posição. Ideologia de gênero, família, o comércio com viés ideológico, a questão da China no Brasil, MST. Você tem que ter posição no tocante a isso aí. (REDETV!, 2017, s/p.)

Nesses termos, bater, teoricamente negativo, é resignificado, é visto como a capacidade de prosperar na adversidade, de se fortalecer na pressão, é resiliência daquele que se põe como oposição ao sistema politicamente correto, aos movimentos sociais, à ideologia esquerdista das minorias. Muitos desses foram sendo associados ao PT e, portanto, deixando transparecer a ideia de que a crise não era apenas econômica, a retórica não era somente contra a corrupção, mas contra o PT, que havia aberto uma fratura de gênero, raça e classe, ao desestabilizar a homogeneidade, ao mudar a cartografia social, política e cultural, ao provocar ressentimentos, indignação de uns e incertezas, medo, pânico e esperança de outros.

Com isso, Bolsonaro insistia que a ideologia era um grave problema no Brasil, que perpassa a política, a escola, os meios de comunicação, conforme a postagem abaixo.

Ilustração 23 – Um governo sem ideologia?



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso: 21 jul. 2020.

Com o olhar para cima, com feições sérias e, ao mesmo tempo, de quem lamenta e se preocupa, Bolsonaro põe, entre aspas, figurando um discurso direto, que a questão ideológica é tão grave ou até mais grave do que a corrupção. Para ele, a ideologia está no aparelhamento do Estado e seria necessário desaparelá-lo, assim como dar um fim às indicações políticas. Esses são os remédios que ele tem e apresenta para “salvar” o Brasil.

Assim, em um discurso eivado de ideologia, Bolsonaro insinua combater a ideologia, partindo de um raciocínio simplista e superficial sobre uma realidade complexa da sociedade brasileira, com raízes históricas de desigualdades. Desse modo, oferece o remédio para o que chama de males brasileiros: a questão ideológica.

O presidencial combatente a ideologia como se fosse possível não ter ideologia. Assim, ela se apresenta como alguém “não-ideológico”, capaz de curar e mudar o Brasil, como sugere o seu *jingle* de campanha: “Muda Brasil, muda de verdade¹¹¹”, insinuando ainda que só há um caminho: “Bolsonaro, para um Brasil

¹¹¹ Reprodução do jingle de campanha de Jair Bolsonaro para a campanha presidencial de 2018. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/jingles/muda-brasil-bolsonaro-2018/>. Acesso em: 30 nov. 2020.

“Bate forte meu coração/ Pra mudar a minha nação/ Pela família, pela paz / Com esperança e união / Eu quero um novo rumo / E eu não tô sozinho / Para um Brasil mais forte / Só há esse caminho (Bolsonaro). / Muda Brasil / Muda Brasil / Muda de verdade / Bolsonaro com amor e com coragem (Bolsonaro) / Muda Brasil / Muda Brasil / Muda de verdade / Bolsonaro com amor e com coragem. / Eu quero um Brasil livre / Eu olho pro futuro / Eu quero ver meus filhos / Num país mais seguro / A

livre, com amor e coragem”. Além de se dizer sem ideologia, Bolsonaro se diz sem partido, seu lema “Meu partido é o Brasil” é uma insistência politizada da antipolítica, em uma retórica de “elevação” do Brasil, do nacionalismo, em detrimento dos partidos políticos.

Destarte, partindo de generalizações, para Bolsonaro, os temas culturais, sociológicos, políticos são triviais, não carecem de estudos, diversidades, variedades. O que se espera, segundo ele, no mínimo, é a certeza absoluta sobre as temáticas de gênero, de sexualidade e quem foge do estabelecido milenarmente contribui para uma sociedade adoecida, coitada. A identidade do político estava dada e, por essa característica, ele era lembrado.

Afirmou [Bolsonaro] que iria acabar com a política de “coitadismo” de negro, mulher, gay e nordestino. Segundo o então candidato da extrema direita, “não há a menor dúvida” de que as políticas de ações afirmativas “reforçam o preconceito”. As cotas raciais seriam um equívoco. “Isso não pode continuar existindo. Tudo é coitadismo. Coitado do negro, coitada da mulher, coitado do gay, coitado do nordestino, coitado do piauiense. Tudo é coitadismo no Brasil. Vamos acabar com isso”, vociferou. Quem se empenhou pelo mérito, “logicamente vai ter uma vida mais tranquila de quem não se dedicou”, afirmou ainda. (DOMINGUES, 2019, p. 101-102)

A estratégia política do presidencialável foi se distanciar de temas que poderiam tirá-lo da zona de conforto e, portanto, colocou-se, cada vez mais, como representante do que chamou de trivial. Desse modo, Bolsonaro se posicionava, com mais intensidade, como o representante do *status quo* da “maioria”, já conhecida consensualmente (cristã, heteronormativa, de dominação masculina), e o protótipo do político ideal com os capitais da sinceridade, da verdade, da coragem, da honestidade, tão requeridos na pesquisa do IBOPE, salientada anteriormente.

A percepção de que era preciso mudar, atacar o sistema, desestabilizar o *establishment*, ir “contra tudo o que está aí”, ou seja, os interesses dos poderosos, assim como já se usou na narrativa de outros Presidentes, a exemplo do Ex-Presidente Collor, iam também sendo modelados a partir da insurgência do “novo”, da direita revolucionária e rebelde que começa a dar ares, que configura um “[...] ‘novo regressivo’ (revolução conservadora), uma novidade radical e brutal que

nova ordem é mudança / Vai, Brasil / Tá na nossa mão / Sou Bolsonaro pra mudar nossa nação (Bolsonaro). / Muda Brasil / Muda Brasil / Muda de verdade / Bolsonaro com amor e com coragem (Bolsonaro) / Muda Brasil / Muda Brasil / Muda de verdade / Bolsonaro com amor e com coragem.”

garante a opressão e a exploração presentes, reativando, se for o caso, formas de opressão e exploração que já haviam sido ultrapassadas” (FAUSTO, 2019, p. 148).

Mas para alcançar a cadeira presidencial era necessário ser conhecido. Tornar-se conhecido não é uma tarefa fácil, principalmente em um País com dimensões continentais e sem *recall*, isto é, ter concorrido em outras eleições majoritárias para adquirir lembrança junto à população. Entretanto, apesar de não ser amplamente conhecido, nem ter *recall*, o presidenciável soube utilizar, além das mídias hegemônicas, as mídias digitais para ser lembrado, comentado e compartilhado, como já constatei. Além disso, o PT tinha acabado de passar por um processo de *Impeachment*, partidos de diferentes agremiações tinham representantes envolvidos em corrupção e a imagem da política, como escusa, estava muito forte no imaginário social.

Carreirão (2002) argumenta que a avaliação feita pelos eleitores, em relação ao desempenho do governo, influencia na escolha do voto. Sendo assim, caso os eleitores avaliem o desempenho do governo como satisfatório, tendem a recompensar o governante votando no candidato governista e, caso o julgamento seja negativo, o comportamento apresentado é a punição à *performance* do candidato, votando na oposição.

Diante do cenário que se punha, Bolsonaro soube se posicionar nessa disputa narrativa e ideológica. Havia um enredo fabricado socialmente do PT como o partido mais corrupto da história do Brasil, assim alguém que rivalizava com o PT, ou que representasse **o candidato antissistema, antiPT**, tinha grandes chances de alcançar adesão daqueles que gritavam: “PT nunca mais” ou o partido “corruPTo”.

Desse modo, Bolsonaro ia surfando na onda de decepção dos eleitores com os políticos, especialmente com o PT, que, como já disse, passou a ser visto como um partido que “traiu” seus eleitores, que não tinha mais a cara do povo, que não olhava mais para os mais pobres; porém, só pensavam em vantagens pessoais, em enriquecimento ilícito, e uso da máquina para benefício próprio e dos seus, como o do filho de Lula, reiteradamente lembrado e usado como o simples monitor de zoológico que se transformou em milionário¹¹².

¹¹² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/veja-1-8211-o-estalo-de-lulinha-de-monitor-de-zoologico-a-milionario-o-filho-de-lula-os-amigos-o-lobby-e-as-relacoes-com-o-encrencado-aps/>. Acesso em: 30 nov. 2020.

Os partidos tradicionais, a mídia, os formadores de opinião exploravam a insatisfação e a desilusão com o sistema de modo sistemático. Todavia, alguns dos e-leitores começaram a aceitar a possibilidade de encontrar, em Bolsonaro, o único capaz de enfrentar e desmantelar o petismo, de promover a purificação e a limpeza contra os “bandidos vermelhos”, comunistas e socialistas. Ou seja: um discurso salvacionista trajado de autoritarismo, de segregação, vindo de um presidenciável que, sem cerimônia, disparava: “essa turma”, referindo-se aos petistas, à esquerda, em geral, vai ter “que comer capim mesmo”¹¹³. O retrato de uma cruzada entre o bem (os seus e-leitores, “cidadãos de bem”) e o mal (animais que comem capim, “bandidos vermelhos”).

Ilustração 24 – A cruzada do bem versus o mal



Fonte: *Facebook* de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2020.

Assim, diferentemente do que muitos analistas formulam, compreendo que Bolsonaro teve, sim, um plano de governo. O plano de governo dele ultrapassava o documento obrigatório enviado para o TSE. Esse documento oficial é visto apenas como formalidades institucionais que, geralmente, não cumpre com a sua natureza de ferramenta pela qual o eleitor se informa a respeito das ideias e das prioridades do candidato. Bolsonaro não perdia a oportunidade de passar a ideia de antissistema, antipolítica, de originalidade e até um certo amadorismo, com a intenção de apontar que suas propostas eram “verdadeiras” e não peças publicitárias que enganavam a população. Ele disparava: “o meu plano de governo

¹¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KKeJn6HgEdc>. Acesso em: 20 jan. 2021.

será o pior de todos”, pois, conforme o postulante, seria baseado na verdade e não em promessas impossíveis¹¹⁴.

Portanto, considero que o plano de Bolsonaro se baseou, predominantemente, em um binarismo de fácil assimilação, uma polarização entre duas plataformas políticas, conforme a postagem em suas redes sociais. De forma intuitiva, a imagem, publicada após o primeiro turno, apresenta uma pergunta retórica: “Em quem votarei?” e responde pela linguagem não verbal, imagética, que é tensionada entre os dois polos. Do lado esquerdo de quem visualiza a imagem, têm-se os candidatos do PT, Fernando Haddad, no plano primeiro plano, vestido com a cor vermelha, com um sorriso que não se direciona para o público e carregando o lema da esquerda petista: “Lula livre!”. Em segundo plano, mas em uma imagem que se funde, vê-se o Ex-Presidente Lula, sugerindo que Lula é Haddad e Haddad é Lula. E “o brasileiro não merece ser governado dentro da cadeia¹¹⁵”, afirmou.

Lula é apresentado como um sujeito raivoso, agressivo, por trás das grades, retratado como fora da lei, sem cores, representando o tempo que não volta mais, por isso, o preto e o branco. Em contrapartida, à direita de quem observa, tem-se a face tranquila, carregada de um leve sorriso do presidenciável Bolsonaro, olhando para frente, para seus e-leitores, com o corpo ereto, simbolizando controle e ordem. Usa terno e gravata, ao mesmo tempo em que deixa mostrar seu relógio simples, de preço acessível, usado por “qualquer brasileiro”.

Enquanto a esquerda carrega desordem, por trás de seu candidato, o postulante da direita está embalado pela bandeira do Brasil, símbolo bastante usado durante sua campanha, ao remeter ao nacionalismo, ao amor à Pátria. A palavra ordem, presente na inscrição de nosso símbolo nacional, clareia a gradação que sai do escuro à esquerda para o claro à direita de quem visualiza, opondo a desordem que leva, segundo o discurso bolsonarista, ao vermelho, ao comunismo, à ditadura, logo ao sangue; para a organização da direita que leva ao nacionalismo, ao Brasil, à ordem.

Desse modo, intuitivamente, a resposta de qual plano de governo escolher parece dada. Bolsonaro soube se pautar no discurso fervoroso que anima os e-

¹¹⁴ Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/05/10/interna_politica,957853/o-meu-plano-de-governo-sera-o-pior-de-todos-diz-bolsonaro.shtml. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹¹⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/05/bolsonaro-diz-que-brasileiro-nao-merece-ser-governado-de-dentro-da-cadeia.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

leitores: como o cansaço da política tradicional; a sensação de insegurança social, cultural, econômica e, com isso, o surgimento da imagem do salvador, a ordem, como se deixa ver a postagem acima do então Deputado.

No entanto, até mesmo no caso desses novos suportes de comunicação, nunca esteve tão firme a imagem de um presidente-pai, um *pater familias*: autoritário e severo diante daqueles que se rebelam; justo e “próximo” para quem o segue e compartilha das suas ideias. Assim sendo, e apesar de a linguagem digital ser uma plataforma teoricamente aberta a todos, ela continua a explorar modelos exclusivos de autoridade e a produzir dinâmicas segregacionistas, amplificando sistemas renovados de hierarquias simbólicas e das formas de autoridade. (SCHWARCZ, 2019, p. 63)

Não há uma explosão das estruturas. Há muita repetição, embora os eventos históricos nunca se repitam da mesma maneira. A figura mítica de um homem particular para resolver os problemas de todos: o pai político. O cerne patriarcal é mantido na era da revolução digital, ratificando sua base que “[...] é a hierarquia de gênero. Em postagens, declarações e fotos, a masculinidade surge como superioridade inata que capacita ao mando. Ostentam-se a virilidade congênita, dádiva da biologia, ou a inflada por suplementos e halteres” (ALONSO, 2019, p. 58).

A novidade, portanto, é que o político populista também pode se atualizar como um chefe virtual, o patriarca *on-line*, em que a voz de comando sai das redes sociais, como venho trabalhando nesta tese. A tradição e a modernidade contracenando juntas. Tencionando-se e adaptando-se. Com as engrenagens autoritárias se atualizando, têm-se fenômenos antigos que se dizem usar de uma linguagem nova, em um dispositivo tecnológico novo, até que esta linguagem nova se torne dominante. E o patriarca *online*, caro(a) leitor(a), diz muito sobre o nosso presente, como bastante acerca de nosso passado.

Desse modo, é necessário compreender o que passa e o que insiste em ficar. E as mensagens alarmistas, conspiratórias, pós-verdades insistiram em figurar, em uma retroalimentação de bolhas digitais, de guetos ideológicos, que às vezes se furtam de checar as fontes, tomando uma única narrativa como a representação verdadeira do mundo da política. E Bolsonaro foi se construindo como o organizador desse espaço de legitimação da narrativa oficial, em uma mídia *online* que fantasia total espontaneidade, horizontalidade e ausência de mediação.

[...] como o bolsonarismo e as mídias digitais têm transformado o que se entende por política no Brasil. Havia um elemento de entretenimento bastante evidente na campanha eleitoral de Jair

Bolsonaro, que foi avançada por meios quase que exclusivamente digitais e se pretendia antissistema. No lugar dos antigos debates enfadonhos na TV, longos planos de governo em linguagem burocrática, especialistas que ninguém entende, foi oferecido aos eleitores o carisma dos memes, da lacração, dos roteiros quase hollywoodianos das narrativas conspiracionistas, a excitação de um campeonato de futebol que precisa ser vencido a qualquer custo, a diversão das dancinhas coreografadas e hits do MC Reaça, a catarse coletiva de projetar todas as frustrações (sic) individuais em um inimigo público comum (no caso, o PT). E não apenas entretenimento: a campanha *grassroots* de Bolsonaro foi inclusive uma oportunidade de geração de renda no contexto de precariedade trabalhista no qual se encontra boa parte da população brasileira – desde as ubíquas camisetas do mito vendidas nas ruas, até canais do YouTube que conseguiam seguidores o suficiente para se monetizar, passando por meios mais obscuros como os sites de fake news que geram renda através de ferramentas de propaganda personalizada como o Google AdSense (muitos dos quais, inclusive, eram difundidos através do WhatsApp). Não é difícil qualquer um, mesmo crianças e adolescentes, se interessarem por política hoje em dia, porque a política na nossa época neoliberal já virou outra coisa. (CESARINO, 2019, s/p.)

O fato é que o eleitor não é o mesmo, nem os seus interesses, assim como também não são os meios de comunicação, a política, o estatuto da imagem pública. Portanto, inúmeras podem ser as motivações no ajuste da frequência, na mecânica do fazer político, posso reiterar o componente histórico – apelando para o conservadorismo e o neoconservadorismo – e o antipetismo – com seu guarda-chuva de desdobramento: comunismo, ataque à família, corrupção da política – como alguns deles, usando-se para isso meios novos: o alcance das mídias sociais, a fim de reproduzir práticas hierárquicas já conhecidas, com uma aparência de novidade.

Além das mecânicas salientadas no decorrer do trabalho, posso citar que outra estratégia para a construção da imagem pública política, que apresentou enorme capilaridade no seio social foi a popularizada questão ideológica, como sinônimo de marxismo, comunismo, socialismo, esquerdismo, petismo. Não vistos como escolhas ideológicas legítimas, mas como crimes e, portanto, devendo ser tratados como tais. O Deputado Eduardo Bolsonaro, filho do Presidente Jair Bolsonaro, até propôs um projeto de lei que criminaliza o Comunismo e sugere alterações em leis para coibir “o fomento ao embate de classes sociais”.¹¹⁶

¹¹⁶Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/Deputado-eduardo-bolsonaro-propoe-lei-que-criminaliza-o-comunismo/>. Acesso em: 23 mar. 2020.

Sem dúvida, Bolsonaro acionou elementos clássicos da tradição política da direita no Brasil (a família, a moral, o combate à corrupção e ao comunismo), mas os apresentou de uma maneira inusitada, ao verbalizar e teatralizar, de forma nua e crua, como um “homem comum”, todo um conjunto de crenças, valores e propostas que, até agora, não deviam ser exibidos publicamente, e muito menos considerados como qualidades, nem para governantes nem para a população do país. Bem ao contrário. Algo que pode ser entendido em função da gravidade da crise atual e também das experiências políticas que delinearam o perfil de Bolsonaro, nas últimas décadas. (GOMES, 2019, p. 189)

Houve uma ressignificação discursiva muito bem modelada. Uma modelação dos símbolos, de modo bastante elaborado. Bolsonaro convocava velhos costumes, usando novos modelos. Algumas expressões linguísticas foram re-elaboradas, assim como algumas críticas eram positivadas. Uma paranoia coletiva. Houve também uma esquizofrenia semântica acatada, via processo supostamente de ruptura da realidade social, política, cultural, que parece captar a audiência pelo exorbitante, pelo pitoresco, como ar de novidade, mas que esconde a regularidade dos marcadores sociais de opressão, como a imagem que se segue.

Ilustração 25 – Direitos Humanos, o esterco da vagabundagem



Jair Bolsonaro ✓
@jairbolsonaro

Seguir

DIREITOS HUMANOS, O ESTERCO DA VAGABUNDAGEM: Outro herói assassinado por um defendido do PT, PSOL, REDE e PCdoB. tinyurl.com/hq96qf8

22:55 - 16 de ago de 2016

Fonte: Congresso em foco congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/direitos-humanos-e-%E2%80%9Cesterco-da-vagabundagem%E2%80%9D-diz-bolsonaro/. Acesso em: 21 jul. 2020.

Ao rivalizar sobre o domínio da igualdade entre os seres humanos e sobre o acesso a direitos de forma igualitária, o então Deputado ecoou a sua intolerância contra os direitos humanos, como na frase: “Direitos humanos, o esterco da vagabundagem”, postada em suas redes sociais, retratada acima. A ideia de sujeira também foi disparada contra o Estatuto da Criança e do Adolescente, reduzido a

dejeito, na alegação de que “O ECA tem que ser rasgado e jogado na latrina. É um estímulo à vagabundagem e à malandragem infantil¹¹⁷”.

No horizonte interpretativo de Bolsonaro, é inadmissível que os direitos e o respeito sejam para todos, indistintamente. Esse marco civilizatório da humanidade e dos direitos é negado por uma cultura do punitivismo, na qual Bolsonaro e 84% dos brasileiros fazem parte, ao dizer serem a favor da redução da maioria penal de 18 anos para 16 anos, segundo levantamento feito pelo Datafolha, em 2018¹¹⁸, sem compreender a complexidade da realidade social.

Desse modo, o famoso bordão de Bolsonaro de que “bandido bom é bandido morto¹¹⁹” é endossado por 60% dos brasileiros, segundo pesquisa Datafolha de 2016, divulgada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública¹²⁰. Como solução para esse sentimento de abandono institucional e de vulnerabilidade diante da violência, o postulante, como teoricamente representante de todos, oferece mais violência como argumento, em um ciclo que gera mais violência.

Além disso, mostra que as suas propostas não são para todos os brasileiros, mas para os “cidadãos de bem”. Portanto, defende: a redução da maioria penal; prometeu condecoração, por ação de bravura, policiais e cidadão que reagirem à tentativa de assalto¹²¹; deu carta branca para policiais matarem¹²²; reconhecimento de grupos de extermínio por substituir pena de morte¹²³; durante a campanha de 2018, prometeu retirar o Brasil do Conselho de Direitos Humanos da ONU¹²⁴; ofereceu o decreto sobre armamento, em que cada pessoa, acima de 25 anos, pode

¹¹⁷ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-eca-deve-ser-rasgado-jogado-na-latrina-23006248>. Acesso: 21 jan. 2021.

¹¹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/14/84-dos-brasileiros-sao-favoraveis-a-reducao-da-maioridade-penal-de-18-para-16-anos-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SthiUdn0Cbo>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁰ Disponível em: <https://examedaoab.jusbrasil.com.br/noticias/401711699/bandido-bom-e-bandido-morto-dizem-60-dos-brasileiros>. Acesso: 21 jan. 2021.

¹²¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/noticia/2018/08/24/bolsonaro-promete-condecorar-por-acao-de-bravura-policiais-e-cidadaos-que-reagirem-a-tentativas-de-assaltos.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²² Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/12/14/bolsonaro-diz-que-quer-dar-carta-branca-para-pm-matar-em-servico.htm>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²³ Em 2033, Bolsonaro parabenizou grupos de extermínio, por substituir penas de morte. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/em-2003-bolsonaro-parabenizou-grupos-de-extermínio-por-substituir-pena-de-morte-no-pais.shtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁴ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-defende-saida-de-conselho-da-onu-apos-apoio-a-lula/>. Acesso em: 21 jan. 2021.

comprar até quatro armas de fogo¹²⁵; incentivou ensino sobre o uso de armas de fogo para as crianças para não “ter uma geração de covardes¹²⁶”.

É a *glamourização* da violência, justificada como meio que, paradoxalmente, gera paz, pureza e vida. Não é à toa que o movimento no qual eles está alinhado chama-se “Movimento Armas pela vida”, na retórica de um Estado de justiça justiceiro e da política que politiza a fé: “a Bíblia prega o armamento¹²⁷”, concluiu o presidenciável de uma Nação que está entre os quatro países do mundo que mais assassinam ativistas e defensores dos Direitos Humanos¹²⁸. Uma retórica que não é vazia, mas está sob a luz do Livro, seguido no País, cuja parcela de 86% da população julga que acreditar em Deus torna uma pessoa melhor¹²⁹.

Com isso, a ideia de que os Direitos Humanos são universais, básicos e que todos devem ser tratados com dignidade, independentemente de gênero, sexualidade, religião, idade, sexo, formação cultural, traz uma percepção de desproporcionalidade, de que alguém precisa perder para que o outro possa ganhar. E, se é para escolher, que perca o outro, pois o outro é violento, mau, pecador. Esse pensamento pode ser visto quantitativamente. Segundo a pesquisa do Instituto Ipsos, 66% dos brasileiros acreditam que os Direitos Humanos protegem mais bandidos do que as vítimas, uma estatística de dois em cada três brasileiros¹³⁰. Com esse pensamento em circulação, não é de se espantar a aceitação e a associação dos Direitos Humanos ao esterco da humanidade, por alguns grupos.

Desse modo, a intolerância e a desinformação se naturalizam na internet, gerando eco, curtidas, comentários, compartilhamentos. E o que parecia, até então difuso e confuso, começava a se organizar em sistemas de referências, que evocavam no receptor isso e não aquilo. Alguns fundamentos basilares, como os Direitos Humanos, passam a ser ainda mais desestabilizados; a coragem de se expor é elevada (não se tem vergonha de dizer achismos, preconceitos), assim algumas zonas de conforto são abaladas, novos *ethos* têm a capacidade e chance

¹²⁵ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-01/com-decreto-pessoas-acima-de-25-anos-podem-ter-ate-4-armas-de-fogo>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁶ Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2018/08/24/bolsonaro-quer-ensinar-crianca-a-usar-armas.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁷ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-biblia-prega-armamento-22991102>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁸ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/03/brasil-esta-entre-os-quatro-lideres-globais-em-homicidios-de-ativistas.shtml>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹²⁹ A pesquisa completa pode ser vista em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-eca-deve-ser-rasgado-jogado-na-latrina-23006248>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹³⁰ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44148576>. Acesso em: 21 jan. 2021.

de se firmarem, passando-se por uma fase de transição e, posteriormente, possível aceitação de renovados modelos.

Assim, o PT, PSOL, REDE, PCdoB, a esquerda e “tudo que está aí” iam sendo reelaborados, simbolicamente, por uma parcela considerável da sociedade que vota, formula opinião, faz mediações de debates da roda do bar aos meios de comunicação, como partidos ligados ao esterco da vagabundagem, justificando a agressividade de Bolsonaro contra Maria do Rosário, vista como aquela que defende estupradores, a exemplo do meme abaixo, publicado em uma página que se intitula “Mulheres contra o feminismo”.

Ilustração 26 – Esquerda e direita em tensão



Fonte: <https://mulherescontraofeminismo.wordpress.com/2016/06/22/mulheres-em-defesa-de-jair-bolsonaro-o-homem-que-quer-punir-estupradores-enquanto-maria-do-rosario-os-defende/>. Acesso em: 30 nov. 2020.

Há uma rivalização com a esquerda cujo escopo é lido como apoiadora de bandido, direitos humanos, invasão da propriedade privada etc. Entretanto, a tradução discursiva das enunciações não apontava para uma espécie de anarquismo ou mera antipolítica, tem-se uma arena, em que a rejeição ao tradicional, a quem estava no poder, era a arma da batalha. Com isso, o inimigo foi

sendo alargado, do PT passou para todo o campo progressista, para os artistas, para os professores, como já salientado.

A eleição de Bolsonaro teria sido a expressão de um imaginário. Uma atmosfera que foi se instalando por contágio. Não foi o resultado de uma racionalização sobre o país, a adesão a um plano ou programa no sentido clássico. Mas a explosão de diversos sentimentos represados, de emoções, de valores. Uma soma de preconceitos, de intolerâncias e de antissentimentos que se alimentaram numa frente virtual contra um inimigo comum: o establishment político e especialmente o PT. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 34)

A indignação era (e é) seletiva, corroborando com a ideia de que há uma hierarquia moral cuja organização determina o que é aceito e aquilo que não pode ser reconhecido. Além disso, há ataques que surtem efeitos e há aqueles que são varridos para debaixo do tapete. Paradoxalmente, Bolsonaro foi apontado em investigações de contratação de funcionário fantasma, como o famoso caso da Wal do Açáí, comerciante de açáí em Angra dos Reis, no Rio de Janeiro, (local onde o presidencialista tem uma casa de veraneio) e até então funcionária oficial do gabinete de Bolsonaro, mas que não comparecia para trabalhar no gabinete; usava apartamento funcional do parlamento, ele e o seu filho Eduardo Bolsonaro, mesmo tendo imóvel em Brasília, o que não era, moralmente, aceito; hora ou outra aparecia em citação da lista Furnas, que não teve investigação aprofundada e foi sendo transformada em piada por seus apoiadores ou perseguição da mídia esquerdista a ele; depósito de cheques na conta de sua esposa Michele Bolsonaro, por um empréstimo (mal explicado) de Bolsonaro ao então motorista e assessor de seu filho Flávio Bolsonaro, o Fabrício Queiroz, que, em 2020, foi condenado por corrupção, esquema de desvio de vencimentos etc.; denúncias ligadas ao seu filho Flávio Bolsonaro, em esquema de “rachadinhas”, quando há transferência de salário de assessor para o Parlamentar; denúncias contra o seu irmão, Renato Bolsonaro, por receber mais de 17.000 reais mensais da Assembleia de Legislativa de São Paulo, sem ir trabalhar; denúncia de enriquecimento incompatível com os seus rendimentos, um aumento de 427% em 12 anos; acusado por sua segunda esposa, Ana Cristina Valle, de ocultar bens, de agressividade e furtar um cofre com 1,6 milhão de reais, cujo fato foi, à época, registrado em Boletim de Ocorrência (BO); durante a campanha de 2018, foi acusado de caixa dois, disparo ilegal de mensagens na *internet*, uso de robôs eletrônicos para impulsionar conteúdo eleitoral,

o que é proibido pela justiça eleitoral, além de suspeitas de empresas fantasmas atuando na campanha; aliado a tudo isso, crimes de ódio, afrontas diretas ao Estado democrático de direito, com polêmicas frases de cunho preconceituoso, machista, misógino, racista, antidemocrático, justiceiras etc.

Na política, como poderia ser antissistema se estava há décadas em cargos públicos, em um processo de familismo político? No parlamento, foi criticado por não ter apresentado nenhum projeto relevante para a Segurança Pública, por exemplo, mesmo tendo como norte de campanha o combate à "bandagem" e à violência. Na vida privada, questionava-se como poderia ser o paladino da família tradicional e conservadora, sendo divorciado por duas vezes. Por que a campanha eleitoral não desmascarou Bolsonaro? Muitos analistas políticos e sociais alegavam que a campanha eleitoral iria desmascarar, mostrar as fragilidades e derrotar Bolsonaro. Por que nenhuma das narrativas teve força suficiente para desestabilizar a metáfora da honestidade, do defensor da família, do antissistema, da honestidade?

A cartilha de análise da política institucional, baseada em estudos teóricos e em empiria, oferecia um prognóstico, quase que intuitivo, sobre o pleito de 2018, que desenvolvo em cinco pontos, os quais considero serem os mais relevantes: 1) Bolsonaro é um adversário fácil de ser combatido, por **se envolver em muitas controvérsias**. Na política partidária, a contenda é desestimulada, em busca do consenso. Bolsonaro, entretanto, foi apresentado “[...] manifestações no mínimo polêmicas e com alto potencial destruidor para uma carreira política” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 28), falando para um núcleo duro, uma bolha eleitoral, que comunga de suas limitadas opiniões, cuja representatividade não conseguiria ultrapassar uma fração muito acima de 10% da sociedade brasileira.

Esse discurso tribal era o responsável por colocá-lo no patamar de 2) **altos índices de rejeição**, chegando a ser desaprovado por 64% dos entrevistados, conforme pesquisa Ipsos, de junho de 2018¹³¹. E isso o colocava diante de um grande impasse: ou continuaria com a forma virulenta de se apresentar, direcionando-se a uma tribo minoritária, mas fidelizada, cuja representatividade não é capaz de levá-lo nem ao segundo turno; ou adaptava o seu discurso para uma versão mais abrangente, palatável, correndo o risco de perder a projeção de político autêntico, sincero, destemido, forte, que diz, diante das câmeras, e sem vacilar, o

¹³¹ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,bolsonaro-e-desaprovado-por-64-afirma-ipsos,70002362989>. Acesso em: 21 jan. 2021.

que pensa, que é porta-voz de outras vozes oprimidas pelo politicamente correto, para ser lido como instável, indeciso, vacilante, sem personalidade, aproveitando-se do conveniente a fim de somente agradar, como todas as farinhas do mesmo saco.

Além do impasse de difícil solução, onde parecia sair perdendo em qualquer uma das apostas discursivas, 3) o político **não tinha estrutura partidária** para o impulsionar a sua campanha. E tempo de TV, Fundo Eleitoral, coalização política, tradição política consolidada, partido eleitoral relevante, palanque político nas principais capitais etc. não foram vistos, pela análise política, como acessórios que poderiam ser facilmente negligenciados. A tradição apontava a importância substancial desses fatores, no desempenho do político, na formação da opinião do eleitor e, em consequência, no voto.

Com uma estrutura partidária, financeira e midiática, considerada frágil e insuficiente, 4) o candidato **não tinha nenhuma experiência no Executivo**, o que poderia ser lido como um risco muito grande, que nem sempre os eleitores estão dispostos a apostar. Essa falta de experiência não lhe dava *recall*, assim ele não tinha, teoricamente, um lugar cativo na memória do eleitor. Por fim, um grande calcanhar de Aquiles era 5) a **pouca capacidade intelectual e psicológica para gerir um país**. Os analistas acreditavam que, quando começasse efetivamente a campanha política de 2018 e os debates propositivos, a população iria ler Bolsonaro como alguém despreparado para governar, desconhecedor dos problemas brasileiro, sem soluções efetivas, ainda de muito desequilibrado psicologicamente, impactando com suas falas segregacionistas.

Certamente a cartilha de prognóstico é coerente, em vários aspectos analíticos. Todavia, a minha percepção é de que essa racionalidade empírica não foi o motor do pleito de 2018. A escolha não era pelo que ele mostrava ser, em toda sua trajetória política e pessoal, mas por aquilo que decidiram que ele seria. Eis a invenção de um mito. Schwartzberg (1977, p. 14), a respeito do “Estado espetáculo”, lembra que “[...] o que vale é a produção de mitos e de símbolos. Ainda que sem relação exata com a realidade. O mito basta-se a si mesmo.” Sendo assim, pouco importava o que os analistas, professores, esquerda, intelectuais etc compreendiam sobre a realidade, em si mesma. O olhar, de quem enxerga de sua bolha ideológica, muitas vezes considerada melhor e mais correta, pode julgar esse processo, que deu a vitória a Bolsonaro, como um momento de nonsense da sociedade brasileira, vendo-a como desprovida de racionalização. Todavia, a

população vota e formula suas opiniões e preferências baseada por mediações sociais e culturais. É necessário saber se comunicar, ouvir a população e oferecer respostas às suas agruras cotidianas. E Bolsonaro, de um jeito ou de outro, ofereceu respostas e se comunicou, mesmo que na interface do populista digital cuja realidade é de um mito inventado.

É óbvio que a associação entre o real e a imagem é de grande importância, entretanto, o mais importante é que acreditem e validem uma imagem. Desse modo, embelezada e retocada pelo *marketing* político muita coisa poderia ser ressignificada como perseguição da mídia, dos políticos tradicionais, dos professores universitários que estavam com medo de enfrentar o único capaz de dismantelar o sistema. Até as menções negativas, ao seu respeito, poderiam ser transformadas em gramática da positividade. Havia uma predisposição para a aceitação da pós-verdade. Os fatos objetivos tornavam-se menos influentes do que as emoções e as crenças pessoais, passando, portanto, por vários crivos interpretativos cujos impactos reverberam na vida das pessoas.

É necessário esclarecer que Bolsonaro preferiu fazer o jogo político, apesar de se apresentar como antipolítica. Na televisão, em seu primeiro programa eleitoral, para o segundo turno, foi representado como o marido altruísta e o pai amoroso, que chora publicamente ao fazer a confissão de que não queria mais ter filhos, mas abriu mão de sua decisão para reverter a cirurgia de vasectomia, com a finalidade de agradar a esposa Michele Bolsonaro, na manutenção de um casamento feliz¹³², ao mesmo tempo em que mostra sua potência sexual, ainda podendo gerar filhos. No caso, gerou uma menina, chamada de Laura Bolsonaro (do terceiro casamento), depois de quatro homens: Flávio, Carlos, Eduardo (do primeiro casamento) e Renan (do segundo casamento). Depois de quatro machos, conceber uma fêmea foi, para o chefe patriarcal, uma fraquejada. Para a antropóloga Lima (2020), as práticas e os discursos de Bolsonaro avesso às mulheres, ao objetificá-las, ao descredibilizá-las, ao não reconhecer direitos equitativos entre os gêneros, levam à conclusão de que Bolsonaro odeia o feminino e o inveja.

Na *internet*, manteve-se firme em seus posicionamentos, a metáfora do pai autoritário, especialmente na temática da família tradicional, projetando-se com uma

¹³² Confira o vídeo do programa eleitoral: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/contrarejeicao-bolsonaro-chora-na-tv-e-haddad-diz-que-nao-faz-campanha-de-um-partido.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2020.

performance coerente entre a imagem de autêntico e a discursividade, como o uso metafórico dos verbos “fuzilar” e “metralhar” os inimigos, sejam eles “petralhas”, esquerdistas, artistas¹³³, cujo resultado podem ser uma execução bélica das mais variadas interpretações. Nesse ínterim, o candidato à presidência foi sendo visto como duro, mas nem tanto: é pai, esposo, torcedor de futebol, cristão, mas também disciplinador e patriarca.

A força da imagem paternal, do macho de capacidade para resolver os problemas, por encarnar a firmeza e a coragem foi se fortalecendo, em uma linguagem recreativa. Prado (2020) nomeia Bolsonaro de uma mente narcisicamente infantilizada. Para ele, essa imagem de resolução inflexível dos problemas também pode ser lida como uma infantilização de quem não sabe controlar seus impulsos, egocentrismo exacerbado, fragilidade emocional.

Ilustração 27 – A invenção do mito



Fonte: <https://www.facebook.com/O-Mito-Bolsonaro-718798968244644/>. Acesso em: 30 nov. 2020.

Bolsonaro e seus e-leitores souberam complementar a estética e a dimensão políticas, aliadas ao humor. No cartaz acima, tem-se uma imagem que alimenta imagens intertextuais e interdiscursivas. Para tanto, posso citar o filme “Eu sou a lenda”, de 2007, de ficção científica, como parte dessa formação discursiva. A obra

¹³³ Em vídeo, Bolsonaro disse que é preciso fuzilar os responsáveis pela exposição de Arte do Queermuseu do Santander Cultural, em Porto Alegre. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/571783-os-fuzilamentos-de-bolsonaro>. Acesso em: 13 mar. 2020.

cinematográfica é pós-apocalíptica. O protagonista, Robert Neville, interpretado por Will Smith, é um dos poucos sobreviventes humano, imune ao vírus, originalmente criado para curar o câncer, mas que se transmuta, ocasionando a morte de 90% dos infectados e transformando 9% em vampiros.

Neville trabalha para criar uma cura, enquanto vive em Manhattan, no ano de 2012, em uma cidade habitada por mutantes, vítimas do vírus transmitido pelo ar. Na imagem, Bolsonaro, com uma metralhadora na mão, representa o cientista. O seu cachorro está fazendo necessidades fisiológicas em uma propaganda publicitária de campanha da Ex-Presidenta Dilma Rousseff. O Edifício do Congresso Nacional é apresentado em processo de degradação, com a bandeira do PT, desgastada, cobrindo-o.

Dessa forma, tem-se mais uma vez uma construção imagética e discursiva, que virou *meme*, mas também acessórios, como blusa com esta estampa. Com o objetivo, aparentemente, simples de uma montagem pelo *remix*, mas conceitualmente sofisticada, a materialidade imagética remete a uma formação discursiva contra o político tradicional (era contra tudo o que está aí), de quem não estava disposto a uma comunicação pública formulada na gramática da política tradicional, que é distante do grande eleitorado.

Era preciso se reinventar e ele o fez, centrando-se no visual, na exposição, no divertimento, na polaridade, na autoridade, na agoridade permanente de quem sempre está na *timeline* do seu e-leitor, junto com a sua militância engajada, nas redes sociais, embora que, no presencial, o então Deputado tenha sido um congressista bastante ausente. Dos presidencialistas de 2018, com mandato legislativo ativo, Bolsonaro foi o parlamentar com o maior número de ausências não justificadas, em 2017¹³⁴. Apesar da ausência, no local de trabalho, estava presente na palma da mão de muitos e-leitores, pelas redes sociais. Com isso, algumas coisas não precisavam ser, mas parecer *como se* fossem.

Ainda vale retomar a análise para reiterar como o discurso antissistema teve uma relevância na eleição de 2018. O pitoresco Cabo Daciolo, do Patriota, com um discurso pretensamente cristão, apoiado no bordão “Glória a Deus”, ocupou, no primeiro turno, o sexto lugar de gastos declarados, um montante de R\$ 808 (a campanha presidencial mais barata das eleições, até o momento), porém, mesmo

¹³⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/03/pre-candidato-bolsonaro-quadruplica-faltas-na-camara-dos-Deputados.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.

assim, ficou à frente de nomes conhecidos e estruturas partidárias consolidadas como as de Marina Silva, Álvaro Dias e Henrique Meirelles. Esse último gastou R\$ 53 milhões na campanha presidencial de 2018¹³⁵.

Bolsonaro foi se apresentando como a voz solitária, em um festival de farinhas do mesmo saco, como é possível observar na montagem abaixo, publicada em sua rede social *Facebook*. A publicação retoma, intertextualmente, a letra da música “Se gritar pega ladrão”, cujo refrão diz “não fica um, meu irmão” para adaptar a sua versão: “Se gritar Friboi, só sobra um, mermão”.

Partindo de uma música presente no imaginário musical, social e cultural de muitos brasileiros, Bolsonaro ativa a cultura popular para provocar o riso (com uso de gíria), ao tempo que repassa informação e posicionamento ideológico. O *remix* ainda conta com um recorte de reportagem, de uma das revistas de grande circulação nacional, a VEJA, cujo título explicita o festival de propina que empresas privadas e entes públicos se envolvem. Mas ele sobra, resiste, mostra-se diferente, denuncia, mesmo sem pares para ouvir, sendo, por conseguinte, uma voz solitária, em um sistema falido e corrupto.

Ilustração 28 – Uma voz solitária que “clama no deserto”



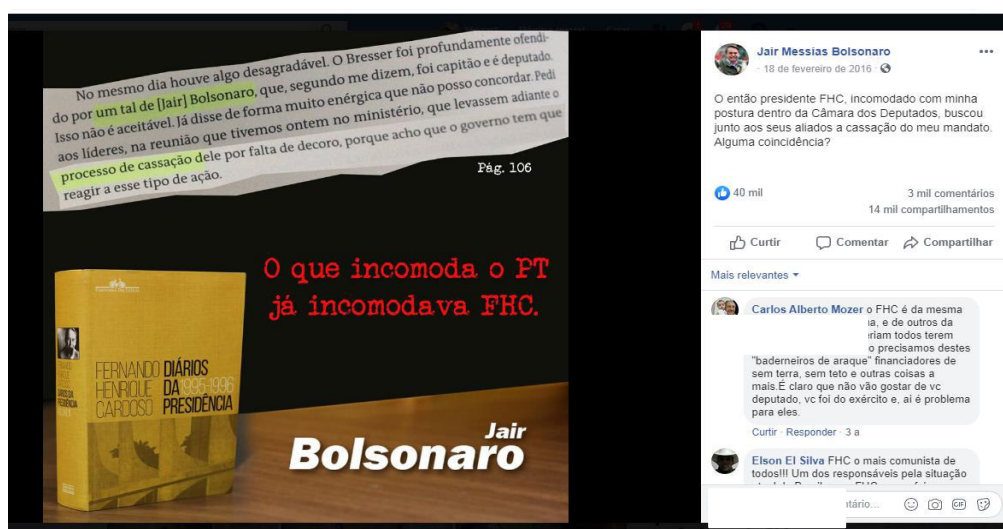
Fonte: *Facebook* de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2020.

¹³⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/08/cabo-daciolo-do-patriota-fica-em-6o-na-corrída-presidencial.ghtml>. Acesso em: 02 abr. 2020.

Com isso, a interpretação é mediada por um conjunto de elementos e inferências. Bolsonaro foi apresentado como o único, por isso estava isolado. Não aceitava a corrupção festejada, celebrada, banalizada. Só sobrava ele, em um sistema sistematicamente corrupto. Ele foi construindo a ideia de que, com a sua atuação, nasce um combate em nome da moralidade pública, com a retórica da corrupção como tônica, em que só há dois lados dicotômicos e incomunicáveis: os políticos e os partidos tradicionais (especialmente Lula, como chefe da quadrilha gravado, em um *powerpoint* do procurador da Lava Jato, Deltan Dallagnol) *versus* os “cidadãos de bem”. A retórica de que ele incomodava a todos passa a ser propagada, de quem vai se colocando na força oposta ao lulismo. Logo, o representante do “partido” da Lava Jato.

O argumento partia do pressuposto de que as estruturas partidárias estão pulverizadas, de que são muitos partidos e todos são de esquerda. Assim, Bolsonaro retoma o bipartidarismo: ele *versus* o sistema esquerdista, ideológico, partidarista, corrupto. Embora grande parte do eleitorado tenha dificuldade de estruturar, cognitivamente, a identificação ideológica direita e esquerda e, em muitas situações ideológicas e concretas, acabe se posicionando ora mais para um lado, ora mais para o outro, foi ressignificando os mapas conceituais, a partir das pistas difusas e, com isso, ativou posicionalidades, apesar de muitas delas, nem sempre, apresentarem interpretações coerente sobre esquerda, direita, comunismo, socialismo, liberalismo etc.

Ilustração 29 – A retórica Bolsonaro versus o sistema



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 j 2020.

Na postagem, o então Deputado foi mostrando como ele já incomodou do PT ao PSDB. O esquema maquiavélico estava construído: Bolsonaro *versus* tudo o que está aí, através de um debate de radicalização do campo político, de produção de imaginário coletivo que também já vinha sendo construído, midiaticamente. E tudo que está aí parece ser uma lista plural e sempre aberta para novos opositores. É a esquerda, o centro, a “direita nutella”, os socialistas, os intelectuais, a Rede Globo, os jornalistas, os ativistas, os artistas, os políticos, os partidos, a ciência, a urna eletrônica, as ONGs, os livros didáticos, a Globalização, o Politicamente Correto, o *kit gay*, tudo que foi fomentado pelo PT...

Nesse contexto de busca pelo diferente, de encontrar um líder porta-voz do desalento, o PSDB parecia ter perdido a sua característica de partido de oposição ao PT. Passou a não ser mais visto como oposição, como uma opção plausível e, suficientemente de direita, para preencher a lacuna. Todos eram vistos como farinhas do mesmo saco, da esquerda à direita. Para eles, no fundo, todos eram de esquerda, exceto eles, intitulado-se da direita genuína, que eu nomeio de direita alternativa brasileira, como destaquei anteriormente.

O candidato do “partido da Lava Jato” muito dificilmente sairia de uma das siglas partidárias tradicionais de oposição ao PT. Jair Bolsonaro soube se posicionar para ser o postulante. Apresentou-se com um inimigo visceral do PT e como um político “diferente de tudo que está aí”, e sustentou um discurso politicamente incorreto e de enfrentamento contra a “bandidagem”, além de uma defesa conservadora dos valores da família cristã. Em uma entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, em março de 2018, Nizan Guanaes definiu Bolsonaro como “o candidato Dorflex”, a “solução para a dor” do eleitor. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 56-57)

Vale elucidar, leitor(a), que Bolsonaro performatiza a política como um lugar no qual não há espaço para o contraditório, o debate entre ideias e posições, o diálogo legítimo entre adversários políticos. Para ele, o diferente é um problema, o espectro político e ideológico diverso do seu não é aceitável. Assim, transforma-se o outro em um inimigo a ser combatido ou até aniquilado. Nesse processo de seleção dos inimigos, de nomeação e de justificação, os espantalhos são fabricados, via uma redução dualista e automatizada de fenômenos complexos, gerando “[...] uma espécie de reação hipnótica de ódio que age por contaminação” (DUNKER, 2019, p. 128).

Ilustração 30 – A formação de teorias da conspiração



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2020.

Na postagem do então Deputado, em julho de 2018, quando os ânimos estavam sendo exaltados, por causa de uma campanha política engajada, fervorosa, de contraditórios e muitos desentendimentos nos ciclos sociais, Bolsonaro apresenta aquilo que ficou conhecido como o plano secreto da esquerda latino-americana, o Foro de São Paulo. A chave de leitura apresentada foi de uma facção criminosa. E não só. Tratava-se do maior inimigo da Nação, que quer escravizar o Brasil. Enquanto isso, no lado oposto, com o auxílio da Bíblia, Bolsonaro repete seu lema de campanha religiosa política: “E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”, presente no livro do apóstolo João.

O inimigo, todavia, não são apenas os partidos, mas movimentos sociais que são vistos como um braço do PT. Na imagem que se segue, tem-se uma bricolagem de informações, de imagens e de textos. Querendo se passar como informação divulgada por um jornal de credibilidade social, O Globo, a postagem publicada usou a retórica de mais um inimigo a ser combatido e abatido: o movimento sem terra, que, segundo a publicação, quer tomar a propriedade dos trabalhadores brasileiros e por isso foi que o estatuto do desarmamento foi aprovado, por intermédio do Ex-Presidente Lula, que também foi sindicalista.

Ilustração 31 – A retórica do inimigo a ser temido e, portanto, combatido e abatido



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2020.

Em outras oportunidades, durante o ano de 2018, Bolsonaro disse que, no seu governo, a ocupação de terras, pelo MST, seria tratada na violência: “invadiu, é chumbo!”¹³⁶. Dessa forma, a falta de resistência seria solucionada com o estatuto do armamento para a defesa pessoal. Só que a falta de resistência não se limitava apenas à propriedade, mas também se estendia para a família.

A insistência de que o MEC tinha um objetivo de erotizar as crianças era muito repetido em seu discurso e em suas postagens nas redes sociais. Na imagem, podem ser vistas duas crianças, aparentemente abaixo de quatro anos de idade, que se beijam na boca. Na parte escrita da postagem, Bolsonaro escreve o que ele chama de material de aula, isto é, o conteúdo programático sugerido pelo MEC, para crianças. Enumera: beijo na boca; passar a mão no coleguinha no banheiro; assistir vídeos (sic) de adultos namorando; olhar o sexo do próximo. Por fim, coloca um *link* hospedado no portal do professor, do MEC, como uma ficha técnica de aula. O *link* não foi encontrado e Bolsonaro justifica, nos comentários, que o MEC removeu a página.

¹³⁶ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-diz-que-e-melhor-perder-direitos-trabalhistas-que-o-emprego,70002317744>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Ilustração 32 – A degradação moral promovida pelo PT



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 21 jul. 2020.

Desse modo a leitura torna-se instantânea, simplória e fulanizada: se o PT está envolvido em casos de corrupção, aliada a facções criminosas; se a esquerda propõe um material sobre a temática de gênero nas escolas, cujo objetivo é erotizar as crianças; se os movimentos sociais discutem a reforma agrária, querendo tomar a propriedade do trabalhador brasileiro e, para tanto, não será possível se defender; logo, não é possível apoiá-los. Quem os apoia são corruptos, aliciadores de criancinhas, vagabundos preguiçosos, “[...] uma vez percorrido esses circuitos de ilações, eles merecem ser odiados e punidos” (DUNKER, 2019, p. 129).

Com isso, presencia-se a produção de uma narrativa de ódio. Um ódio como fermento político. Não há espaço para os dois. Será um ou o outro. Portanto, o esquema formulado é dedutivo: se você não é igual a mim, não tem o direito de existir. Tem-se uma superioridade de um modo de ser e de se posicionar. A partir do exposto, percebe-se que não se está diante de um ódio, meramente, “irracional”, puro sentimentalismo, mas é um ódio racional, relacionado ao medo, à ideia do desmoronamento da moral que, certamente, teve seus efeitos no xadrez político e na vitória de Bolsonaro.

E o voto, portanto, não foi, somente, por causa de uma biografia ou de um conjunto de propostas conhecidas classicamente. O voto, de uma fração do eleitorado de Bolsonaro, foi de indignação de ver uma sociedade esfarelada moralmente, que tem coragem de apoiar o aborto, de aceitar a pedofilia, de estimular a sexualização das criancinhas, de não se indignar com o incentivo à

homossexualidade, de comungar com a imoralidade, de subsidiar o racismo reverso etc... Além disso, some-se o descrédito com a Democracia, com os governos instituídos, com o processo eleitoral e, conseqüentemente, o sistema de voto pela urna eletrônica...

O comportamento eleitoral, que deságua em um voto no candidato defensor dos interesses do povo, vai se metamorfoseando. O interesse não foi restrito à esfera econômica. As justificativas foram se somando. Ainda é importante frisar que a construção de inimigos a serem combatidos não se inaugurou no pleito de 2018, nem com o ator político em tela. A figura do judeu, do mulçumano, do árabe, do imigrante impulsionou fenômenos sociais, políticos, econômicos, no decorrer da História, como o Nazismo, o Fascismo, o 11 de setembro de 2001, a construção de um muro separando os povos dos Estados Unidos da América, de um lado, e o do México, do outro, em 2020.

Também é relevante destacar que a convocação para a renovação política também não é um fenômeno inédito. Carreirão (2002) aponta que a renovação política foi o principal motivo para a escolha de Collor, nas eleições presidenciais brasileiras de 1994, e em Lula, nas eleições de 2002. Entretanto, vale pontuar que, embora o sentimento de renovação política se assemelhe, as condições históricas e materiais de produção são específicas.

Bolsonaro, por sua vez, remete e reproduz uma percepção, para a população, de que determinados artefatos culturais e produções discursivas não funcionam mais como a população aprendeu que funcionavam, a exemplo da escola, dos movimentos sociais, dos políticos em geral. Ele potencializa o medo, a insegurança, a desconfiança, o descrédito. Ele transforma a semântica conceitual de fenômenos e dinâmicas conhecidas, a ponto do eleitor se sentir perdido, diante de outras e tantas organizações. Assim, ele aponta um funcionamento análogo e metaforicamente pelos deslizes dos dizeres, pela transgressão dos sentidos, para o atraso, para o passado que se acha conhecer, coletivamente.

São várias as camadas de adesão e percepção, inúmeras as raízes históricas de produção, bastantes os fenômenos sociais que se compõem e se recompõem. Desse modo, o olhar é labiríntico. É o de hoje, o de ontem e o das prospecções do amanhã, que podem se traduzir em Bolsonarização da esfera pública. Com isso, fica claro que a retórica de Bolsonaro, como pontuei na abertura da introdução, não surgiu do dia para a noite. Ele soube manter uma coerência performática,

desempenhando de maneira duradoura a vedete a que se submeteu. Isso agradou e ganhou a atenção do público. Assim, o processo de adesão foi sendo gestado e a mecânica da Bolsonarização se avolumando, com novas experiências estéticas e interpretativas. É importante destacar o que compreendo por Bolsonarização, a partir de Solano (2018).

Mapeando os “[...] principais elementos de identificação dos eleitores com o discurso do Bolsonaro” (SOLANO, 2018, p. 01), a pesquisadora faz uma análise empírica e teórica das condições que propiciam o surgimento desse fenômeno, no Brasil, que é um processo complexo e de múltiplas variáveis. Para tanto, Solano (2018) elenca alguns fatores conjunturais e estruturais.

Para a pesquisadora, a instabilidade democrática nacional e a ameaça aos direitos mais fundamentais são fatores de grande relevância que impulsionaram a penetração de uma nova direita, que se apresenta a partir de uma seleção e de uma combinação de elementos que se apresentam *como se fosse cool, pop*, com identificação com a rebeldia. Assim, tem-se uma estética *ciberativista* que visa à “lacrção”, à “gozação”, ao politicamente incorreto e se propõe como “vanguarda”, “contra hegemônica”, “contra sistema”, “contra ideológica”, escamoteando o discurso de ódio em formas de *memes* e vídeos divertidos, demonstrando que, nesse caso específico, não importa tanto o que se diz, nem como se diz, mas sim o acordo pactuado entre as partes.

Sendo assim,

[...] o fato é que o fenômeno Bolsonaro é muito maior que a viabilidade de sua candidatura. A penetração e capilaridade de suas ideias, a retórica e a mensagem nos diversos segmentos da população e o crescimento exponencial de sua intenção de voto devem nos fazer pensar que não estamos tratando da ameaça individual de Jair Messias Bolsonaro e, sim, da ameaça de um processo de “bolsonarização”, ou seja, a popularização de uma política antidemocrática, autoritária de extrema direita, que continuará para além do indivíduo em si. (SOLANO, 2018, p. 10)

Assim, compreende-se, a partir da formulação apresentada, a Bolsonarização como um processo social, cultural e político que se manifesta com Bolsonaro, mas não lhe é restrito. Nessa perspectiva, surgido o processo de Bolsonarização, a finalização da dinâmica não ocorre, simultaneamente, com o fim do mandato do ator político, que lhe oferece o nome, mas avança para um *ethos*, com mudanças

concretas e materiais na forma de se fazer política, e, por conseguinte, desemboca em transformações sociais e culturais.

A nomenclatura, usada por Solano (2018), que me interessa nesta tese, como escolha metodológica e didática, trata-se de uma tipologia que pretende sistematizar uma realidade concreta vivenciada no Brasil contemporâneo: a popularização da política antidemocrática, em uma estrutura tida democrática, baseada no autoritarismo de uma direita alternativa brasileira neoconservadora, que ganhou espaço de dizibilidade e visibilidade com a candidatura de Bolsonaro.

6.2 EXPERIÊNCIAS ESTÉTICAS DA BOLSONARIZAÇÃO E A BANALIDADE DA VIOLÊNCIA

É óbvio que a imagem do personagem do anti-herói (truculento, homem ordinário) não é um fenômeno recente. Todavia, o discurso de ódio escancarado, falado abertamente, sem nem um pudor, assustou parte da população e confrontou o imaginário brasileiro de cordialidade, de hospitalidade, de cristão, de harmonia racial, de passado idílico (“esquecendo” o genocídio de negros e indígenas, as ditaduras e seus porões), de pacificador (camuflando movimentos, revoltas e insurreições) etc.

É ainda importante salientar que a política, como “[...] guerra é enraizada no Brasil. A candidatura Bolsonaro apenas tocou fundo uma corda da alma nacional.” (ALONSO, 2019, p. 56). Afastou-se da política conciliatória, dos discursos de universalidade, da busca da pluralidade, próprios de um modelo de democracia burguesa liberal, em um País multifacetado, como o Brasil, para acirrar a “política da inimizade” (SOLANO, 2019, p. 317) que privilegia a polarização, o acirramento e a divisão.

É a política da inimizade. O outro é o negativo absoluto, o mal, aquele que ameaça a minha forma de existência e, portanto, deve ser exterminado. Obviamente se trata de apelo contínuo ao medo e de manipulação dos afetos negativos como instrumento político. Nesse sentido, para atacar o campo progressista e acadêmico, vale todo tipo de investida, mas preferivelmente as morais, como apresentar esses atores como aqueles que negam a possibilidade de existência da família tradicional cristã (questões envolvendo sexualidade, e frequentemente sexualidade infantil, foram muito eficazes).

Todavia, embora esse fenômeno do anti-herói truculento ou da política da inimizade, apostando no extermínio do outro, não sejam uma novidade, devo advertir que 1) a história não se repete da mesma forma e 2) os fenômenos sociais não são estáticos. A propulsão da vida permitem histórias cruzadas, imagens que se repetem e se transformam, na repetição, e afirmo, leitor(a), que a Bolsonarização se assenta nessa profusão de imagens gerando imagens: religiosas, políticas, sociais, históricas, como parte da estratégia que constrói uma nova direita alternativa brasileira neoconservadora.

A mera expectativa da vitória de Bolsonaro já fazia alguns de seus apoiadores darem mostras de como seria a nova ordem desejada: em Natal, um professor de história foi ameaçado de morte por ter ensinado o papel da Lei Rouanet no cinema brasileiro; em Manaus, um professor de letras da universidade federal local foi atacado por um aluno enquanto analisava uma música à luz do conceito de fascismo; em Brasília, livros de direitos humanos foram rasgados na biblioteca da UnB; o jingle da “Marcha da Família com Bolsonaro”, em Recife, oferecia “ração na tigela” às “cadelas” feministas; a torcida do Atlético Mineiro e do Palmeiras entoaram o canto: “Ô bicharada, toma cuidado, o Bolsonaro vai matar viado”. (MENDES, 2019, p. 233-234)

Bolsonaro foi construindo sua imagem pública a partir do dissenso, da crítica, da polêmica e, com isso, popularizou um discurso de gueto, apresentando-se como o político que vai governar apenas para os seus: os “cidadãos de bem”, e abre fogo contra brasileiros indignos que ousam pensar, posicionar-se, agir de modo diferente, como na imagem metafórica abaixo, contrariando a cartilha do discurso político amparado na universalidade, própria das democracias liberais.

Ilustração 33 – “Vamos fuzilar a petralhada”



Fonte: “Vamos fuzilar a petralhada”, diz Bolsonaro em campanha no Acre. <https://exame.abril.com.br/brasil/vamos-fuzilar-a-petralhada-diz-bolsonaro-em-campanha-no-acre/>. Acesso em: 21 jul. 2020.

Desse modo, pode-se afirmar que a Bolsonarização é a popularização de discursos de ódio, antidemocráticos e antipolíticos, travestidos de humor, com efeitos concretos na realidade social, já marcadamente exposta aos signos da opressão, da exclusão, do preconceito. Com efeitos concretos na vida concreta. Uma estética e um cultivo da violência encarnada no dia a dia e desencarnada de ética, compaixão e indignação.

Bolsonaro foi crescendo nas intenções de voto defendendo armas, atacando a diversidade e sugerindo fuzilar o (des)semelhante. O fato é que o Presidente eleito soube capitalizar algo presente na consciência imediata, funcionando ontologicamente, e utilizar-se de um processo que foi se construindo semioticamente: contra tudo o que está aí. E, em um estado de guerra, segundo Bolsonaro, que o PT colocou o Brasil, empunhar armas como artefato simbólico ou como ato concreto torna-se legítimo contra o inimigo interno (os marginais) ou externo (a ameaça comunista, bolivariana, ditatorial de esquerda).

A comunidade moral bolsonarista se estrutura na crença compartilhada em códigos binários, que divide o mundo em bem e mal, sagrado e profano, gente de família e indecentes, cidadãos de bem e bandidos, éticos e corruptos, nacionalistas e globalistas. Essas clivagens simbólicas simplificam a realidade, reduzindo sua complexidade a estereótipos administráveis, e ativam sentimentos coletivos de alta voltagem – o afeto, o medo, o ódio. Seu manejo reforça o senso de pertencimento a uma comunidade de semelhantes e estigmatiza os diferentes. A violência – física, simbólica ou política – protege o grupo, que se sente ameaçado desde o início dos governos petistas. (ALONSO, 2019 p, 52)

Defendo a reflexão de que o PT foi o grande protagonista do guarda-chuva da Bolsonarização. A ideia de que o PT é um grande perigo, que separou a sociedade, que provocou fissuras no tecido social e que polarizou os “cidadãos de bem”, dividindo-os em brancos *versus* negros, patrões *versus* empregados, ricos *versus* pobres, homens *versus* mulheres, é subterfúgio para o *slogan*: “Deus acima de tudo. O Brasil acima de todos”. Era, portanto, necessária a homogeneidade no lugar da estratificação, a Pátria em vez da classe. As hierarquias reconhecidas, aceitas e buscadas ficam na esfera do talento e do esforço, que “[...] iguala todos na subordinação às autoridades morais sobrepostas de nação e divindade. [...]. O que não se recupera, se elimina” (ALONSO, 2020, p. 54,56).

É importante reiterar que, como um processo, a Bolsonarização tem como *persona* Jair Bolsonaro, ao mesmo tempo em que ultrapassa o indivíduo e reverbera

em mudanças nas paisagens sociais, culturais e políticas. E, por ser processo, pode-se dizer que ainda está em movimento, em construção, podendo progredir, transformar-se ou se exaurir. Por isso, reforço o argumento que Bolsonaro vem operando um processo de Bolsonarização da esfera pública, ao popularizar o autoritarismo para a resolução de fenômenos sociais complexos, tratando as variadas formas de violências como banalidade.

Como figura política, representante e porta-voz do povo, Bolsonaro ativou sentimentos represados, em configurações que não se repetem, continuamente, como se estivesse em conserva pronto para se expuser, mas reforçou o senso de pertencimento e radicalizou o debate público, reduzindo-o a códigos binários que afetou os espectros da direita à esquerda. Petralhadas *versus* Bolsominions, esquerdistas *versus* fascistas é a sobre-elevação da disputa acirrada da arena pública, em que a posicionalidade não era lida mais como escolha legítima, mas como opostos aniquiláveis. Práticas até então não empreendidas desta maneira no debate político, mas que vai se apresentando, paulatinamente, cujo ápice é Bolsonaro.

Um movimento, portanto, de múltiplas variáveis, em que não se pode considerá-lo de modo isolado, estanque, mas como uma teia, unida, entrelaçada e entrelaçando-se, cheia de furos e vazamentos, como os contextos sociais específicos de produção, entre eles os descontentamentos, as frustrações, que encontraram terreno favorável à reprodução, cujo transpassar do tempo permitirá dimensionar os efeitos concretos, as transformações morfológicas e axiológicas.

Já expus que, no Brasil, Bolsonaro soube preencher esse vazio deixado pelos partidos tradicionais e se apresenta como novidade, uma rebeldia ao sistema. Portanto, segundo eles, **representante da verdadeira direita e dos valores conservadores**, uma vez que a mídia, as universidades, as escolas, os partidos fazem parte de um grande aparelhamento socialista/comunista regido, sobretudo, pelo PT.

Ilustração 34 – A engrenagem da anticorrupção e da agenda moral no guarda chuva do antipetismo



Fonte: Acervo da autora

Desse modo, os discursos iam sendo capitalizados por Bolsonaro, na medida em que os fatos iam ocorrendo, e, acima de tudo, estavam sendo reproduzidos, nas redes digitais. Com isso, Bolsonaro se apresentou como bairrista, reducionista, mas que, ao mesmo tempo, atraiu uma base de apoio sustentável e engajada, firmando um núcleo duro neoconservador que é ativista, que se coloca na cruzada do bem contra o mal a ser combatido, que fala tão alto e se expõe com tanta frequência que não tem como não ser visto, não atrair olhares e atenção.

O que me chama atenção na eleição de Bolsonaro são os sentidos e as formas de enunciação de seu discurso e projeto políticos. Personalista, antipartidário, conservador, liberal, moralista, salvacionista, como outros. Mas, de forma distinta dos demais, elegendo como **eixo central de sustentação política a violência aberta e o sentimento de ódio àqueles definidos como seus inimigos**. Uma violência autorizada e até mesmo incentivada, para ser vista como uma ação purificadora por todos os seus seguidores, já que estamos em tempo de comunicações digitais. (GOMES, 2019, p. 190, grifo nosso)

Bolsonaro contraria a cartilha de uma política conciliatória, que se faz através de pactos políticos, de alianças partidárias, de coalizões para tentar se firmar através de visões minimalistas, homogêneas, agressivas, como forma de provocar o espetáculo. O então Deputado agrava a incomunicabilidade entre opostos. Amplia o

espaço do discurso como território da propaganda, pronto para antagonizar, gerar discórdia, produzir conflito.

Com isso, modificações começam a ser operadas. Grande parte da população brasileira não se sente representada politicamente, tem passado por um processo de descrença das instituições responsáveis pela mediação dos conflitos e não se consegue ver como protagonista político. Com as mídias sociais, essa sensação pode ser escamoteada, o canal entre o representante e o representado pode ser, aparentemente, estreitado, na sensação de “gente como a gente”, de que agora se está unificado, mobilizado, reverberando na equação: seguir, curtir, comentar, compartilhar constantemente. Portanto, é-se ativo.

No campo subjetivo, pode-se ser lido como um líder cuja autoridade passa a ser reconhecida e requerida pelos seus e-leitores, chegando a influir no comportamento, na construção de modos de vida e de afeto. Além disso, expressa realidades sociais marcadas por sentimentos de frustração, ressentimentos e rancor, alimentando um discurso de fundamentalismo religioso, punitivismo contra as minorias, os movimentos sociais, lustrado em um discurso divertido. Com isso, a racionalidade, a impessoalidade, a argumentatividade retórica são aglutinadas para o plano do afeto, distanciando-se dos moldes da política liberal tradicional.

Não é possível negar que Bolsonaro ressignificou a semântica das palavras, perpassando pela transgressão dos dizeres, como já aponte. Opressor, gesto de armas, fuzilar os opositores, por exemplo, foram positivados, em um processo de banalização da violência, do ódio e da agressividade. Por outro lado, Direitos Humanos, minorias, sindicatos, movimentos sociais passaram a ser negativados. Já machismo, racismo, homofobia não eram vistos como violência, mas como um “mimimi”.

Tem-se, portanto, uma Bolsonarização que provoca desestabilização linguística, conflito epistemológico e ético-moral. Tem-se a desestabilização da retórica política, travestida em fora de *meme*, óculos da lacração e a profusão de imagens, que passam a fazer parte da nova estética política de combates simbólicos em busca da visibilidade, da aparência, do dizer, da atenção.

Além disso, considero que o Parlamentar produziu um projeto político específico à frequência dos seus e-leitores, retomando propostas demagógicas que povoam o imaginário popular brasileiro, como o discurso claramente populista contra a corrupção, como o maior mal do País, a favor da família, com Deus acima de tudo.

Propostas de um governo que diz representar o “cidadão de bem” cristão e heteronormativo, como será visto nesta última reflexão.

6.3 A CIDADANIA CRISTÃ-HETERONORMATIVA COMO PRODUTORA DE SENTIDOS E AFETOS

O palco é improvisado, mas o *script* está treinado. Ao som de uma plateia numericamente modesta, mas efusivamente participativa, em frente ao único aeroporto da cidade de Campina Grande, no interior da Paraíba, Jair Bolsonaro encena a fé judaico-cristã, no palanque da política partidária: “[...] como somos um país cristão, Deus acima de tudo”.

E continua o roteiro: “Não tem essa história, essa historinha de Estado laico não. É Estado cristão e quem for contra que se mude”. No enredo teocrático, os personagens principais serão as *maiorias*: “Vamos fazer o Brasil para as maiorias. As minorias têm que se curvar às maiorias [...] as minorias se adequam ou simplesmente desaparecem”¹³⁷. Em uma confusão interpretativa entre maioria numérica e expressividade política, mas repetida ao gosto de uma plateia ávida por espetáculos.

Eis a retórica da religiosidade do Estado e da politização da fé capitalizada como marca de autoridade política, como discurso que também consubstanciou a construção da imagem pública de Jair *Messias* Bolsonaro. Atrelado a isso, o combate às minorias “desadequadas”, “abjetas”, que estão “alterando a ordem social”: LGBTQIAP+, mulheres, população indígena, negros (as), estão espalhando o “mal”.

Movimento negro, feminismo ou Movimento LGBTQIA, são, para os bolsonaristas, grupos que sofrem preconceito, sim, mas estão abusando de seus direitos. Utilizam-se da vitimização, do mimimi para obter regalias do Estado e abala os cidadãos que não pertencem a essas minorias. (SOLANO, 2018, p. 01)

Assim, Jair Bolsonaro, como ativista conservador, irradia a tese de que “se você não é igual a mim, não tem direito de existir”. Ele capitaliza uma linguagem da uniformidade, homogeneidade, que encontra adesão e faz sentido para um grupo de

¹³⁷ É possível recuperar a enunciação dos Deputados no seguinte, conforme a publicação <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/video-nao-tem-essa-historinha-de-estado-laico-e-estado-cristao-disse-bolsonaro-em-comicio/>. Acesso em: 15 nov. 2018.

peças que se sente conectado cognitivo, emotivo, performática e simbolicamente, com esses discursos.

Com isso, a enunciação pretensamente cristã, de alta capilaridade social e com capacidade simbólica de influência, passa a ser o representante de uma comunidade que se diz “oprimida” pela *ditadura das minorias*. Minorias essas lidas como aquelas que têm gerado desestabilização das estruturas “naturais”, imprevisibilidade quanto ao futuro. Assim, a falsa narrativa da possibilidade de extinção da humanidade, com o crescimento numérico de *gays* e feministas, é anunciada e, como resposta, acarreta movimentos como “orgulho hétero”, que se pensam como subversivo e contra a ideologia “dominante¹³⁸” de esquerda.

Com mais de cinco milhões de seguidores no Facebook, o fato é que Bolsonaro representa uma direita que se comunica com os jovens, uma direita que alguns jovens identificam como **rebelde**, como contraponto ao sistema, como uma proposta diferente [...]. O uso das redes sociais, a utilização de vídeos curtos e apelativos, o meme como ferramenta de comunicação, a figura heroica juvenil do “mito Bolsonaro”, falas irrelevantes até ridículas, falas fortes, destrutivas, contra todos, são aspectos que atraem os jovens. (SOLANO, 2018, p. 07, grifo do autor)

Com as qualificações de autêntico, divertido, antissistema, determinado, corajoso, transparente, íntegro etc., Jair *Messias* Bolsonaro utiliza-se da espetacularização da fé e, conseqüentemente, da pauta religiosa da família, da disciplina, da autoridade, da heteronormatividade para se mostrar como um político com uma missão sagrada: mudar o Brasil e endireitá-lo¹³⁹.

Assim, presencia-se um neoconservadorismo, que segundo Lacerda (2019, p. 16) trata-se “[...] de uma reelaboração do neoconservadorismo norte-americano” e que, no Brasil, apresenta novas formas de controle social, em várias esferas como na educação com o Movimento Escola Sem Partido e as discussões da “Ideologia de Gênero”, que se dizem como uma iniciativa contra-ideológica, com o intuito de extirpar a contaminação político-ideológica das escolas brasileiras, aliando-se a uma proposta de educação e sociedade tradicional, unívoca, sem pluralidade.

¹³⁸ Ideologia que é narrada por esses grupos como a detentora dos meios de comunicação tradicionais (Organizações Globo, Folha de São Paulo), digitais (*Facebook*), aos sistemas de ensino (universidades e escolas públicas) e partidos políticos (PSDB, MDB, PP etc, todos de esquerda).

¹³⁹ “Muda, Brasil! Muda de verdade! Bolsonaro com amor e com coragem” foi trecho do *jingle* de campanha política. Disponível em: <https://conexaopolitica.com.br/eleicoes/jair-bolsonaro-lanca-jingle-para-campanha-a-presidencia-muda-brasil-muda-de-verdade/>. Acesso em: 14 dez. 2018.

Certamente, há fatores determinantes que vão desde a violência estrutural naturalizada na formação da sociedade brasileira até o colapso institucional da Nova República, passando pelo antipetismo alimentado pela mídia e por setores do judiciário em uma cruzada – um tanto seletiva – contra a corrupção nos últimos anos. Todas essas variáveis são decisivas, mas uma dimensão sobre a emergência da variante tupiniquim do conservadorismo atual ainda é negligenciada no debate público: sua íntima associação com uma política moral e sexual. (QUINALHA, 2019, p. 258)

Tem-se, portanto, no debate público, a tônica de uma política moral e sexual que compõe a matriz de uma cidadania religiosa e, conseqüentemente, heteronormativa. O termo cidadania tem se tornado semanticamente plural (e até contraditório, em alguns momentos), usado na economia, na política, na educação, na mídia etc. Para tanto, compreender como esse termo tem sido instrumentalizado é importante na compreensão da Bolsonarização e sua retórica de imposição de direitos e de deveres, fincados na manutenção do *status quo*, no apagamento da diversidade e, com isso, na restrição dos direitos para uma parcela, previamente, determinada: o “cidadão de bem”.

Martins (2000) esclarece que cidadania não é mais (ou não deveria ser) um termo restrito a apenas um grupo de pessoas que, ativamente, governa os “passivos acrílicos”. Cidadania, entretanto,

[...] é a participação dos indivíduos de uma determinada comunidade em busca da igualdade em todos os campos que compõem a realidade humana, mediante a luta pela conquista e ampliação dos direitos civis, políticos e sociais, objetivando a posse dos bens materiais, simbólicos e sociais, contrapondo-se à hegemonia dominante na sociedade de classes, o que determina novos rumos para a vida da comunidade e para a própria participação. (MARTINS, 2000, p. 13)

Percebe-se, na conceituação, que cidadania tem um papel ético-político cuja premissa tem como norte transformar as estruturas e as superestruturas produtoras e reprodutoras das desigualdades, logo se tem como intrínseca a participação dos indivíduos no rumo de suas vidas e não apenas de grupos, previamente, estabelecidos.

Mas, o que é a retórica do cidadão de bem? A expressão não é neutra, nem descontextualizada. Figueira (2019, p. 228-229) salienta que “cidadão de bem”

[...] manifesta sintaticamente uma separação de um estado de coisas: há os cidadãos que são “de bem” e eventualmente aqueles que, por oposição, seriam “do mal”. Diria que a questão com “cidadão de bem” é menos a proposta de uma conduta ética

possível, mas a projeção de uma separação moral já estabelecida, não almejada: em vez de “os bons cidadãos são aqueles que assim se comportam”, dir-se-ia “nós, cidadãos de bem, que somos aqueles que se comportam assim”.

É uma materialidade verbal pactuada que determina o modo de ser, de se pôr, de se comportar, ecoando uma figura discursiva carregada de memória, esquecimentos, produção, reprodução que reivindica a defesa da moral, da família e dos bons costumes. Nesse contexto, a retórica do “bandido bom é bandido morto”, propagada pela direita alternativa brasileira neoconservadora, encontra respaldo na ideia de que o “cidadão de bem” é uma vítima abandonada, desprotegida, esquecida, enquanto o criminoso é superprotegido pelo Estado. Essa moralidade, além da escolha de quem o Estado deve amparar, de quais costumes a escola deve ensinar etc., faz levantar o questionamento: mas, que moral, que família e quais bons costumes? Os dados levam a responder, entre outras possibilidades, a moral: de um fragmento da sociedade judaico-cristã e heteronormativa, associada aos conservadorismos e reproduzida, sobretudo, nas redes sociais.

Assim, “cidadão de bem” faz parte de uma formação discursiva que posiciona um espaço subjetivo em formação, adequação, homogeneização e diferenciação, da qual Bolsonaro capitalizou para compor uma narrativa representativa¹⁴⁰. Tratou-se, portanto, de colocar o interesse nacional (dos “cidadãos de bem”) sobre as particularidades dos marginais, fora da ordem (inimigos internos). “[...] Os alvos: a corrupção, que atribui aos partidos; o crime comum, que entrelaça o imoralismo (qual das drogas); e o esquerdismo, que associa a movimentos sociais, como o dos sem-terra” (ALONSO, 2019, p. 55), além dos desajustados à ordem, os “impuros”, como os LGBTQIAP+, que até o sangue, em doações, foi posto em suspeição, pelo então Deputado Bolsonaro¹⁴¹.

“A tensão agressiva e imaginária não tardou a responder em espelho regressivo, altamente sensível ao discurso demagógico” (DUNKER, 2019, p. 126). Uma teia imagética, evocada na construção de um tecido representativo, que tem um processo social em construção de uma retórica de demagogia, de uma religiosidade cristã, como universal. Ele diz:

¹⁴⁰ Salienta-se que há outros extratos na composição e o escolhido é apenas um fio da complexa rede.

¹⁴¹ Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/deputado-jair-bolsonaro-duvida-que-as-pessoas-aceitem-sangue-doado-por-homossexuais>. Acesso em: 22 jan. 2021.

JB: Eu sou cristão. Continuo sendo católico. A minha esposa é evangélica. [...] por coincidência meu nome é Messias também, bem vou aproveitar a oportunidade para dizer publicamente que acredito em Deus. [...] O Estado é laico e tenho dito que 90% da população brasileira é judaico-cristã e os outros 5 % é dessas religiões como essa daí [referindo-se às matrizes africanas] que tem que respeitar e o restante 3 a 4% são ateus, sem problema nenhum. O que nós não podemos admitir é que uma religião venha para cá no nosso meio querendo impor sua vontade pela força. (REDETV!, 2017, s/p.)

Dizer, publicamente, que acredita em Deus (o judaico-cristão, vale salientar), para muitos eleitores, e para uma mentalidade que associa esse credo à moralidade, à bondade, ofereceu um ponto de identificação: ele acredita em Deus. É importante frisar que normalmente, o eleitor utiliza-se de um ponto de identificação com o qual o político é assimilado. O caçador de marajás, o plano real, o programa Bolsa Família, por exemplo, povoam o imaginário popular remetendo, intuitivamente, a Fernando Collor de Mello, Fernando Henrique Cardoso, a Luiz Inácio Lula da Silva. E Bolsonaro, qual é o seu ponto?

Por trás de movimentos erráticos que aparentavam um zigue-zague discursivo e da distração diversionista que as frases mais explosivas ou estapafúrdias geravam junto ao sistema político e aos formadores de opinião, a campanha de Jair Bolsonaro, como qualquer campanha tradicional, tinha um discurso central, um posicionamento definido, um motivador fundamental com o qual buscava o voto, e soube manter o foco nessa mensagem. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 65)

Apesar de seus discursos erráticos, de uma espécie de zigue e zague de aparente volubilidade (diz, desdiz, rediz) havia um discurso central, o tema que lhe foi caro, do qual ele chamou de trivial. Sobre economia, educação, saúde etc., era possível vacilar, hesitar ou até não saber apresentar todas as respostas. Inúmeras vezes, o presidenciável repetiu que o Brasil foi governado por gente que se dizia capaz, preparada, mas que deixou o Brasil na crise, por falta de Deus, amor à Pátria e respeito às famílias, sugeria.

Jair Bolsonaro, através de uma política demagógica e manipulando emoções e afetos, foi se projetando com um posicionamento definido: acreditar em Deus e ser cristão. Eis o trivial, aquilo que é básico, que o político precisa dominar, insinuava. Sobre isso, pôs-se como sabedor. Tem-se, portanto, um cristão fundamentalista da pauta moralista de defesa do modelo de família tradicional cristã, contra o *kit gay* e a sexualização das criancinhas, isto é: o defensor da família.

Tem-se construções discursivas, de cunho, supostamente, cristão. Sua frase lapidar foi *kit gay*. Assim, o político contra o *kit gay* vai se fazendo presente na consciência imediata de uma parte da população brasileira e vai se manifestando, estabelecendo significação, ativando memórias, compartilhando repertório e encontrando adesão de uma parcela do eleitorado brasileiro. Por isso que esse tema lhe era trivial. O zigue e zague sempre voltava para essa temática.

Em janeiro de 2016, em uma publicação em seu *site* oficial¹⁴², o então Deputado trouxe à luz, novamente, o programa Escola sem Homofobia, denominado por parte do grupo da direita como *kit gay*. Como apontado na introdução desta tese, o programa foi uma iniciativa do Ministério da Educação de distribuir, nas escolas públicas de todo o país, um material informativo sobre dois temas transversais propostos pelo Parâmetro Curricular Nacional: gênero e sexualidade, mas que devido à pressão conservadora foi vetado em 2011, ainda no mandato eletivo da então Ex-Presidenta Dilma Rousseff.

Esse evento trouxe grande visibilidade para Jair Bolsonaro, não só pelo contexto social de produção das mídias sociais, mas a grande mídia também operacionalizou a visibilidade, ao optar por seu lado na arena discursiva e preferir propagar o nome *kit gay* à Escola sem Homofobia¹⁴³. Bolsonaro usou (e ainda usa), sistematicamente, a retórica do *kit gay* como promoção de sua imagem. Mesmo depois de vetado por pressão conservadora (anos atrás), o Programa Escola sem Homofobia continuava vivo no discurso do presidenciável, tornando-se subterfúgio para atacar a esquerda, o PT, os professores, a universidade, tornando-se um palanque político profícuo.

Durante o quadro de entrevista aos presidenciáveis, no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, Bolsonaro mostrou um livro infantil “Aparelho sexual e cia” e afirmou fazer parte do material escolar. A informação foi desmentida pelo Ministério da Educação. Assim, uma iniciativa contra o preconceito foi reconfigurada como um ataque à família, à honra, à inocência das crianças, à tradição, aos bons costumes, que a esquerda juntamente com o PT (o bode expiatório) estavam destruindo.

¹⁴² Disponível em: <https://medium.com/democratize-m%C3%ADdia/revista-do-grupo-abril-refuta-jair-bolsonaro-em-5-minutos-30e9fe30b015>. Acesso em: 02 out. 2017.

¹⁴³ Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/02/bolsonaro-critica-kit-gay-e-diz-querer-mudar-alguma-coisa-na-camara.html> e <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/bolsonaro-o-kit-gay-do-mec-e-as-loucuras-coletivas/>. Acessos em: 02 out. 2017.

Com isso, o ódio e o medo foram fermentando-se e Jair Bolsonaro passou a ser aquele que encampou a luta coletiva contra todos aqueles que estavam subvertendo os valores morais cristalizados e cristianizados. Dessa forma, a moral passou a guiar, com mais predominância ainda, a agenda política. Os direitos das minorias LGBTQIAP+, dos negros e das feministas passaram a ser visto como ameaça de que a diversidade saísse do controle. Não era somente nas novelas que os casais *gays*, a transsexualidade estavam começando a aparecer, mas também em praças públicas, nas famílias de brasileiros, tendo direitos expressos, alargando substancialmente os espaços de atuação e isso era visto como inadmissível, com um abuso de direitos e muita exposição. Em uma ideia, por alguns, de que até pode ter direitos, mas não muitos.

Com isso, blocos articulados de autorrepresentação partidária, especialmente formados pela bancada da Bíblia e pela Frente Parlamentar Evangélica, em uma coalizão evangélica e católica, historicamente impensável no campo eclesiástico, fortaleceram-se no Congresso Nacional. Nesse ínterim, por não se curvar ao “mimimi” das minorias, entendido como a motivação que desfibra, degenera e fragiliza as pessoas, Bolsonaro foi ovacionado como o opressor, como aquele que encara a “ditadura” do politicamente correto, consubstanciando a regularidade temática de boa parte de seus eleitores: gênero, sexualidade e, em consequência, religião, confirmando que as questões culturais possuem uma grande relevância, surgindo: “Prefiro perder a minha casa do que (sic) meu filho virar viado”.¹⁴⁴ Dessa forma, é importante destacar que machismo, racismo, misoginia, homofobia etc. não são simples opiniões, nem “mimimi”, ou vitimização. São violências simbólicas, físicas, estruturais, culturais, institucionalizadas que precisam ser combatidas, denunciadas.

Apesar de uma parcela não concordar com as posições mais agressivas do político, justificavam a servidão voluntária, a autorregulação, a tutela ao pai autoritário, que rege, domina, subjuga, interdita, acalma as pulsões, reprimindo-as, como um mal necessário. Assim, o político foi mobilizando uma paleta de conservadorismos, dos que pretendem conservar a ordem e a estrutura social sem que, para isso, precise eliminar o outro (sobretudo, LGBTQIAP+ e feministas),

¹⁴⁴ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2019/09/09/prefiro-perder-minha-casa-do-que-meu-filho- virar- viado- pesquisador- investiga- origem- do- voto- religioso- que- elegeu- bolsonaro.htm>. Acesso em: 24 fev. 2020.

apenas adestrar os corpos, principalmente representados pelos liberais-conservadores; aos protagonizados pela direita alternativa brasileira e os neoconservadores, em que a pauta econômica é secundária e pode ser terceirizada para um Posto Ipiranga, já que a moralidade, os valores religiosos, a defesa da família “natural”, a Bíblia é a nova Constituição e está acima de tudo, inclusive dos direitos humanos universais e dos direitos e garantias fundamentais.

Aqueles, porém, que não se adaptam/ajustam aos argumentos pretensamente “sagrados” são postos para a punição rigorosa. Uma política que sai do espaço beligerante *discursivo* entre oposições, próprio do embate de posicionalidades, para operar uma cisão social *concreta*: a cidadania dos “cidadãos de bem”, dispostos à autoridade política-paternal.

Iasi (2015) destaca:

Não basta a oposição a um governo, um debate sobre alternativas de sociedade. Isto tudo é racional demais. É preciso colar algo mais atávico, afetivo, que mobilize paixões irracionais. Daí a funcionalidade dos estigmas, e entre eles do anticomunismo, ainda que o alvo da raiva não seja, nem de longe, algo parecido com uma alternativa comunista. Desta maneira eu posso atacar, pedir o impedimento, xingar, desejar matar e acusar sem entender o porquê. Simplesmente porque é comunista (ou judeu, ou negro, ou homossexual, etc...). (IASI, 2015, s/p)

“O inimigo torna-se a retórica que justifica todas as violências e o medo torna-se o argumento central da política” (SOLANO, 2018, p. 09). Assim, em uma visão moralista e binária de simplificação da realidade social, um sentimento profundamente humano, o medo, foi explorado por Bolsonaro como ferramenta política que produziu um inimigo imaginário em comum: o *kit gay* e, conseqüentemente, a sociabilidade homoafetiva, como mobilizadores das paixões irracionais.

A narrativa foi testada, projetou-se, principalmente com a ajuda das redes sociais, da mobilização dos e-leitores, da produção de *fake news*, como um contágio que, segundo Abranches (2019), não cessa enquanto há receptores que possam ser infectados. Na luta simbólica pelo monopólio da palavra pública, a materialização em um produto detectável e sólido (o *kit gay*, a “mamadeira de piroca”, os livros infantis sobre sexo), mesmo paradoxalmente nunca tendo existido efetivamente, foi facilmente instrumentalizada, principalmente com a ajuda das redes sociais, que já

não são minoritárias e marginais, mas um importante instrumento de mobilização da população, com efeitos que não podem ser ignorados.

Assim, o discurso moralista colou como atávico e afetivo. Era necessário se proteger das ameaças imaginárias e reais. O debate público se formava em torno do delírio, na fórmula de mais delírio e menos informação, aliado a temores irracionais, com justificativas racionais para quem a vivia.

O medo tornou-se, leitor(a), a afetividade principal, que polarizou o debate, para depois apresentar a esperança: Bolsonaro. E a crença em um líder capaz de mudar situações indesejadas está gravada no imaginário social e religioso. Medo, esperança, redenção, frustração, insegurança, transformação são temas de abrangência universais, presentes do posicionamento da esquerda à direita. Da religiosidade ao ateísmo. Dos grandes centros urbanos às zonas periféricas.

Com isso, existem grupos que reagem. Reagem aos estímulos sociais, políticos, econômicos, culturais. E, com isso, buscam mudar o quadro social em que estão inseridos, seja repetindo linhas já conhecidas, seja buscando traçar novas rotas. Está-se sempre em movimento. E lideranças políticas podem proporcionar esse *movimento* cuja função inerente é mudar uma determinada realidade vivida, da qual é lida como não possível mais vivê-la.

Essas reações têm uma relação intrincada com os conservadorismos. A ideia da perda das regras sociais, das mudanças estruturais, dos momentos de crise que acarreta angústias e temores diante do que é, aparentemente, caótico, como se pôde perceber no discurso proferido na Câmara dos Deputados, pelo então Deputado, em 2010.

[...] Esses gays e lésbicas querem que nós entubemos, como exemplo de comportamento, a sua promiscuidade. Isso é uma coisa extremamente séria. O Presidente da Câmara dos Deputados tem que tomar providências no tocante a esse assunto. Nós não podemos submeter-nos ao escárnio da sociedade. [...] Essa história de homofobia é uma história de cobertura para aliciar a garotada, especialmente os garotos que eles acham que têm tendências homossexuais. [...] Pelo amor de Deus, meus colegas que estão nos gabinetes! Pelo amor de Deus! Daqui a pouco vem aqui um cidadão dizer que estou mentindo. [...] Não me agrada falar em homossexual. Eu realmente assumo o que disse na *TV Câmara*: se um garoto tem desvio de conduta logo jovem, ele deve ser redirecionado para o caminho certo, nem que seja com umas palmadas. Acusam-me de ser violento, mas não sou promíscuo, não sou canalha com as famílias brasileiras! (BOLSONARO, 2010, s/p)

É a agenda de igualdade de gênero e da diversidade sexual no quadro do neoconservadorismo na Câmara dos Deputados, mas não como forma de rever preconceitos históricos e marcadores sociais de opressão. Colocando-se como líder e representante povo, (com características de redenção e salvação: messiânico), Bolsonaro não está à margem do poder, mas usa do aparelhamento do estado em prol de um agendamento político e, para isso, recorre às referências da fé, da religiosidade a fim de alavancar capital político. Portanto, o *ethos* de capitão autoritário ecoa no discurso de quem se propõe a governar uma nação plural, miscigenada, diversa. Uma demonstração do policiamento cotidiano dos corpos, da sociabilidade normatizada.

Tentando impulsionar uma mobilização política populista, ao se colocar como representante das famílias brasileiras e, com isso, oferecendo aspectos de vontade supostamente coletiva, Bolsonaro apresenta manifestações claramente homofóbicas, em um país que assassina sistematicamente LGBTQIAP+, em que as desigualdades representam obstáculos para a construção de uma cidadania plena e instituições efetivamente democráticas. Sua cidadania plena dos “cidadãos de bem” é na interface da supressão do direito do outro. Sendo assim, o presidencialível poderia ser lido, pela população, não como alguém violento, mas como pai zeloso, que protege os seus contra os outros: bandidos, impuros, amorfos.

Diferente da mera vida animal, a vida nua é exposta à morte, destituída da proteção de qualquer estatuto jurídico. Quando o poder exclui do direito a sua vigência, o direito é incluído pela sua exclusão, o que lança as pessoas em um limbo jurídico. Essa condição de santos e malditos Agamben vê nos condenados à morte, nos perseguidos políticos, nos confinados em campos de concentração, nos imigrantes sem documento, nos refugiados e em todos aqueles que portam uma vida dita indigna de ser vivida. Assim, estados de exceção são encontrados nas situações-limite, mundo sem bordas, quando a vida nua é produzida pelos dispositivos contemporâneos [...]. Mas o mais importante é que estados de exceção são condição necessária para denunciar a solidariedade que se revela entre democracia e totalitarismo [...]. O que os une, contudo, é que tanto em um quanto no outro o exercício do poder político sobre a vida dos cidadãos os despe de sua humanidade, tornando-os meras vidas nuas. (SANTAELLA, 2016, p. 144-145)

Bolsonaro seleciona o seu alvo, a vida nua a ser exibida, desprotegida, desprestigiada, destituída, fadada à invisibilidade, ao pecado, à indignidade, à violência. E enunciou o seu método: “O filho começa a ficar assim meio gayzinho, leva um coro ele muda o comportamento dele. Tá certo? Já ouvi de alguns aqui,

olha, ainda bem que levei umas palmadas, meu pai me ensinou a ser homem”. Ou ainda: “Não vou combater nem discriminar, mas, se eu vir dois homens se beijando na rua, vou bater”. Apontou ainda as suas conclusões preconceituosas: “90% desses meninos adotados [por casais homoafetivos] vão ser homossexuais e vão ser garotos de programa com toda certeza desse casal¹⁴⁵”.

Dessa forma, a população LGBTQIAP+ é exposta à violência de quem sugere bater, dar o coro, discriminar e até “fuzilar” o diferente, sob a égide da Bíblia, em um Parlamento que também é da Bala e do Boi. Tudo isso em uma visão equivocada de que as expressões da questão social, assim como a crise do capitalismo, são consequências da desarrumação da família, dos valores tradicionais, da moral, da falta de religiosidade, resultando em violências físicas e simbólicas em nome de uma cultura cristã de “Deus acima de todos”. Um neoconservadorismo com modos singulares de violações.

JB: Olha só, olha só, olha só, pô. Se a pessoa não nasce menino e nem nasce menina, como é que a pessoal diz que nasce gay? Há uma contradição por parte do movimento LGBT. A maioria dos gays são simpáticos a mim e, digo mais, votam e mim. O que eu falei nesse momento, que teve essa bala perdida, foi o seguinte, se uma criança tá com o comportamento agressivo, chuta a canela do pai, cospe na cara da mãe, chega a um ponto que você é obrigado a tomar uma medida que vai além da normalidade, quem sabe dá uns tapas na bunda do moleque. E daí eu falei, nesse momento, caso o comportamento do menino seja ao contrário, é extremamente delicado, talvez o mesmo remédio cure o garoto ou lhe dê um novo comportamento, mas isso aí acho que é um assunto ultrapassado já, já me desculpei com quem de direito ali e tudo bem e toca o barco aí. (REDETV!, 2017, s/p.)

Com isso, sem diferenciar comportamento, gênero, sexo biológico, sexualidade, patologia ou usando as nomenclaturas que reforçam os preconceitos e apresentando soluções à base da violência física ou simbólica, como dispositivo de poder, linha entre os incluídos e excluídos do reconhecimento da dignidade e da proteção dos direitos é traçada. Bolsonaro requer a incorporação da cidadania heteronormativa como um conhecimento adquirido e naturalizado na prática social, sem colocar o *status quo* em suspeição, sem questionar o rol da “regularidade”. E o que não esteja normatizado, seja tido como doença, que, por isso, precisa de cura, de controle, de disciplinamento. “Sexismo, punitivismo, militarismo, anticomunismo e

¹⁴⁵ Disponíveis em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/04/14/interna_politica,951685/10-frases-polemicas-de-bolsonaro-que-o-deputado-considerou-brincadeira.shtml. Acesso em: 22 jan. 2021.

antipetismo convergiam, agora, de maneira mais aberta.”, alega Flávio Biroli no Prefácio de Lacerda (2019).

Apesar do processo de despatologização e descriminalização que a politização da identidade produziu, com a revolução de gênero, de sexualidade, é notório, em pleno século XXI, o discurso eivado de preconceito, de patologização, de heterossexualidade compulsória, mas “[...] como o conservadorismo cria uma comunidade simbólica, deixa de ser antiquado e passa a ser de relevância vital para aqueles que se sentem membros dessas comunidades”. (CUNHA, 2015, p. 10), principalmente quando se trata de uma sociedade que construiu, historicamente, a imagem de LGBTQIAP+ (ou de outras minorias políticas) como uma ameaça ao *status quo*, “[...] o homossexual passou a ser visto como uma verdadeira ‘espécie’ desviada e passível, portanto, de controle médico-legal” (MISKOLCI, 2007, p. 104).

Miskolci (2007) adverte que os temores de degeneração sexual (“inversão sexual”) camuflam o medo de transformação profunda em instituições como a família e, em consequência, a reprodução biológica, a divisão tradicional de poder entre homem e a mulher na família e na sociedade, a manutenção dos valores e da moralidade que compõe a compreensão da ordem e visão de mundo.

Na enunciação do então Deputado, é percebida como determinadas formas de sociabilidades representam perigo, desdobrando-se em mecanismos de resistência e de controle das transformações da sociedade, a partir da mobilização de pânico morais que são caracterizados pelo modo do qual a mídia, a opinião pública e os agentes de controle social reagem a determinados rompimentos de padrões normativos. Assim, refere-se a um temor coletivo que impulsiona uma reação social a um fenômeno considerado como perigoso, seja uma ameaça real ou um temor de que posições, valores, ideologias sejam alterados. E é moral porque se teme a uma suposta ameaça à ordem social, ou do que se idealizou dela, como instituições naturalizadas. Portanto, o pânico moral é inteiramente caracterizado, quando a preocupação e as reações coletivas são desproporcionais ao perigo real (MISKOLCI, 2007).

Uma das formas de um líder autoritário driblar instituições e, sem necessidade de lei ou qualquer ato formal, impactar o status quo e desestabilizar políticas públicas é a instalação do “pânico e circo” nos seus seguidores. O pânico coletivo brota quando sentimos nossa segurança física, patrimonial, de orientação sexual ou status social ameaçados. Pode ser espontâneo, diante de situações objetivas de crise, ou fabricado. O circo é um espaço de alheamento para o qual

seguidores alimentados pela intensa provisão de descrições falsas ou adulteradas dos fatos se deixam levar. Ao contrário da esfera pública, em que versões e argumentos podem ser testados, o circo é um espaço blindado contra o contraditório. O sentimento é canalizado contra um corpo estranho, tido como encarnação do mal. Esse corpo pode ser uma pessoa, um grupo, uma identidade ou mesmo uma ideia. Movidos por medo e raiva, seguidores se fazem agentes de um “governo com as próprias mãos”, uma versão mais disseminada e atomizada da “justiça com as próprias mãos” que leis e instituições democráticas buscam neutralizar. (MENDES, 2019, p. 231)

É lícito afirmar que o objeto do pânico moral pode ser algo novo ou algo que já existia, mas por motivos variados vai ganhando notoriedade. “[...] algumas vezes o pânico passa e é esquecido, exceto no folclore e na memória coletiva. Outras vezes ele tem repercussões mais sérias e duradouras e pode produzir mudanças tais como aquelas em política legal e social” (MISKOLCI, 2007). A homoafetividade, portanto, não é uma prática social hodierna, que de repente surgiu, causando impacto, medo do desconhecido etc., mas muitos(as) têm saído do invisibilidade, assumindo o seu lugar social, afetivo e cultural, no mundo. Todavia, o grau de aceitação e tolerância da diversidade não está dado, está em constante reavaliação (MISKOLCI, 2007), com avanços e recuos.

Como se cria um estigma, uma intolerância, um preconceito, há uma violência que se expressa como pânico moral marcado pelo temor de mudança da sociedade, de modificar as fronteiras morais sociais, logo transforma um temor em pânico, que mobiliza a aversão, a irracionalidade. Com isso, a concepção de Bolsonaro de que algo deve ser feito, isto é: “Vamos fazer o Brasil para as majorias. As minorias têm que se curvar às majorias [...] as minorias se adequam ou simplesmente desaparecem”, vai da adequação aos padrões normativos e às práticas sexuais, como o controle social na regulação do comportamento, na normalização do prazer, no controle dos afetos, destituindo-os de subjetividades, de visibilidade (esconder ou viver clandestinamente os desejos), já que para o então Deputado: “se um casal homossexual vier morar do meu lado, isso vai desvalorizar a minha casa! Se eles andarem de mão dada e derem beijinho, desvaloriza”; ou ao desaparecimento (sanatórios?, presídios?, campos de concentração?, abandono afetivo?). “Seria incapaz de amar um filho homossexual. Não vou dar uma de hipócrita aqui: prefiro

que um filho meu morra num acidente do que apareça com um bigodudo por aí. Para mim ele vai ter morrido mesmo”, disse o presidencial¹⁴⁶.

Destarte, “[...] Pela família e a inocência das crianças em sala de aula que o PT nunca teve, contra o comunismo! Pela nossa liberdade! contra o Foro de São Paulo! pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff [...], o meu voto é sim.”, Bolsonaro em votação para o prosseguimento do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, na Câmara dos Deputados, banaliza o ódio, em favor de um saudosismo dos tempos da lei, da ordem, da heteronormatividade, do culto à masculinidade, em nome da célula nuclear da religião judaico-cristã: a família (tradicional, logo uniforme). Com isso, mostra a relação intrínseca entre o pânico moral e a ideologia neoconservadora, por seu alto teor reacionário, fundamentalista.

A materialidade linguística do enunciado concreto, da comunicação efetiva, revela um sujeito discursivo que modula seu dizer a partir de contextos sociais, políticos, culturais, ideológicos e, por isso, reaviva uma memória que é discursiva, é coletiva. A homenagem traz, simultaneamente, ecos de uma voz que se quer visibilizar, de um lado: 1964, o governo militar, a ordem, a decência, o patriotismo, através uma memória que acha que pode ser recuperada; do outro lado e em paralelo: 2016, corrupção, a mulher terrorista Dilma Rousseff, o petismo, o caos, a desordem. Um misto de nostalgia, coragem e antipolítica.

Halbwachs (1990, p. 58) salienta:

E, aliás, difícil dizer em que momento uma lembrança coletiva desapareceu, e se decididamente deixou a consciência do grupo, precisamente porque, basta que se conserve numa parte limitada do corpo social, para que possamos encontrá-la sempre ali.

O Golpe, iniciado em 1964, estava conservado no corpo social de um grupo. O então Deputado abre o “Porão do DOPS¹⁴⁷”, assim como a lembrança da família tradicional, cristã, dos tempos de paz, harmonia e segurança. A materialidade foi a homenagem, foram as postagens em suas redes sociais, seus discursos. Bolsonaro ilumina lembranças que começam a reaparecer. Lembranças devidamente

¹⁴⁶ Disponíveis em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/bolsonaro-prefiro-filho-morto-em-acidente-a-um-homossexual,cf89cc00a90ea310VgnCLD200000bbccceb0aRCRD.html>. Acesso em: 24 jan. 2021.

¹⁴⁷ Grupo “Direita São Paulo” é responsável pela criação do bloco carnavalesco “Porão do DOPS”, em homenagem ao Cel. Brilhante Ustra e Del. Fleury, sob o slogan: “cerveja, opressão, carne, opressão e marchinhas opressoras” Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2018-02-08/bloco-porao-do-dops.html>. Acesso: 21 fev. 2020.

selecionadas e reiteradas, sempre que possível, em seus discursos, que inescapavelmente ativam muitas memórias. Uma luta hermenêutica, travada nas arenas das memórias sobre o passado, o presente e o futuro.

Mounk (2019, p. 11) adverte que não devemos, leitor(a), subestimar e nem menosprezar essas pessoas e esse fenômeno, coisa que a oposição tende a fazer, “[...] deixando a astúcia que espreita sob suas bravatas [populistas]”. Bolsonaro se apresentou (e se apresenta) como a figura detentora de capital simbólico, possuidor de uma bagagem de lembranças históricas, pertencentes à memória da Nação, e que pode ser evocada a partir de um quadro, teoricamente, desaparecido, mas continuamente recriado por um fundo artificial, ficcional, fragmentado, de um tempo que se sabe que não volta e não para.

É preciso, portanto, não deixar a astúcia reinar. É importante não permitir que as bravatas sejam normalizadas, a ponto de a execução ser banalizada “deveriam ter sido fuzilados uns 30 mil corruptos, a começar pelo presidente Fernando Henrique Cardoso¹⁴⁸”, de a tortura ser naturalizada “sou a favor da tortura¹⁴⁹” e desdenhada “quem nunca deu um tapa no bumbum do filho e se arrependeu¹⁵⁰?”, ironizou o Ex-Deputado e trigésimo oitavo Presidente do Brasil sobre as execuções de brasileiros durante a Ditadura Civil Militar, sob o governo do General Geisel. É imprescindível, caros(as) leitores(as), desbolsonarizar o debate público e as *práxis* sociais, simbólicas e afetivas.

Percebe-se, assim, a partir da fala do então Deputado, que ele se colocou (e coloca) em um campo social de posição estruturada, em que a luta da minoria por espaço ou para transformar uma realidade social de preconceito, de opressão, de violência física e simbólica, vivida no Brasil, é enfatizada como espaço em que as relações devem ser pela manutenção da desigualdade, pela fuga do diálogo, até em lugares de construção do saber, como a escola. Com isso, ratifica seu insuficiente conhecimento sobre as relações sociais e historicamente construídas. Isto é:

¹⁴⁸ Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/04/14/interna_politica,951685/10-frases-polemicas-de-bolsonaro-que-o-deputado-considerou-brincadeira.shtml. Acesso em: 22 jan. 2021.

¹⁴⁹ Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/video-sou-favor-da-tortura-atraves-do-voto-voce-nao-muda-nada-no-pais-tem-que-matar-30-mil-diz-bolsonaro/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

¹⁵⁰ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/05/11/quem-nunca-deu-um-tapa-no-bumbum-do-filho-e-se-arrependeu-diz-bolsonaro-sobre-geisel.htm>. Acesso em: 22 jan. 2021.

ênfatiza os consensos fabricados historicamente, em que há um comportamento normal em contraponto a um comportamento “ao contrário”, invertido, não aceito.

Sendo assim, o exercício de poder da classe dominante sobre a classe dominada, da “maioria” sobre a “minoria”, assume o caráter simbólico, o exercício da “magia” (BOURDIEU, 2001), em que muitas vezes não é necessário despende de energia, pois à autoridade simbólica é dado um poder, socialmente, reconhecido de impor uma visão de mundo e de inculcar determinadas visões e perspectivas, determinados gostos e distinções, seja na linguagem, seja na política, seja na religião, atingindo, portanto, praticamente todos os espaços de vivência humana. Isto é: um intenso exercício de poder.

A cidadania religiosa neoconservadora produz um imaginário de regras e dogmas que proíbem divergências: feminismos, LGBTQIAP+ são as vozes dissonantes (o neo-marxismo *gayzista-feminista*¹⁵¹), que provocam “anomia” social, sentimentos de ressentimento. A visibilidade dessas vozes dissonantes foi funcional para a mobilização e, em consequência, a coesão de grupos autoritários, movidos pelo medo, pela insegurança, pelo pânico, pelo ódio. Esses temas, destarte, não são pontuais, mas desvelam um conjunto de imbrólios estruturais do País, como o patriarcado, a heteronormatividade compulsória, a violência contra as mulheres, a cultura do estupro, a homofobia etc.

Além disso, o discurso religioso, ao qual Bolsonaro se filiou, da interpretação unívoca da criação homem e mulher é usado para legitimar e “divinizar” a violência simbólica, a fim de conter as atuações “heréticas” e evitar novas erupções. A rede de relação de poder, do qual a religião se assenta, organiza e põe em circulação um saber como consenso, usado de forma discreta e aparente para atender a determinados fins.

A ordem que integra (ficcionalmente) a todos os membros desse corpo, e que faz acreditar na metáfora em que todos têm igualmente a mesma importância na engrenagem do funcionamento, mas silencia que tem na cabeça o comando¹⁵².

¹⁵¹ Expressão de Olavo de Carvalho. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4b3StHWY1ms&feature=em-uploademail>. Acesso em: 29 dez. 2018.

¹⁵² “[...] A pesquisa do Datafolha que mostra Bolsonaro no segundo lugar também explicita de que lado da luta de classe samba o Deputado: além dos jovens até 24 anos, ele lidera entre quem tem ensino superior e entre quem tem renda familiar de mais de dez salários mínimos. Do outro lado, existe também um recorte de gênero, afinal, entre homens, as intenções de voto no militar variam entre 15% e 22%, mas entre mulheres ele atinge apenas entre 6% e 10%.” (Assombrações 2018. Caros Amigos. p. 26, mai 2017. Ano XX, nº 242.).

Assim, a unidade relativa aparente é saudada e os inúmeros tipos de alteridades são investidos de desmobilização.

Quando o padrão de comportamento e de atitudes dominantes é quebrado, portanto, o conflito contracenena. (VELHO, 1996). A violência legítima é instaurada, em nome da moralidade, da luta contra o comunismo, do desenvolvimento econômico ao lado de arrocho salarial, da maximização da jornada de trabalho, controle dos sindicatos. Pautas da direita.

A negociação de significados que o governo do PT proporcionou, caro(a) leitor(a), parece ter provocado uma anomização da vida social brasileira. A integração fictícia não estava mais assegurando a distinção concreta. A perda desse paradoxo tem se convertido em conflito aberto, em uma sociedade na qual a estratificação social é requerida e as distâncias sociais são solicitadas.

Os à margem podem vir para o centro, caso estudem, trabalhem e ganhem seu espaço. Meritocracia. Aqueles que não se esforçam que sejam levados para bem longe do alcance dos olhos: para as periferias, guetos, manicômios, cracolândia (desde que não seja próxima a cartões postais¹⁵³), cadeias, cemitérios. Quer-se miopia social. Lentes embaçadas.

Nesse cenário, como estabelecer a negociação? Velho (1996) diz que a negociação só é possível quando há uma noção minimamente compartilhada de justiça, que não é apenas restrita à esfera do Judiciário, mas do conjunto de valores e crenças que se referem ao bem-estar individual e coletivo. Assim, a violência desmedida não estaria apenas presa aos aspectos econômicos, mas relacionada também ao esvaziamento de conteúdos culturais, como os valores éticos.

Quinalha (2019, p. 266), por sua vez, alega que

Todo direito é, por definição, precário e frágil, fruto de luta política em torno de disputas de valores e sentidos. É, assim, uma construção social e histórica que pode abrir margem para avanços na sua consolidação, ou para sua total revogação. Não há direito adquirido que seja eterno e imutável.

Entretanto, mesmo que haja mudanças formais na garantia dos direitos, alguns desgastes já foram provocados. O debate público sobre gênero e sexualidade foi contaminado por uma cidadania religiosa heteronormativa obscurantista cujo

¹⁵³ Confira a ação de Dória, disponível em: <http://justificando.cartacapital.com.br/2017/05/25/o-que-ha-por-tras-da-acao-higienista-na-cracolandia/>. Acesso em: 25 jul. 2017.

resultado produzirá consequências no imaginário brasileiro que dificilmente será revertido facilmente (QUINALHA, 2019, p. 270), que também pode ser chamado de Bolsonarização.

Com isso, o choque cultural, a supressão do outro, são temas que não ficaram há cinco séculos atrás. Se tivesse ficado, Ustra, como o pavor de Dilma, seria celebrado? Mesmo que o mundo pareça em desordem, com o espectro do comunismo rondando, mesmo que o metalúrgico, classificado como analfabeto, ganhe a cadeira presidencial, ou a mulher tenha alcançado o mesmo espaço, ou ainda o homoafetivo tenha lugar de destaque na política a ira “santa” tem lugar de celebração? Responde-se: soluções antidemocráticas e autoritárias não podem ser celebradas.

Essa guerra já dizimou (e dizima) muitas etnias, raças, classes brasileiras, gêneros etc. Adorno lembra que é necessário expor Auschwitz para não se repetir. Pelos bons costumes, pelo *status quo* pode-se inferir, sim, que há um desejo, de uma parte da população, que se vê representada por Bolsonaro, que o monopólio da violência (seja simbólica e/ou física – a “necessária”) legítima seja maximizado. O Estado seria esse aparelho legítimo e institucional da violência. É necessário afastar esse cale-se.

Recorrer à violência física ou a uma violência mais “branda” (de fisionomia cinza, nas palavras de MICHAUD, 2001) como forma de liquidar a “agressiva” é torná-la interminável. (GIRARD, 2008). Para alguns dos seguidores, a ditadura – ou outro *modus operandi* de contenção do “caos” – pode ser esse meio de canalização, o sacrifício a ser sofrido a fim de apaziguar e ludibriar outra violência mais letal, mais aguda. O ritual da violência como “purificadora” de uma violência dita inaceitável. Bolsonaro, até onde é possível observar, arquitetou sua imagem respaldada pela administração do terror e, sobretudo, pela garantia da segurança dos indivíduos contra o *kit gay*, contra os menores infratores e contra uma escola partidária. Contra todos que não foram socializados da forma correta. Uma assepsia. A violência legítima.

Uma política que parece deixar o “Mercado” ser conduzido sem a mão reguladora do Estado - “a mão invisível” -, o comércio livre, que se diz possibilitador do bem de todos, e se digladiam para a política identitária. Assim, a flor que brota no asfalto (concreto, rígido, previsível) não pode se proliferar. Para Bolsonaro e para a

Bolsonarização, os da margem não podem fazer parte da cartografia brasileira. A imagem de um País pacificador, apesar da violência cotidiana, deve ser mantida. A ordem, inscrita no emblema nacional, precisa renascer. Os mitos serem recompostos. Tudo para uma suposta unidade da sociedade. Esses são alguns dos discursos dominantes vislumbrando, segundo eles, um novo tempo. E as medidas tomadas não são consideradas violência, mas meios que buscam a paz, a segurança e reequilibram a balança da justiça. Essa é a retórica tecida por Bolsonaro, em uma busca de uma cidadania religiosa e, em consequência, heteronormativa. Eis o tempo de progresso, de ordem e de mito inventado, por uma direita alternativa brasileira neoconservadora que chegou ao poder.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS (ALGUMAS REFLEXÕES)

Surto de Febre Amarela; morte por bala perdida; roubo de carga ao vivo; apreensão de armas e drogas nas cadeias de Goiás; rebelião e fuga de presos; o Brasil foi rebaixado na nota de crédito; economista internacional reforça a necessidade de reforma micro e macro, no Brasil; apartamento de Lula era subterfúgio de propina. Essa foi parte da pauta do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, exibido em 12 de janeiro de 2018. O cenário de caos ia se desenhando a cada exibição. O processo de subjetivação, fabricado socialmente, invocava a sensação de que a vida estava muito difícil de ser suportada, demonstrada por meio de imagens, em horário nobre, dentro dos lares.

Como escolher o que é memorável? Como valorar quais memórias devem ser preservadas ou esquecidas? Como utilizá-las para construir narrativas imagéticas? O que silenciar nessas construções? E o que acentuar? Sabe-se que a consciência é coletiva. Ela não está fechada sobre si mesma, nem vazia, nem solitária, mas recorre às lembranças, aos testemunhos, a fim de fortalecer, ou debilitar, ou completar aquilo que já se sabe sobre determinado evento. Tudo isso atentando, dialogicamente, para a contínua variação dos quadros sociais e da experiência coletiva histórica, em uma confrontação de percepções presentes e remotas.

Desta maneira, as memórias são construções edificadas pelos grupos sociais. São eles quem convence o que será memorável e institui o lugar social onde essas memórias serão preservadas. Os sujeitos, praticantes de intercâmbios sociais, estão

sempre à espreita, seja para trazer à memória o que pretende preservar, repetir e perpetuar; seja para silenciar o que se quer esmaecer.

Sendo assim, em um cenário de caos, a aspiração de dispor de um chefe político, que proporcione uma vida próspera, em um lugar eleito (mesmo que para isso necessite desapropriar os anátemas), não são figuras discursivas restritas apenas ao arsenal mítico-religioso, mas parecem se fazer presente na vida secular e, em consequência, nos discursos do político, sendo, por isso, chave de acesso para a compreensão dos discursos de anseios da sociedade.

Em conjunturas em que a pretensa unificação (“pacífica” e “legítima”) da sociedade é ameaçada pelos LGBTQIAP+, pelas feministas, pelo movimento negro etc., com o discurso dominante sendo questionado, as distâncias sociais de classes sendo minimamente reduzidas, como ocorreram nas plataformas políticas de cunho mais progressistas que foram os governos sucessivos dos Ex-Presidentes Lula e Dilma Rousseff, parece que a incerteza, a insegurança, a imprevisibilidade da mudança pode tornar o terreno profícuo para a construção de imagens supostamente determinadas, seguras, convictas, rígidas, como a de *Jair Messias Bolsonaro* e seu resultante em autoritarismo. E em um mundo que não se sabe aonde se vai chegar, logo parece mais seguro, mais estável, apegar-se a referências já conhecidas.

É fato, leitor(a), que a compreensão de como pensamos a sociedade e a nós mesmos, de como as tradições são construídas, de como as crenças são instituídas são objetos das Ciências Sociais. Todavia, é uma atividade complexa cuja busca pretende entender a realidade, afastar-se das simplificações, do imediatismo. Ademais, sabe-se que certas dinâmicas sociais são difíceis de serem operacionalizadas. É necessário tempo, reflexão, acuidade, rigor, sistematização. Assim, compreender os conservadorismos brasileiros da contemporaneidade, a direita alternativa brasileira, o processo de construção da imagem pública de *Jair Messias Bolsonaro*, a *Bolsonarização* à medida que as narrativas vão sendo produzidas, vividas e experienciadas é (e foi) uma atividade desafiadora, especialmente quando as nomenclaturas alastram-se, povoando das conversas do cotidiano aos espaços acadêmicos.

Por circularem de forma relativamente ampla e popularizada, tem-se a impressão de que são termos autoexplicativos, simplórios e atemporais. Todavia, o olhar mais atento registra que se está diante de fenômenos complexos, que podem

impulsionar transformações societárias. Tendo, desse modo, uma problemática de caráter teórico, empírico e aplicado.

Portanto, é importante empreender a revisitação dos mapas conceituais, a fim de verificar se os conceitos ainda possuem pertinência e, conseqüentemente, se há aplicabilidade na realidade concreta. Associar esses termos ao que eles sempre foram, sem perceber e considerar o presente, é anacronismo. É preciso compreender os fenômenos como processo, dinâmica, movimento. Especialmente sobre a atual cosmovisão das direitas (no plural) brasileiras, com uma paleta ideológica que requer esforço redobrado para a decifração por parte do pesquisador.

Sendo assim, depois do percurso deste trabalho, compreendo que patriotismo, nacionalismo, ideologia de gênero são alguns temas que povoam o imaginário popular do brasileiro e do mundo a fora, que de longe todos os temas se parecem, com um mesmo significante e significado. Mas de perto, percebe-se que a cadeia dos dizeres, que a pujança da realidade aponta para os pontos de regularidades, sem desconsiderar os movimentos fora da curva e a tropicalização aos moldes tupiniquins.

Depois desse percurso, é possível afirmar que se está diante de uma paleta de conservadorismos e de direitas. Na reflexão sobre as configurações dos conservadorismos brasileiros contemporâneos, entendo que há relações intrínsecas com a formação social e cultural da sociedade brasileira, apresentando-se nos pontos de regularidades sem perder de foco os pontos de fugas, como a direita alternativa brasileira, o neoconservadorismo e a Bolsonarização.

Portanto, é importante frisar: a retórica de Bolsonaro não é, simplesmente, conservadora e cristã. É reacionária, autoritária, opressora, antidemocrática e fundamentalista. Bolsonaro não é um mito, não é novidade, não é antissistema, não é “gente como a gente”, não é patriota, não é honesto, não é autêntico, corajoso e destemido. É uma peça publicitária, uma invenção fabricada por um *marketing* político muito bem elaborado, fincado em populismo digital, na demagogia, no espírito fascista.

Certamente, Bolsonaro não representa a população brasileira. Seguramente, nem todos aqueles que votaram em Bolsonaro, em outubro de 2018, comungam, completamente, de suas crenças. Há uma fatia que compartilha, incita e infla a sua cartilha “[...] São os que, como o eleito, veem o patriotismo como um enraizamento, a família tradicional como coluna mestra da vida e a violência como autodefesa.

Creem no mérito individual, no trabalho duro e em Deus” (ALONSO, 2019, p. 68). E, por isso, optaram, racional e emotivamente, pelos valores tradicionais, neoconservadores e de extrema direita.

De toda forma, pôde-se perceber que parte da população brasileira tem atravessado uma profunda crise democrática e representativa, cujo desalento possibilitou ser cooptado para o voto em Bolsonaro. Apesar do desencantamento, do desalento e da sensação de abandono institucional, nesse início do século XXI, sobretudo a partir da década atual (2010-2019), não se pode dizer que o interesse pela política partidária desapareceu ou decresceu. Considero que, sobretudo, com as redes sociais, a politização engajou uma parte da população.

Temas que antes estavam, aparentemente, muito distante da população como direita, esquerda, conservador, liberal, direitos humanos, mídia, comunismo, ditadura, Venezuela, China, Cuba vão sendo mobilizados como atalhos informacionais, como polaridade de opiniões, como escolhas morais, como princípios éticos, como determinadores de ciclos de amizade, especialmente na eleição de Jair Bolsonaro.

Em 2018, amplificado pelas manifestações de junho de 2013; pelos protestos contra os gastos na Copa do Mundo de 2014; pelas manifestações de rua a favor do *Impeachment* da Ex-Presidenta Dilma Rousseff, em 2016; pelo antipetismo gestado socialmente e midiaticamente, pelos escândalos de corrupção mostrados pela Lava Jato; pelo punitivismo espetacularizado na imprensa marrom de Datena, Sikêra Júnior e cia.; pela violência urbana escancarada nos telejornais etc. Bolsonaro surfou em todas as ondas que conseguiu se aventurar. E tende a investir, constantemente, nas retóricas das quais consubstanciou a sua imagem: de economia liberal, de política conservadora, de sociedade ordenada, de família cristã, de escola cívica e patriótica, de político “gente como a gente”, de político antipolítica, de teorias da conspiração, de político *online*...

Com isso, cativa uma base governista, fortalece a polarização, põe-se na pauta do dia, na economia das atenções que foi (e ainda é) tão fundamental ao seu fazer político e de seu núcleo duro que continua engajado no ativismo político, nas postagens constantes, na atualização dos *feeds*, no acompanhamento das *lives* semanais, no fortalecimento de comunidades simbólicas, nas conversas cotidianas, na produção de *memes*. Ao passo que desestimula outra parte do eleitorado que parece cansado do discurso beligerante; das inúmeras acusações de corrupção,

relacionadas à sua família; do aparelhamento do Estado e da interferência nos poderes da Polícia Federal, por exemplo; do ataque às mídias; da incapacidade técnica, psicológica e cognitiva de administrar a pandemia da *Covid-19*; da politização da vacina; do isolamento do Brasil no Sistema Internacional,

Desse modo, o *ciberespaço* e a conectividade foram um elemento relevante na eleição de 2018. Portanto, merecem um olhar atento, reflexões teóricas, metodológicas e empíricas. Como um lugar de imposição da imagem pública, o *ciberespaço* contribui para a modificação do estatuto da imagem, transformando-a, retórica e esteticamente. “Isso parece se prolongar em estilo de governança no qual postagens em redes sociais substituem lentamente assessorias de imprensa e demais mediações institucionais” (DUNKER, 2019, p. 121). Se as modificações irão persistir, só o tempo dirá. Sabe-se que variáveis múltiplas foram levadas em consideração, sobretudo com a novidade do e-leitor, a produção frenética de imagens-devir, o uso sistemático do *meme*, as “campanhas não-oficiais” desafiando o modelo *top down*. Além da política do espetáculo, da ecologia da aparência e da agoridade *online*, da pós-verdade, das *fake news* etc.

Está-se, portanto, leitor(a), diante de um mito inventado que encarnou o personagem político chamado Bolsonaro, capitalizou fenômenos e tradições para a construção de sua *performance*, desaguando, na sociedade, como novo *ethos*. Considero, dentro de todo esse percurso apresentado, o termo Bolsonarização como uma tipologia operacional para a compreensão de uma dinâmica social que atrela direita alternativa brasileira e neoconservadorismo da esfera pública brasileira (quicá da América Latina, atravessando o Continente).

Desse modo, a adesão ao discurso de Bolsonaro foi sendo construída paulatinamente. Gomes (2004) ressalta que uma imagem pública, para ser bem sucedida, demanda tempo. O tempo, como grandeza física, permanece o mesmo: divide anos, meses, dias, horas, minutos, segundos. Entretanto, a recepção e a percepção do mundo analógico não são as mesmas do mundo digital. A crítica precisa estar atenta a isso. O *voyeurismo*, o *panóptico*, a intimidade exposta, a tatilidade, o *meme*, o espetáculo, zigue e zague de assuntos, o e-leitor fazem repensar o estatuto da imagem pública e sua construção. O Parlamentar, que contracenou algumas vezes, na mídia televisiva aberta, na grade de entretenimento e humor, apenas com as mesmas polêmicas de sempre, mas cujas tônicas não alcançavam eco social, é aclamado como o representante da (extrema) direita, um

fenômeno nas redes sociais e Presidente da República Federativa do Brasil, na corrida eleitoral de 2018, por uma trupe barulhenta, ativa, engajada.

É fato: a mobilização de capital simbólico, para a efetivação do propósito presidencial, foi aplicada e ganhou capilaridade social. Embora a aderência a Bolsonaro não tenha se realizado de modo homogêneo (acho que nunca é!), houve frações de aglutinação como tentei elucidar durante a tese. A crise econômica, institucional e política são algumas motivações que favoreceram uma imagem tão intrigante, que se revestiu de uma política da inimizade, com potencial para a desidratação, fazia muitos pensarem que estaria fadada ao fracasso.

Com a modulação de tantos temas: da política, da ética, da vida privada, da cultura etc., Bolsonaro acabou suscitando mediações e recepções diversas, movendo sentimentos do amor ao ódio. Nesse ínterim, parece que compreendeu bem que era preciso oferecer respostas, dar acolhimento, mostrar amparo e, ao mesmo tempo, demonstrar firmeza, certezas, determinação e muitas doses de humor para suportar as agruras da vida. Portanto, a busca por segurança, estabilidade, tranquilidade, limites foi (e é) legítima. A *dramatis persona* foi propositiva, houve coerência entre a imagem fabricada e as atitudes enxergadas e compartilhadas pelo público. Uma simbiose entre forma e conteúdo. Ademais, o político atendeu, retoricamente, a demanda crescente da população por limitações morais, disciplina, ordem.

Houve um processo social e simbólico que possibilitou a produção do *mito*. Os e-leitores de Bolsonaro não foram meros “bolsominions”, alienados, um amontoado homogêneo, inerte, apenas massa de manobra, mas aderiram a uma imagem pública que lhes fez sentido, que estava em sintonia com suas frequências. Parzianello (2020) destaca que por mais difícil que seja admitir, o voto em Bolsonaro foi uma forma de resistência, contra tudo o que está aí. Um eleitorado que queria resistir aos quase 14 anos de PT na cadeira presidencial, às condenações penais, às denúncias de corrupção, às fraudes, amplamente espetacularizadas pelos canos da corrupção.

Bolsonaro é o resultado dessas buscas, desses afetos. Tomou como base a realidade complexa, para produzir soluções simples, moralizadoras, generalizantes, fixas e paranoicas de fácil apreensão e execução que não causavam dúvidas. Produziu a imagem de antissistema, de honesto, de escolhido. Por isso que tudo que se produzia contra ela era apontado como perseguição esquerdista, *fake news*.

O eleitor, em 2018, votou mediado por suas vivências. Não se pode negar que Bolsonaro produziu uma estética da linguagem, estabeleceu relações de poder, instaurou saberes e engajou e-leitores. O Presidente eleito, em 2018, soube utilizar da midiatização de uma crise econômica, social e política, operada no governo petista, especialmente no último mandato de Dilma Rousseff. O então Deputado e seu *marketing* souberam ainda ler os fenômenos do neoconservadorismo e da direita alternativa brasileira que estavam rondando o país. Surfou na onda de desencantamento com as estruturas institucionais. Convocou memórias de que o ontem estava melhor e que era necessário que a população, massivamente cristã, voltasse para os ideais de família, patriotismo e Deus no coração.

Com isso, foi se posicionando como o representante dos anseios populares e ofereceu respostas: a arma para se defender contra a “bandidagem”, o retorno da autoridade do pai de família que estava cerceada pelo Estado e pela escola, o desaparecimento do Estado na economia que não permitia o crescimento econômico, o fim do “toma lá dá cá” que favorece a corrupção etc. Assim, nos três campos estruturais, em que o pleito de 2018 mais se deteve, a saber: a corrupção, a violência e a agenda comportamental, o político ofereceu soluções. Simplórias, desqualificadas (e até infantilizadas), mas respostas: “[...] a mão que maneja o revólver, o ícone protetor das famílias e o pretense incorrupto” (FAUSTO, 2019, p. 157).

Além disso, Bolsonaro colocou-se como o porta-voz de uma sociedade ressentida e inconformada de ver seus espaços de atuação pública, cultural, social e econômica ser incluído por uma classe em ascensão. A visibilidade desses grupos “subalternos” como gays, lésbicas, travestis e transexuais era intolerável. E o discurso taxado de agressivo, por seus opositores, poderia ser lido e interpretado, por seus apoiadores, como coragem de enfrentar o politicamente correto, o sistema que estava oprimindo a maioria. Na cabeça de quem praticava essa cruzada do bem contra o mal, tudo era muito fácil de compreender. Ele falou a língua de uma parcela da população brasileira. População esta que estava enredada pelas motivações de 2018.

Assim, a suposta quebra da ordem empreendida por todos os governos da Segunda República tinha causado desequilíbrio e, com isso, pedia resposta. Uma resposta que restabelecesse o equilíbrio social, que garantisse que a realidade não iria sofrer alteração, imprevisibilidades, incertezas quanto ao futuro. E população

parece que começou a entender que o Estado não é neutro na sua agenda e nem na sua capacidade de promover políticas (não é à toa a proposição “irmão vota em irmão”). Sendo assim, com Bolsonaro e a disciplina dos corpos, com a contenção dos corpos maleáveis e moldáveis, as questões da criminalidade, da homossexualidade, da corrupção e do pecado (“o corpo é morada, templo de Deus”) seriam resolvidas. O ato moralista é apresentado como necessário para reeducar, corrigir, curar esses infratores da ordem. Tudo para um bem maior: uma sociedade padronizada.

A cisão social fabricada pela sua peça publicitária do “contra tudo o que está aí” foi bem sucedida. O credo de ordem ao caos e do “cidadão de bem” teve sua parcela de contribuição nos resultados das urnas de 2018, apesar de nem todos os apoiadores comungarem com o discurso de ódio, reitero. Entretanto, a frase lapidar, que unificou muitas frações de adesão, foi a defesa da família cristã e combate ao *kit gay*. O seu palanque político foi a agenda cultural, a administração da moralidade e o domínio dos corpos, apesar de, paulatinamente, ter ido adotando um programa econômico neoliberal com a escolha de um Posto Ipiranga para a agenda econômica.

A mobilização do afeto foi norteando o debate e deixou visível como o então Deputado ia mobilizando capital político para construir sua imagem. A agenda cultural, portanto, foi, por extensão, uma pauta contra o governo em exercício, especialmente o PT. E daí, avançou em antipetismo, antipolítica, antissistema, antimídia, anticomunismo etc. A polarização afetiva e racional se fortaleceu, radicalizou-se.

Bolsonaro foi nomeando e predicando seus opositores, ao passo que ia amalgamando mais “valores” à sua imagem. Construiu-se como o “novo” que vai fazer algo novo. O voto nele era uma resposta contra o velho: o *kit gay*, a corrupção, o petismo, o comunismo, a insegurança pública, a crise econômica, os menores infratores, os ativistas sociais, a mídia de esquerda, os professores doutrinadores, os artistas esquerdopatas, as feministas feminazis, o politicamente correto... E as indignações, o medo, ressurgiram e misturaram-se em um ciclo de esperança.

Assim, os impactos de diferentes forças se coadunam, em busca de um Brasil melhor e diferente. E Bolsonaro foi visto como um homem diferente, capaz de colocar ordem na casa, cultivado no imaginário popular na representação do pai de pulso firme. Interpretações e sensações pessoais à flor da pele.

Bolsonaro foi se pondo como o homem ordinário, gente como a gente, longe do espectro da política profissionalizada e demonizada. Expôs-se através do signo da simplicidade, da autenticidade, levando milhares de homens médios, metaforicamente, ao poder, representando as vozes de uma mediocridade que se elevou e teve a sensação de segurança. O medo do novo pode ter sido também um desses propulsores para o espetáculo de um sujeito gente como a gente. Entretanto, Schwartzberg (1977) lembra que, de início, a mediocridade atrai, mas depois cansa e o eleitor vai à busca de outros espetáculos mais complexos. Eis a esperança de dias melhores e governantes não autoritários.

Desse modo, uma estratégia eleitoral com um plano político bem arquitetado foi executada pelo clã Bolsonarista. A novidade do alcance das redes sociais, o estímulo à participação, o engajamento constante mudaram a forma de fazer imagem pública, de ela ser vista e ser lembrada. O espetáculo era maximizado, a exposição narcisista sobrelevada, as criações de controvérsias exploradas. Tudo com o intuito de chamar a atenção, com o sensacionalismo presente, e depois viralizar. A fórmula da *internet*, do espetáculo, da aparência surtiu efeito. Bolsonaro, como *youtuber* político, estava à vontade em seu palanque que o aproximava de seus e-leitores e o afastava da imagem do político tradicional, sem cara, jeito e linguajar de político tradicional. Tinha-se a grande novidade: um político populista digital. E um labirinto retórico: um político com três décadas, na política partidária, que nega a política, sendo político.

Eis o político antipolítica, que tem tentado promover uma inquisição contra a Democracia Liberal, uma cruzada contra a política partidária, uma demonização dos agentes públicos. Para tanto, utiliza-se do aparato institucional e ainda recebe vencimentos públicos. Destarte, parece-me que a guerra não é, necessariamente, contra a política, contra “tudo que está aí”, mas a favor do cerceamento da liberdade, da diversidade, da alternância de poder, que a Democracia, apesar de suas falhas, pode propicia. É totalitarismo. O espírito fascista nos circunda, com ares de novidade, de *meme*, de aparente irreverência.

Assim, ele soube tencionar a tradição e a novidade. A experiência da política partidária com a negação da política. Os valores ligados à igreja, à família que sempre estiveram presentes na sociedade brasileira, como um solo seguro, também foram re-convocados, por um discurso populista, através de um populismo demagógico difundido em forma de imagens visuais. Era o ápice da iconografia

pública e da imagem pública, aliado ainda à adesão ao mercado financeiro e ao agronegócio (representados pela bancada da bala), à indústria armamentista e à recreação bélica (representadas pela bancada da bala e da metralhadora), à moralização dos costumes e dos valores (representada pela bancada da Bíblia).

Mounk (2019) lembra que Bolsonaro é um dos adversários mais poderosos que a democracia brasileira enfrenta em meio século, encarado como o evento mais significativo após a queda da Ditadura Militar e menosprezar ou subestimar o político e, em consequência seus apoiadores, é um dos erros que a oposição deixa para reflexão, um dos erros que rendeu a cadeira presencial, mas também deixou uma lição de que se deve lutar pela sobrevivência da Democracia.

As respostas aqui, todavia, não estão dadas. As reflexões apresentadas são apenas uma possibilidade de uma realidade complexa e multifacetada. O ciclo arquetípico do herói salvador ainda está em processo. Está-se presenciando, leitor(a), a ascensão do líder, mas também há a crise e a queda na composição arquetípica. Por hora, a mudança que se presencia, no governo em exercício desde 2019, não é apenas na cadeira presidencial. Não é um mero ciclo de alternância do poder. Tem-se uma mudança relevante cultural, política, econômica e social. Bolsonaro trouxe o porão para a sala da casa. Espetaculariza a violência que se escondia na profundidade de alguns, no anonimato de *avatars* digitais de outros e nos mitos do brasileiro cordial e da democracia racial. O indizível tornou-se liberdade de expressão. Uma violência contínua e perversa reproduzida sistematicamente.

E nesse cenário, tudo isso diz muito sobre a sociedade. Diz sobre a política. Diz sobre a cultura. Diz sobre a ética, sobre os valores morais. Diz sobre violências. Diz sobre Bolsonarização. Diz sobre a mediocridade. Diz sobre a ignorância. Diz sobre a maldade. Diz sobre a ingenuidade. Diz sobre desencantos. Diz sobre esperanças. Diz sobre a resistência. Nesses acontecimentos em curso (multidimensionais), parte da realidade brasileira vai se desvelando e se dizendo. Infelizmente, há um processo de popularização da antidemocracia, cujos efeitos não se podem denegar e cujos resultados ainda não se conseguem mensurar.

A exemplo: da elevação do discurso de ódio, da emergência do (neo)fascismo, da criminalização do comunismo, da desconstrução do lulismo, da exaltação do porão da ditadura, da imputação da “desordem” social aos direitos humanos, do agigantamento das bancadas da bala, boi e bíblia, entre outros. Não são circunstâncias transcendentais, mas contextos sócio-cultural-psico-politicamente

construídos, que analisados detidamente encontram um legado na estética da racionalização do mal, reverberada por Bolsonaro, como sujeito dos dizeres.

O medo do convívio com o diferente, com o “estranho” se agrava à medida que diferenças culturais são salientadas. A leitura de que o mundo está ficando muito estranho, a cartografia está sendo alterada, o natural está sendo desvirtuado, aflora sentimentos. Desse modo, o ódio, o racismo e a violência reaparecem, alimentando figuras autoritárias, no Brasil e no Mundo.

Desse modo, leitor(a), não posso deixar de esclarecer que igualar democracia apenas à vontade da maioria e a uma pretensa vontade do “povo”, a partir de figuras autoritárias acima de tudo e de todos, pode levar a população ao totalitarismo. A história já ensinou isso. É necessário lembrar. É necessário dizer. É necessário explicar. É necessário dialogar e é necessário entender as demandas, os receios e os temores do outro. Revisitar a minha e a sua opinião, que está intocada, expandir o pensar, praticar o ouvir.

Portanto, é necessária reflexão, tempo, calma, em dias nos quais a certeza absoluta é despejada nas redes sociais. Aliás, as redes sociais também precisam ser analisadas para que se torne possível compreender como elas podem alterar o estatuto da imagem pública política, além do impacto que elas produzem no comportamento do eleitor, na sociedade e na cultura, como já observei.

Por hora, o que posso dizer é que pelos bons costumes, pelo *status quo*, contra o *kit gay* e a mobilidade social, o neoconservadorismo e a direita alternativa brasileira, que têm como representante Bolsonaro, mobilizou o medo e poderá aprofundar ainda mais as desigualdades sociais, de gênero, de sexualidade, em nome de uma cultura cristã e uma cidadania religiosa e heteronormativa. Materialidades que compõem uma realidade assentada nas relações de opressão, sobretudo, em relação às expressões de gênero e às práticas sexuais, o que estimula o ódio, fomenta o preconceito e fabrica o medo (pânicos morais). Essa retórica do neoconservadorismo bolsonarista ativou paixões, mobilizou irracionalidades, levando a decisões ilusórias e a respostas simplórias. Usando o nome de Deus, “o Estado é cristão”, os LGBTQIAP+ e as feministas estão na mira de se adequar ou desaparecer. Violações de direitos humanos, sob o argumento genérico de ordem e segurança.

Todavia, diferentemente do que o Presidente Bolsonaro gosta de anunciar, os direitos dos LGBTQIAP+ e das mulheres não estão garantidos. Esse grupo não está

abusando dos direitos. E tampouco há uma ditadura neo-marxista *gayzista*-feminista em um país no qual o número de assassinatos a LGBTQIAP+ e a mulheres é assustador. A pauta anti-opressão, que denuncia comportamentos e estruturas opressoras, deve ser uma reivindicação constante. E a população deve ser mais bem informada sobre isso e não subestimada em seu processo de compreensão.

É melhor Jair se acostumando? A figura autoritária de Bolsonaro não dissimulou a face austera, não houve eufemismo. Ele afirmou que não seria o Jairzinho paz e amor, fazendo alusão a Lula, que precisou se adaptar para vencer nas urnas. Para Jair *Messias* Bolsonaro é a boiada da guerra, ódio e punição passando e mirando sempre o outro, porque esse outro é ameaça e violência. Eles são “cidadãos de bem”. A logicidade do discurso bolsonarista é de que o “maculado” seja retirado da comunidade, para restabelecer a paz. A supressão torna-se uma necessidade. Uma leitura de que uns precisam padecer para que outros desfrutem o paraíso. Uma continuação da guerra por velhos e novos meios.

Tem-se, portanto, um discurso salvacionista (projeto utópico de direita?), trajado de autoritarismo, impondo uma visão de mundo dominante, uma religiosidade aceita e fixando os direitos requeridos como fixos, intocáveis e imutáveis, em uma democracia cuja cidadania plena é uma realidade formal e não concreta. Dessa forma, não se pode relegar esse fenômeno da Bolsonarização, nem minimizar os seus efeitos, uma vez que o meio social foi propício para sua aceitação e validação. Esse processo está no tecido social. Há “[...] uma nova inflexão nos valores e práticas da chamada Nova República, ao atingir ao menos dois pilares fundamentais: a convivência com a pluralidade política e o respeito à diversidade social” (GOMES, 2019, p. 176). Suas declarações “[...] colocam em xeque, sem qualquer pudor, o direito à existência de um segmento da população, além de respaldar os já alarmantes índices de violência letal contra LGTBS” (QUINALHA, 2019, p. 260).

Além disso, como já disse, traz um movimento neoconservador atrelado ao neoliberalismo, com um componente religioso fundamentalista, justificado pela teologia da prosperidade, com grande capilaridade social e apresentando, paulatinamente, mudanças qualitativas nos meios de comunicação, na realidade social; também conduz uma direita alternativa brasileira a partir de expressão política prática-discursiva beligerante, tida como revolucionária (a classe média conservadora mobilizada), que se diz lutar, arduamente, contra a corrupção, mas é

adepta a um racismo estrutural, à distribuição desigual de oportunidade, à violência do Estado, ao obscurantismo, ao negacionismo, ao militarismo da sociedade civil e que encontra, nas manifestações de rua e no *ciberespaço*, seu lugar de ativismo sócio-político, cujos efeitos ainda são difíceis de mensurar; ainda ajuda a provocar uma transformação na política partidária tradicional, em que alguns dos partidos fisiológicos podem ir se apresentando como ideológicos; além de apresentar uma possível ruptura dentro do Estado Moderno, em que a separação entre política e religião passa a ser questionada e cujos resultados podem ser motivadores para se ultrapassar a linha da civilidade para a barbárie.

Por fim, Bolsonaro é resultado de um processo social, de uma realidade concreta e material, que requer o entendimento das motivações e dos medos vivenciados por uma grande parte da sociedade. Há uma convergência de fatos, muitas mediações, e Bolsonaro como um ponto que agrega uma possível nova era multifacetada e complexa. Pode ser que Bolsonaro seja a expressão de uma mudança epistemológica, em gestação. Só não pode ser lido como banalidade, ou como apenas mais um político. A realidade brasileira mostra que há uma disputa em curso. Narrativas em disputas. Todavia, os efeitos já produzidos não podem ser minimizados, nem descartados. Bolsonaro é o representante do espectro ideológico e, acima de tudo, é Presidente da República Federativa do Brasil. Logo, suas enunciações não são palavras jogadas ao vento, mas surtem efeitos prático-discursivos.

Sobre esse movimento da história, é muito difícil compreendê-lo e apreendê-lo, quando ainda se está dentro dele, vivendo no processo encadeado de eventos e sendo afetado por ele. Por hora, posso tirar uma lição básica, povoada por questionamentos. É preciso aprender com os nossos erros e ensaiar uma sociologia do futuro, através da escuta ativa. A população falou sobre seus medos, seus traumas, seus desejos. Como dialogar com a população? Como entender suas demandas? Como não menosprezar suas motivações?

Não tenho todas as respostas, mas sei que é preciso resgatar a nossa empatia, nossa humanidade, nosso cuidado, leitor(a). Não é possível naturalizar a impiedade, a falta de empatia. O Presidente eleito, entre muitas outras demonstrações de barbaridade disse: “Já está feito, já pegou fogo, quer que faça o

quê?¹⁵⁴”, sobre o incêndio no Museu Nacional. Sobre a pandemia do novo coronavírus, chegou a afirmar que “Até porque o brasileiro tem que ser estudado. Ele não pega nada. Você vê o cara pulando em esgoto ali, sai, mergulha, tá certo? E não acontece nada com ele¹⁵⁵.” Ou ainda: “Falar que se passa fome no Brasil é uma grande mentira. Passa-se mal, não come bem. Aí eu concordo. Agora, passar fome, não. Você não vê gente pobre pelas ruas com físico esquelético como a gente vê em alguns outros países por aí pelo mundo¹⁵⁶”.

Essas e outras falas, que compõem esta tese, têm por intuito não nos deixar esquecer quem é esse mito inventado, leitor(a). O registro é bom para fazer lembrar e, portanto, inferir que a consciência social é fundamental, que justiça social é imprescindível, que cultura democrática é vital e que a educação não se pode fazer com a reprodução do lugar de privilégio, mas como educação popular, atenta para o exercício da cidadania, em que os cidadãos (todos eles) participem, efetivamente, das decisões políticas que os afetam diretamente. E a política pode ser esse espaço que demanda debates, argumentos, entendimentos e, portanto, solidariedades. Sem esse mínimo, nós, brasileiros, estaremos sujeitos a políticas e políticos autoritários, a votos volúveis e mudancistas, a ondas que podem fraturar o Estado Moderno, o conceito de solidariedade, de Sociedade Civil e Democrática.

Por fim, sem ao fim ter chegado, preciso dizer que o ato solitário da escrita, requer tempo, exige dedicação, solicita renúncia, especialmente quando se trata da produção de uma tese em que o objeto não está à parte, distante para ser dissecado pelo analista, mas está tão perto que interfere no meu modo de ver, agir e ser no mundo. Certamente não sairei desta escrita da mesma forma em que entrei. A gente nunca sai. Nesse processo, aprendi com as leituras teóricas, com as conversas entre os pares, com a observação do *ciberespaço* e com a poesia que a vida embrulha tudo, leitor(a). Ela nos embaraça, confunde-nos, anima-nos e nos inquieta, mas o que ela nos quer é CORAGEM! Por Marielles, Cláudias, Esthers, Ágathas, Robertos, Amarildos, Luises, Adilson, Gabriéis e Severinos, Isabellys, Elizabeths e por você, (RE)EXISTIREMOS, pois eles passarão!

¹⁵⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/04/ja-esta-feito-ja-pegou-fogo-quer-que-faca-o-que-diz-bolsonaro-sobre-incendio-no-museu-nacional.ghtml>. Acesso em: 22 jan. 2021.

¹⁵⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/26/brasileiro-pula-em-esgoto-e-nao-acontece-nada-diz-bolsonaro-em-alusao-a-infeccao-pelo-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 22 jan. 2021.

¹⁵⁶ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/passar-fome-no-brasil-uma-grande-mentira-diz-bolsonaro-23818496>. Acesso em: 22 jan. 2021.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ALBUQUERQUE, A. **Um outro quarto poder**: imprensa e compromisso político no Brasil. *In: Contracampo*, Niterói, n. 4, p. 23-57, 2000.
- ALBUQUERQUE, Herbert Lins de.; AMARAL, José Januário de Oliveira. **Populismo como expressão de afirmação regional em tempo de incerteza**. *Geographia Opportuno Tempore*, Londrina, v. 4, n. 3, p. 43 - 57, 2018.
- ALENCAR, Gustavo Patrício. **Neoconservadorismo religioso em grupos protestantes**. *In: Anais dos Simpósios da ABHR*, 2015.
- ALMEIDA, Carlos Alberto. **A cabeça do eleitor**: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- ALMEIDA, Ronaldo. Deus acima de todos. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ALONSO, Angela. A comunidade moral bolsonarista. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- AGGIO, C. **Campanhas online**: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. *Opinião Pública*, 16(2), 2010, p. 426-445.
- AQUINO, A. R.; ASSIS, M. D. F. P. de. **Narcisismo**: subjetividades contemporâneas. *ECOS Estudos Contemporâneos de Subjetividade*, 6(2), 2016, p. 306–318.
- AZAMBUJA, Celso Candido de. Efeitos McLuhan. *In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- BARROCO, Maria Lúcia S. **Não passarão! Ofensiva neoconservadorismo e Serviço Social**. *Serv. Soc. Soc.*, São Paulo, nº 124, out./dez., 2015. p. 623-636.
- BARROS, Celso Rocha de. Uma história de dois azares e um impeachment. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- BARTON, David; LEE, Carmen. **Linguagem online: textos e práticas digitais**. Trad. MOTA, Milton Camargo. 1º ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- BEIGUELMAN, Giselle. Entre cinema lascado, tecnofagias e outras alternativas ao “capitalismo fofo”. *In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

BEZERRA, Ada Kesea Guedes. **O Mito Lula: Política, Discursos e Cenário Midiático**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) PPGCS. Campina Grande: UFCG, 2011.

BOLLE, Monica B. de. Em nome de quê? A política econômica no governo Bolsonaro. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

BOURDIEU, Pierre. Sobre o poder simbólico. *In: BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p.07-16.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. *In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

CALDEIRA NETO, Odilon. **Frente nacionalista, neofascismo e “Novas direitas” no Brasil**. Revista Faces de Clio. vol. 2 , nº. 4, jul/dez, 2016.

CARREIRÃO, Yan de Souza. **A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras**. Florianópolis: Ed. Da UFSC; Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.

CARVALHO, Olavo de. **Resumo do que penso sobre 1964**. 2004. Disponível em: <https://direitasja.com.br/2013/07/02/resumo-do-que-penso-sobre-1964/>. Acesso em: 23 out. 2018.

CARVALHO, Olavo de. **Princípios de uma política conservadora**. 2011. Disponível em: <http://www.olavodecarvalho.org/principios-de-uma-politica-conservadora/> Acesso em: 30 out. 2018.

CESARINO, Letícia. **“Todo populista bem-sucedido hoje precisa ser também um bom influenciador digital”**. Disponível em: <http://www.comciencia.br/leticia-cesarino-todo-populista-bem-sucedido-hoje-precisa-ser-tambem-um-bom-influenciador-digital/>. Acesso em: 25 fev. 2020.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião**. O novo jogo político. Petrópolis, RJ: Vozes, 1988.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

CUNHA, Luis. **A retórica conservadora no Brasil contemporâneo e a produção de identidades políticas**. *In: XVII Congresso Brasileiro de Sociologia*. Porto Alegre (RS), 2015.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Religião e Política: ressonâncias do neoconservadorismo evangélico nas mídias brasileiras**. Perseu: Revista do Centro Sérgio Buarque de Holanda da Fundação Perseu Abramo. nº 11, Ano 7, 2016.

DANTAS, Marcella Moara Medeiros. **Neoconservadorismo e as implicações e desafios à luta feminista**. Natal, RN, 2016. Monografia (Graduação em Serviço Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 68 p.

D'AVILA, Leonardo. **Como o diabo foge da cruz: ensaística neoconservadora e dispensa religiosa**. IPOTESI, v.19, nº 2, p. 53-68, jul./dez. Juiz de Fora, 2015.

DEBRAY, R. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no Ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Introdução: rizoma. *In: Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995, v. 1, p. 11-111.

DOMINGUES, Petrônio. Democracia e autoritarismo: Entre o racismo e o antirracismo. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

DOWBOR, Monika; SZWAKO, José. **Respeitável público... Performance e organização dos movimentos antes dos protestos de 2013**. Novos Estudos 97, novembro de 2013. Dossiê: Mobilizações, protestos e revoluções. p. 43-55.

DUNKER, Christian I. L. Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

FAUSTO, Ruy. Depois do temporal. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

FELLET, João. **Olavo de Carvalho, o “parteiro” da nova direita que diz ter dado à luz flores e lacraias**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38282897>. Acesso em: 29 dez. 2018.

FERES JÚNIOR, João. **Esquerda, direita e o politicamente correto: breve estudo comparado**. Revista USP. São Paulo: nº 115. out, nov, dez 2017. p 51-66.

FIGUEIRA, Filipo Pires. **Memória discursiva e sátira política**: a paródia da (auto)designação “cidadão de bem” pelo *The Piauí Herald*. Revista Estudos Linguísticos, v. 48, n. 1, p. 223-241, abr. 2019.

GARCIA, Anátale. V. **As redes sociais na construção da imagem do sujeito**. Revista psico.usp online, São Paulo, 01 ago. 2017.

GHANI, Alan. **Não existiria Bolsonaro presidente sem Olavo de Carvalho**. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/blogs/economia-e-politica/economia-e-politica-direto-ao-ponto/post/7742179/nao-existiria-bolsonaro-presidente-sem-olavo-de-carvalho>. Acesso em: 29 dez. 2018.

GOMES, Angela de C. A política brasileira em tempos de cólera. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

GOMES, W. *et al.* **Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008.** Revista Sociologia Política, Curitiba, nº 34 vol 17, 2009.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, Wilson. **Mapeando a Audiosfera Política Brasileira: Os Soundbites Políticos no Jornal Nacional.** Trabalho apresentado no XVII Encontro da Compós. São Paulo, 3-6 de junho, 2008.

GURGEL, Clarice. **O descompasso entre a esquerda e a classe trabalhadora evangélica.** Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/575120-o-descompasso-entre-a-esquerda-e-a-classe-trabalhadora-evangelica>. Acesso em: 25 fev. 2020.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva.** Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital.** Tradução de Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** Belo Horizonte: Âyiné, 2018.

HOBBSAWM, Eric. Introdução: A Invenção das Tradições. In: HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (org.). **A Invenção das Tradições.** CAVALCANTI, Celina Cardim (trad.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOLANDA, Mariani Ferri. **As duas direitas no Brasil: uma análise sobre o**

IASI, M. L. **De onde vem o conservadorismo?.** Blog da Boitempo, 15 de abril, 2015. Disponível: <https://blogdaboitempo.com.br/2015/04/15/de-onde-vem-o-conservadorismo/>. Acesso em: 29 dez. 2018.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem.** Arte & Comunicação. Edições 70. coleção: ARTE E COMUNICAÇÃO - Vol. 68, 2007.

JUSTINO, Luciano Barbosa; OLIVEIRA, Waldívia de Macêdo. **Leitura dO Invasor.** Revista Antares. vol 6. nº 12 julho-dezembro de 2014.

KAHIL, Gustavo. **O que a análise de 7 mandatos de Bolsonaro revela.** Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/o-que-a-analise-de-7-mandatos-de-bolsonaro-revela/>. Acesso em: 15 jan. 2021.

KERR, Michael Abrantes. Em busca de uma ecologia da imagem-fantasma. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

LACERDA, Marina Basso. **O novo conservadorismo brasileiro: de Reagan a Bolsonaro.** Porto Aegre: Zouk, 2019.

LEAL, T. R. C.; CANAZART, D. B.; FALCÃO, D.; RIBEIRO, N. L.A. **A Política como Retrocesso no Brasil da Atualidade: Uma Dupla Morte.** In: IX Colóquio de Estudos Literários – Diálogos e Perspectivas, 2015, Londrina. Anais eletrônicos do IX Colóquio de Estudos Literários – Diálogos e perspectivas, 2015. P. 527-542.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade; OLIVEIRA, Jessica Thais Pereira de. **Relações de Gênero e Misoginia na Construção da Imagem Pública de Dilma Rousseff.** REIA- Revista de Estudos e Investigações Antropológicas, ano 2, volume 2(2):2015

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade; OLIVEIRA, Jessica Thais Pereira de. **Misoginia, estereótipos e relações de gênero.** 30 Reunião Brasileira de Antropologia. 2016.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. Bolsonaro, o homem que não ama as mulheres. *In:* FILHO, José Adilson (org.). **O Brasil em tempos sombrios.** São Paulo: Editora Liber Ars, 2020.

LISOVSKY, Mauricio. Os fotógrafos do futuro e o futuro das fotografias. *In:* MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

LÖWY, M. **Dez teses sobre a ascensão da extrema direita europeia. O novo fascismo espreita o Velho Continente.** Junho de 2014. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/170-noticias/noticias-2014/532447-dez-teses-sobre-a-ascensao-da-extrema-direita-europeia-o-novo-fascismo-espreita-o-velho-continente>. Acesso em: 29 dez. 2018.

MACEDO, Cibele Mariano Vaz de; ANDRADE, Regina Glória Nunes. **Imagem de si e Autoestima: A Construção da Subjetividade no Grupo Operativo.** *Psicol. pesq., Juiz de Fora*, v. 6, n. 1, jul. 2012.

MAGALHÃES, David. **Quem tem medo do globalismo?** Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/estado-da-arte/quem-tem-medo-do-globalismo/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

MARTINS, Marcos Francisco. **Uma “catarsis” no conceito de cidadania: do cidadão cliente à cidadania com valor ético-político.** Campinas-SP, Puc Campinas, 2000, p. 106-118.

MARQUES, Francisco P. J. A.; SAMPAIO, Rafael C. **Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online.** *Galáxia*, vol. 22, p. 208-221, 2011.

MAYER, William. YouTube, banco de dados e o novo estatuto da imagem. *In:* MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

MELO, Carlos. A marcha brasileira para a insensatez. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MENDES, Conrado H. A política do pânico e do circo. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MEDONÇA, Kátia. **A salvação pelo espetáculo**: mito do herói e política no Brasil. Rio de Janeiro: TopBooks, 2002.

MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Editora Ática, 2001.

MIGUEL, L. F. **Falar bonito**: o Kitsch como estratégia discursiva. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, p. 183-202.

MIGUEL, L. F.; MÁXIMO, Helena. **Ecos da mídia no discurso parlamentar**. *Revista Sul-Americana de Ciência Política*, Pelotas, v. 3, n. 1, p. 1-19, 2015.

MIGUEL, L. F. **Espectro ideológico dos partidos políticos brasileiros**. *In: X Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política Ciência Política e a Política: Memória e Futuro*. Belo Horizonte, 2016.

MISKOLCI, Richard. **Pânicos morais e controle social – reflexões sobre o casamento gay**. *Cadernos Pagu* (28), janeiro-junho de 2007, p.101-128.

MONT'ALVERNE, Camila; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. **Jornalismo Político e Imagem Pública**: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal O Estado de S. Paulo. *In Contracampo*, Niterói, v. 28, n. 3, p. 93-115, 2013.

MONTAÑO, Sonia. A aldeia audiovisual global. *In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

MOUNK, Yascha. Prefácio à edição brasileira. *In: O povo contra a democracia: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la*. LEITE, Cássio de Arantes; LANDSBERG, Débora. (trad.). 1º ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MOURA, Maurício. **“Bolsonaro é favorito para vencer e disputar segundo turno contra o pt”**. *In: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/05/politica/1517859015_344880.html*. Acesso em: 25 fev. 2020.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição Disruptiva**: por que Bolsonaro venceu. Rio de Janeiro: Record, 2019.

NÖTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. **Imagem**: Cognição, Semiótica, Mídia. São Paulo: Iluminuras, 2008.

PAIVA, Fred Melo. **O Napoleão do Sanatório**. *Carta Capital*. Ano XXIV, nº 14. nov. de 2018.

PARZIANELLO, Geder Luis. **O governo Bolsonaro e o populismo contemporâneo: um antagonismo em tela e as contradições de suas proximidades**. Aurora Revista de Arte, Mídia e Política. v. 12. n. 36. 2020.

PERSEU ABRAMO PESQUISAS. 2017. **Percepções e valores políticos nas periferias de São Paulo**. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/Pesquisa-Periferia-FPA-040420172.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2018.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Da esperança ao ódio: como a inclusão pelo consumo da Era Lula atçou o recalque nas elites**. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/07/22/era-lula-criou-vacuo-recalque-elites/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

PONDÉ, Luiz Felipe. **Luiz Felipe Pondé: “A grande vítima da ditadura foram os liberais, e não a esquerda”**. 2016A. Disponível em: <https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2016/07/luiz-felipe-ponde-grande-vitima-da-ditadura-foram-os-liberais-e-nao-esquerda.html>. Acesso em: 23 out. 2018.

PONDÉ, Luiz Felipe. **Liberal e conservador para além do senso comum**. 2017. Disponível em: <https://www.institutocpfl.org.br/2017/08/07/na-tv-ponde-fala-sobre-liberalismo-e-senso-comum/>. Acesso em: 20 out. 2018.

PONDÉ, Luiz Felipe. **Conservadorismo Liberal**. 2016B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GmDdJwR0pv4>. Acesso em: 20 dez. 2018.

PRADO, Antonio Carlos. **A cabeça de Bolsonaro**. Disponível em: <https://istoe.com.br/a-cabeca-de-bolsonaro/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

QUINALHA, Renan. Desafios para a comunidade e o movimento LGBT no governo Bolsonaro. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

RECHETNICOU, Amanda Oliveira; VIEIRA, Viviane. **Gênero, Política e Mídia: uma análise da representação e identificação de Dilma Rousseff em reportagens do ano de 2016**. *In: Anais Eletrônicos do Seminário Internacional Fazendo Gênero*. Florianópolis, 2017. p. 01-11.

RESENDE, João F.; CHAGAS, Juliana S. C. **Eleições no Brasil em 2010: comparando indicadores político-eleitorais em surveys e na internet**. *Anais do IV Congresso Latino-americano da WAPOR*, Belo Horizonte, 2011.

RICCI, Rudá. **Trump tropical, homofóbico e machista**. Disponível em: <https://www.rfi.fr/br/brasil/20180409-le-monde-traz-perfil-de-bolsonaro-o-trump-tropical-homofobico-e-machista-0>. Acesso em: 18 jan. 2020.

ROCHA, Camila. **Passando o bastão: a nova geração de liberais brasileiros**. Nuevo Mundo Mundos Nuevos [En ligne]. Colloques, mis en ligne le 02 octobre

2017, consulté le 26 décembre 2018. URL :
<http://journals.openedition.org/nuevomundo/71327>

ROMANCINI, Richard. **Do “Kit Gay” ao “Monitor da Doutrinação”: a reação conservadora no Brasil**. *Contracampo*: vol. 37, nº 2, 2018.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. As imagens de Lula presidente. *In*: NETO, Antônio Fausto; RUBIM, Antonio Albino Canelas; VERÓN, Eliseo. **Lula Presidente: Televisão e Política na Campanha Eleitoral**. São Paulo: Hacker, São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTANA, Eliara.; CARRATO, Ângela. **Professoras que estudaram 200 edições do Jornal Nacional mostram como cena de avião marcou operação de “silenciamento” do ex-presidente Lula**. <https://www.viomundo.com.br/voce-escreve/jornal-nacional-e-mostram-como-cena-de-aviao-marcou-operacao-de-silenciamento-do-ex-presidente-lula.html>. Acesso em: 25 fev. 2020.

SANTOS, João Vitor dos. Do infográfico web à reportagem do Jornal Nacional. *In*: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTOS, Marcelo Alves dos. **Campanha não oficial - a rede antipetista na eleição de 2014**. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*. vol 19. nº 1 janeiro-abril de 2017.

SAVIANI FILHO, Hermógenes. **Conservadorismo, Liberalismo econômico e o caso brasileiro**. *Revista Lumen*: vol. 1, nº 1, 2016.

SCHEEFFER, Fernando. **Esquerda direita: velhos e novos temas**. *In*: 38º Encontro Anual da Anpocs. Minas Gerais, 2014.

SCRUTON, Roger. **O que é ser conservador?**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=JKKihy3q2os> Acesso em: 15/12/2018.

SCHNEIDER, Carla. Imagens animadas na contemporaneidade. *In*: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo: Ensaio sobre e contra o STAR SYSTEM EM POLÍTICA**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

SILVA, Carla Luciana Souza da. **Mídia e ascensão conservadora**. *Argum.*, Vitória, v. 9, n. 2, maio/ago, 2017. p. 172-182.

SILVA, Jairo José da. **Imposturas Intelectuais: algumas reflexões**. *Nat. hum.* v.6 n.1 São Paulo jun. 2004.

SILVA, Noêmia Félix da. **A Construção da Imagem Pública do Governo do PT.** Revista do núcleo de pesquisa em comunicação e cidadania da PUC-Goiás.v. 1, n. 1, 2009.

SINGER, André. **Novas expressões do conservadorismo brasileiro.** Entrevista por Luis Brasilino. Le Monde Diplomatique Brasil, v. 6 (63), 2012. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/novas-expressoos-do-conservadorismo-brasileiro/> Acesso em: 29/12/2018.

SINGER, André. **Brasil, junho de 2013. Classe e Ideologias cruzadas.** Novos Estudos 97, novembro de 2013. Dossiê: Mobilizações, protestos e revoluções. p. 23-40.

SINGER, André; VENTURI, Gustavo. Sismografia de um terremoto eleitoral. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje.* São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SOARES, José Manoel Montanha da Silveira. **A onda conservadora: ensaios sobre os atuais tempos sombrios no Brasil.** Revista em pauta: nº 39, 2017.

SOLANO, Esther. **Crise da Democracia e extremismos de direita.** Friedrich Ebert Stiftung. Análise, nº 42, 2018.

SOLANO, Esther. A Bolsonaroização do Brasil. *In: Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje.* São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SOUZA, Jessé. **Radiografia do Golpe:** entenda como e por que você foi enganado. Rio de Janeiro: LeYa, 2016.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A sociedade de controle:** manipulação e modulação nas redes digitais. 1º ed. São Paulo: Hedra, 2018.

STROMER-GALLEY, J. Interação online e por que os candidatos a evitam. *In: Marques, F.P.J.A.; Sampaio, R.C.; Aggio, C. (orgs.). Do clique à urna: Internet, redes sociais e eleições no Brasil.* Salvador: EDUFBA, 2013.

TOITIO, Rafael Dias. **Cores e contradições.** A luta pela diversidade e de gênero sob o neoliberalismo brasileiro. Campinas, 2016. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP: [s.n.].

VARES, Sidnei Ferreira de. **Um fantasma ronda o Brasil: será o comunismo ou o benedito?.** Cadernos de Estudos Sociais e Políticos. Vol 4, nº 7, 2015.

VELHO, Gilberto. Violência, reciprocidade e desigualdade: uma perspectiva antropológica. *In: ALVITO, Marcos & VELHO, Gilberto (Org.). Cidadania e Violência.* Rio de Janeiro: Editora UFRJ, Editora FGV: 1996, p. 10-24.

WEBER, Maria Helena. **O estatuto da Imagem Pública na disputa política**. ECO-Pós, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p.11-26.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos**, [S.l.], v. 14, n. 2, p. 21-42, ago. 2014.

WINK, Georg. **Bolsonaro é a caricatura do extremista de direita**. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-%C3%A9-a-caricatura-do-extremista-de-direita/a-45651684> Acesso em: 15/12/2018.