

**O populismo nos Tweets do presidente Jair
Bolsonaro**
Construção Argumentativa e Produção de Sentido

Valteir Teixeira Chaves

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Relações Públicas e Publicidade
(2º ciclo de estudos ou mestrado integrado)

Orientador: Prof. Doutor. Eduardo José Marcos Camilo
Coorientador: Prof. Doutor. David Geraldês Santos

setembro de 2020

Dedicatória

A todos que acreditaram ou desacreditaram em mim e que, por meio desse gesto, fizeram-me consciente do meu valor e do que sou capaz. À minha família, por me apresentar uma visão pragmática do mundo. À minha mãe, uma mulher muito à frente do seu tempo, que sempre possuiu um senso de racionalização invejável. Ao meu pai, por uma consciência de classe forjada no cotidiano. Aos meus irmãos, por me prepararem para o mundo lá fora. À minha companheira, um ser humano doce e gentil. Aos meus amigos, por serem reais e por completarem-me com tudo aquilo que me falta. Aos mestres anteriores, pessoas que, sempre, com carinho e afeto, me acolheram e me respeitaram. E a todos aqueles que, por destino ou casualidade, venham a deparar com este estudo.

E, por fim, dedico a mim mesmo, para que sempre me recorde do porquê.

Agradecimentos

Agradeço ao meu orientador, Prof. Eduardo José Marcos Camilo, e ao meu coorientador, Prof. David Gerald Santos, pela generosidade intelectual e por tornarem possível e tangível a minha contribuição acadêmica.

Prefácio

Diante da atual situação política do Brasil, não deveria ser necessário, mas, para evitar qualquer confusão interpretativa, cabe aqui desapaixonar alguns pontos. O que se segue nas próximas páginas é um esforço de natureza científica. Isto quer dizer que não existe, aqui, lugar para o debate de afetos e de desafetos pessoais ou de grupos específicos. A crítica científica, contida neste trabalho, diz respeito à tentativa de elucidar a estratégia de produção do argumento utilizado pelo atual presidente do Brasil, o Sr. Jair Messias Bolsonaro, durante a campanha eleitoral de 2018. Deste modo, o produto final desejado é que qualquer indivíduo, independentemente do seu sistema de crenças, após a leitura deste trabalho, seja capaz de desenvolver um senso crítico em relação à formação das bases de produção de uma comunicação estratégica populista.

Resumo

Para compreender a estrutura de produção de sentido e de argumentação do discurso populista apresentado em nosso objeto de estudo, o marco teórico inicial que delimitamos neste trabalho é o discurso persuasivo, observado a partir da retórica, da dialética erística e da teoria da argumentação. Feita essa aproximação, observamos o fenômeno do populismo sob a ótica dos principais teóricos contemporâneos, de modo a compreender as características e a relevância do fenômeno no cenário político mundial. Em seguida, aplicamos ao discurso populista um modelo de análise textual fundamentado na semiótica greimasiana, a fim de compreendermos a estrutura de produção de sentido do discurso populista. A partir desse enquadramento teórico, analisamos o discurso produzido e propagado, via *Twitter*, pelo atual presidente do Brasil, o Sr. Jair Messias Bolsonaro, durante o pleito eleitoral de 2018. Esta análise é feita a partir de duas dimensões: a primeira fundamenta-se na análise semiótica textual, no âmbito das estruturas discursivas, e se dedica a descortinar quais foram os temas e quais foram as figuras investidas para criar efeitos de sentido, como o do desejo da renovação política e do antipetismo. A segunda dimensão de análise fundamenta-se na observação dos argumentos produzidos com o objetivo de clarificar a estrutura dos argumentos e quais foram as recorrências argumentativas.

Palavras-chave

Discurso Populista; Jair Bolsonaro; Semiótica Textual; Argumentação.

Abstract

To understand the structure of meaning production and argumentation of populist discourse presented in our object of study, the initial theoretical framework that we delimit in this work is the persuasive discourse, observed from rhetoric, eristic dialectics and argumentation theory. With this approach, we observe the phenomenon of populism from the point of view of the main contemporary theoreticians, in order to understand the characteristics and relevance of the phenomenon in the world political scene. Then we apply to populist discourse a model of textual analysis based on Greimasian semiotics in order to understand the structure of meaning production of populist discourse. From this theoretical framework we analyze the discourse produced and propagated via Twitter by the current president of Brazil, Mr. Jair Messias Bolsonaro, during the 2018 election. This analysis is based on two dimensions: the first is based on textual semiotic analysis within the discursive structures and is dedicated to discovering what were the themes and what were the figures invested to create sense effects such as the desire for political renewal and antipetisis. The second dimension of analysis is based on the observation of the arguments produced with the aim of clarifying the structure of the arguments and what the argumentative recurrences were.

Keywords

Populist Speech; Jair Bolsonaro; Textual Semiotics; Argumentation.

Índice

Introdução	1
Capítulo 1 - Bases teóricas do discurso persuasivo populista	3
1.1 Discurso e implicações persuasivos	3
1.2 O discurso retórico	4
1.3 Discurso Persuasivo, Dialética Erística e Teoria da Argumentação	7
1.3.1 O problema da verdade e o fenômeno das <i>fake news</i>	9
1.4 Características da comunicação política	13
1.5 O populismo	16
1.5.1 Correntes teóricas	19
1.5.2 Características do Discurso Populista	24
Capítulo 2. Produção de Sentido, Temas, Figuras e Ideologias do discurso populista	27
2.1 Produção de Sentido do Discurso Populista	28
2.1.1 Nível profundo ou fundamental	29
2.1.2 Nível de superfície ou narrativo	31
2.1.3 Nível das estruturas discursivas	35
2.2 O conceito semiótico de tema	38
2.2.1 Relação entre tema e valor	38
2.2.2 Noção de valor	39
2.2.2.1 O valor é o que está investido no objeto	39
2.2.2.2 O valor decorre da relação do sujeito com o objeto	41
2.2.3 Enquadramento ideológico dos valores	42
2.2.4 Natureza substancial dos valores	42
2.2.4.1 Construção de valores positivos e negativos	43
2.2.4.2 Temas cultivados e repudiados	43
2.2.4.3 Aprofundamento das temáticas a partir da caracterização dos valores	45
2.2.4.3.1 Temas Instrumentais (valores práticos)	45
2.2.4.3.2 Temas Fundamentais (valores utópicos)	46
2.2.4.3.3 Temas Política espetáculo (valores lúdicos)	47
2.2.4.3.4 Temas Tecnocráticos (valores críticos)	47
2.2.5 Temas Recenseados	48
2.3 Conceito de Figuras e sua relação com os temas	49

2.3.1 Coerência e Figurativização	49
2.3.2 Implicações ideológicas no discurso populista	51
2.3.2.1 Ideologia e discurso	51
Capítulo 3. O discurso da campanha eleitoral de 2018 do presidente Jair Bolsonaro	54
3.1 A construção do sujeito popular	54
3.2 O discurso produzido	56
3.3 O argumento produzido	57
3.4 Temas e figuras do discurso de Bolsonaro	59
3.4.1 A figura de Bolsonaro	62
3.4.2 A figura do outro	63
3.4.3 Figuração do espaço	64
3.4.5 Figuras do tempo	64
3.5 Estratégias de manipulação	66
Considerações Finais	68
Bibliografia	70
Anexos	74

42
43
44
44
45
46
47
47
48
49
49
50
51
52
52
56
56
58
59
61
63
65
66
66
67
70
72
75

Lista de Figuras

Figura 1 – Silogismo retórico.....	5
Figura 2 – Processo de comunicação política.....	15
Figura 3 – Medindo o Discurso Populista: O Banco de Dados Global do Populismo.....	18
Figura 4 – Percurso gerativo de sentido.....	28
Figura 5 – Quadrado semiótico.....	29
Figura 6 – Articulação de produção de sentido do discurso populista.....	30
Figura 7 – Esquema de programas narrativos.....	32
Figura 8 – Estratégias de manipulação.....	33
Figura 9 – Valores positivos e negativos.....	43
Figura 10 – Quadro dos valores de consumo.....	45

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Fake news nas eleições presidenciais do Brasil em 2018.....	12
Tabela 2 – Tipologias clássicas do populismo.....	21
Tabela 3 – Principais reivindicações dos protestos brasileiros de 2011 a 2016.....	22
Tabela 4 – Três elementos fundamentais de articulação do discurso populista.....	25
Tabela 5 – Escada de atração das ideologias nativistas.....	26
Tabela 6 – Temas cultivados e repudiados.....	44
Tabela 7 – Exemplificação de premissas.....	58
Tabela 8 – Relações isotópicas à temática do nacionalismo.....	61
Tabela 9 – Estratégias de tentação.....	67

Lista de Acrônimos

PT	Partido dos Trabalhadores
PSDB	Partido Social Democrata Brasileiro

Introdução

Tendo como pano de fundo um estudo das teorias que caracterizam o discurso populista, a questão de investigação que norteia esse estudo é compreender a relação entre apelos argumentativos e de produção de sentido, presentes no discurso não-verbal (texto) feito, por meio do *Twitter*, pelo presidente Jair Bolsonaro, durante a campanha eleitoral de 2018, delimitando, assim, nossa análise no que diz respeito às estruturas de produção do discurso.

Configura-se, como principal objetivo da investigação, a análise das estruturas de produção de sentido e da construção argumentativa presente no discurso político populista apresentado pelo presidente Jair Bolsonaro. Como objetivo secundário, pretende-se identificar quais foram os temas e os argumentos utilizados.

O método de pesquisa é qualitativo, e a técnica escolhida para essa investigação é a análise semiótica do texto — técnica estruturada por Courtés e Greimas (1979), a partir da qual é possível analisar qualquer texto e, assim, descobrir a sua estrutura de produção de sentido, desde o nível mais superficial até as estruturas mínimas de produção de sentido, que são os semas.

A motivação que levou à escolha dessa técnica, para análise do discurso populista, está no fato de que, conforme expuseram Eatwell e Goodwin (2019), no debate político atual, sempre emergem questões do tipo “Por que líderes como Trump e Bolsonaro foram eleitos?” ou, ainda, “Por que os ingleses optaram pelo Brexit?”. Como destacam os autores, as respostas a essas questões nos levam a correntes mais profundas. Com isso, o esforço semiótico será utilizado para clarificar quais são os principais apelos de sentido presentes no argumento populista.

As principais teorias que suportam a presente investigação são: a teoria da argumentação, que será aplicada por meio da abordagem proposta por Weston (2005), onde pela qual identificamos os argumentos e as falácias utilizadas; e a semiótica textual, de Courtés e Greimas (1979), aplicada no âmbito da semântica discursiva, com o propósito de identificar quais são os sentidos produzidos por esse discurso, e como são articulados os temas e revestimentos figurativos utilizados para a produção de sentido.

Relativo ao meio utilizado para a coleta de dados, o *Twitter* é uma rede social que surgiu em 2006. Segundo dados do relatório emitido pelo portal Statista¹, em abril de 2019, contava com 330 milhões de usuários ativos em todo o mundo. A motivação para a escolha desse meio está circunscrita em dois fatores: primeiro, a facilidade para acesso e compilação dos dados; segundo, o fornecimento de um corpus de análise homogêneo, o qual possibilita a aplicação das teorias escolhidas.

Para efeitos de contextualização, as mensagens emitidas na rede são popularmente conhecidas como *tweets*, que, inicialmente, possuíam a limitação de inserção de textos com até 140 caracteres, limite que foi alterado, em 2017, para 280 caracteres. Em reflexão sobre a limitação de caracteres do *Twitter*, Castedo e Zuazo (2011) destacaram que os *tweets* fundamentam-se na capacidade de síntese. Justamente dessa limitação de vocábulos é que advém a sua força.

Dito isto, o nosso objeto de análise são os *tweets* emitidos pelo atual presidente do Brasil, durante a campanha eleitoral de 2018, cujo recorte temporal compreende o período de 15/08/2018 (data de inscrição das candidaturas) a 28/10/2019 (data da votação do segundo turno). Totalizando uma amostragem de 105 *tweets*, que possuem 4.084 palavras e 24.784 caracteres.

Cabe destacar que a técnica de pesquisa comparativa com outros países restringe-se à pesquisa bibliográfica, com os objetivos de contextualizar o fenômeno do populismo e enquadrar nosso objeto de estudo. Desse modo, a principal contribuição desta investigação está no fato de analisar com especificidade o caso brasileiro, a partir do cruzamento de duas teorias que possibilitam a visualização do discurso no que compete à produção de sentidos e de argumentos.

¹Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>>. Acesso em: 04. jan. 2020.

Capítulo 1. Bases teóricas do discurso populista

O objetivo deste capítulo é apresentar uma reflexão teórica que compreende as bases de construção do discurso populista e sua estrutura de produção de sentido. A estrutura do capítulo compreende subtópicos destinados a abordar os principais conceitos do discurso persuasivo. Onde, por meio de um apanhado conceitual das teorias retórica, a arte do discurso; dialética erística, a arte do debate e da argumentação, buscamos compreender as principais estratégias utilizadas para o alcance da persuasão e, em derivação destas, analisamos o fundamento da verdade e suas implicações no contexto das *Fake News*.

Introduzimos, também, o conceito de comunicação política, de modo a identificar as características e as especificidades do discurso persuasivo no contexto político. A partir dessa reflexão, abordamos o conceito de populismo a partir da reflexão das principais correntes teóricas que estudam o fenômeno. Por fim, realizaremos um percurso semiótico para compreender a produção de sentido desse discurso.

A principal contribuição deste capítulo para responder à questão inicial de investigação está no fato de que é fundamental a construção de uma discussão teórica para fundamentar a construção do método de investigação, utilizado para a observação do nosso objeto de estudo.

1.1 Discurso e Implicações Persuasivas

O que é discurso? O quadro teórico que utilizamos para responder a essa questão é o da semiótica textual, por meio do qual o discurso é entendido como a combinação de “[...]elementos linguísticos (frases ou conjuntos constituídos de muitas frases) usados pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo.” (Fiorin, 1998, p.11). Dadas essas características, o discurso é um elemento de transformação do indivíduo e da sociedade.

Quanto à estrutura do discurso, Fiorin (1998) discorre que ela pode ser compreendida a partir de dois campos: o da manipulação consciente e o da determinação inconsciente. Na manipulação consciente, quem profere o discurso faz o uso de estratégias argumentativas e de outros procedimentos ligados à estrutura do discurso (sintaxe discursiva) para criar efeitos de sentido e pragmáticos, com o objetivo de convencer o interlocutor. Já no campo da determinação inconsciente, as estratégias do discurso têm correlação com os temas (elementos semânticos) presentes nos discursos de um dado período e que constituem a maneira de ver o mundo do interlocutor.

Essa definição é reforçada nos estudos de Dijk (1999), na obra *El análisis crítico del discurso*, onde o autor refletiu que a maioria das crenças adquiridas sobre o mundo se dá através do discurso, mediante um processo de recepção da mensagem que passa pelas representações mentais do indivíduo. Sobre o segundo campo destacado por Fiorin (1998), o da manipulação consciente, ao refletir sobre o discurso enquanto ferramenta política, Dijk (1999) observou que o objetivo central é a busca pelo poder, o qual se obtém através do controle das massas, por meio de um discurso persuasivo.

Cabe destacar que, no contexto deste trabalho, a expressão “poder político” deve ser interpretada a partir do entendimento de um estado democrático, onde, segundo MacNair (2017), o poder político é o resultado dos consentimentos dos governados, consentimento esse que legitima a autoridade do governante.

1.2 O discurso retórico

Logo, uma das formas de se conseguir o poder político é por meio do discurso persuasivo. Para compreender as características persuasivas do discurso, é importante observar a retórica, termo que, por definição, é “a faculdade de teorizar o que é adequado em cada caso para convencer” (Aristóteles, trad. 1990, p.173).

Somada à definição aristotélica, Fidalgo (n.d.) acrescenta que o termo “retórica” vem do grego *retoriké*, que se trata da junção dos termos “retor” (orador) e “retoreia” (discurso público, eloquência), e, juntos, significam a arte da oratória ou a disciplina que estuda essa arte.

No que diz respeito à retórica como arte da oratória, caracteriza-se por ser um discurso que apresenta três gêneros oratórios: o deliberativo, o judicial e o epidíctico. Aristóteles (trad. 1990), sobre o objetivo final de cada um desses gêneros, destaca que, no gênero deliberativo, o objetivo da persuasão é aconselhar ou dissuadir. Já no gênero judicial, o discurso retórico é utilizado como instrumento de acusação ou de defesa. E, no gênero epidíctico, o objetivo do discurso retórico é o elogio ou a censura. Sendo o gênero deliberativo um discurso sobre o futuro, que trata do conveniente e do prejudicial; o gênero judicial, um discurso sobre o passado, que avalia o justo e injusto; e o epidíctico, um discurso sobre o presente, e cuja busca é pelo belo ou vergonhoso.

Logo, em função dessas características, o gênero que mais se aproxima do discurso político é o gênero deliberativo. Quanto aos outros gêneros, estes podem manifestar-se no discurso político, consoante à estratégia discursiva.

Quanto à retórica como disciplina de persuasão, Serra (1995, p.5) define que: “[...]a retórica visa descobrir os meios que, relativamente a qualquer argumento, podem levar à persuasão de um determinado auditório; o seu objeto é o "verossímil" ou "provável" (tendo, portanto, uma natureza dialética, distinguindo-se da demonstração ou analítica, que trata do "necessário" e "verdadeiro")”.

Na obra *Retórica*, Aristóteles (trad. 1990) discorre que, para atingir a persuasão, existem dois tipos de provas que podem ser usadas. As primeiras são as provas extratécnicas, alheias à arte retórica, e que, à partida, já existem e podem ser usadas com fim persuasivo. São elas: os testemunhos, as confissões e os documentos. Já o segundo tipo de provas faz referência às provas técnicas, que recebem este nome, pois, na definição aristotélica, são próprias da arte retórica, obtidas por meio do conhecimento sobre o método retórico.

Desses dois tipos de provas, Aristóteles (trad. 1990) destaca que derivam três classes de provas persuasivas, as quais podem ser obtidas por meio do discurso. São elas: *Ethos*, *Pathos* e *Logos*. O *Ethos* está relacionado à imagem que o orador transmite para o público; imagem que pode ser um fator persuasivo, quando quem produz o discurso possui uma harmonia entre o discurso e a ação. Já o *Pathos* significa a predisposição do público, a qual o orador consegue mediante a manipulação das paixões e dos sentimentos da audiência. Por último, o *Logos*, que se trata de uma prova de persuasão, em que o apelo reside na demonstração lógica da verdade, apresentada pelo discurso, ou do que parece ser a verdade. É importante destacar que, quando se fala em *Logos*, a demonstração do que parece ser verdade pode ser exemplificada a partir do silogismo retórico.

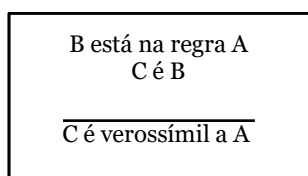


Figura 1 – Silogismo Retórico
Fonte: (Aristóteles, trad. 1990, p. 168)

Nesse exemplo, percebe-se que as premissas 2 “C é B” e 3 “C é verossímil a A” podem ser refutadas, pois discorrem de semelhanças que podem ou não existir entre C e B. Contudo, do modo como estão apresentadas, servem para concluir que a regra que se aplica a B também se aplica a A. Logo, por meio dessa aproximação, consegue-se a verossimilhança, que, em alguns casos, torna-se o elemento suficiente para persuadir o público.

Um exemplo da lógica de funcionamento do silogismo retórico pode ser verificado a partir de uma mensagem, via *Twitter*, do presidente Jair Bolsonaro, durante a campanha eleitoral de 2018.

A melhor forma de mostrar respeito às pessoas é tratando-as de igual pra igual, valorizando-as por seu caráter e competência, não cor ou sexualidade, nem como se fossem mais frágeis e incapazes. Ninguém gosta de ser tratado como coitadinho. O Brasil é um só! É de todos nós!

BR²

Nesse caso, a partir da verossimilhança entre “ninguém gosta de ser tratado como um coitadinho” e “melhor forma de respeito às pessoas é tratando-as de igual para igual”, buscase concluir que “[...] O Brasil é um só! É de todos nós”. Cabe ressaltar que o “nós” destacado refere-se a um grupo que não apresenta fragilidades e incapacidades, pois o que é valorizado no discurso são características de ordem comportamental, nomeadamente “[...] caráter e competência”.

Cabe destacar que, para Aristóteles (trad. 1990), o uso das três classes de provas persuasivas (*Ethos*, *Pathos* e *Logos*) no discurso é uma capacidade de quem consegue ser racional frente aos silogismos, e que possui um conhecimento teórico sobre as três classes de provas, sobre como se constroem os personagens, as virtudes e as paixões.

Desse modo, a arte retórica diferencia-se de outras artes do conhecimento, pois as demais buscam o convencimento sobre um saber específico da sua área de atuação. A retórica nesse contexto é a única que busca o que é adequado para persuadir em qualquer matéria.

Aristóteles (trad. 1990) classificou a retórica como um recorte entre a dialética e a política. No que diz respeito à dialética, ambas assemelham-se, por não tratarem de um tema específico e por serem formas de promover o debate de ideias. Nesse sentido, o que altera é apenas o objetivo final, que, na dialética, é a validação do argumento a partir da confrontação com outras ideias, e, na retórica, é a busca pelo convencimento.

Já a aproximação ou o recorte político tem correlação com *éthê* das constituições políticas, que pode ser traduzido como a necessidade de conhecer as características formadoras do sujeito político, para assim encontrar os meios pelos quais se consegue atingir a persuasão; e ainda destaca que, dos três gêneros apresentados, o gênero deliberativo é o que mais se aproxima do discurso político de Aristóteles (trad. 1990).

Logo, pode-se concluir que a retórica possui duas formas de uso: a primeira está ligada ao uso das técnicas para persuadir, e a segunda consiste em fornecer o conhecimento necessário para que o indivíduo torne-se capaz de identificar tais estratégias e, assim, seja capaz de

²Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 24.out.2018.

refutar os silogismos retóricos. E o ponto comum a essas duas perspectivas de aplicação está na intencionalidade presente no discurso.

1.3 Discurso Persuasivo, Dialética Erística e Teoria da Argumentação

Para observarmos a retórica, do ponto de vista da intencionalidade existente no discurso, é necessário destacar a importância da retórica na relação de instrumentalização da linguagem. Para Ducrot e Todorov (1995), essa perspectiva utilitarista está na gênese do conceito, pois, nas democracias da época, a eloquência era uma arma necessária, e a retórica era a técnica capaz de permitir a quem a dominasse fosse capaz de convencer o interlocutor.

Com o objetivo de delimitar a intencionalidade existente no discurso persuasivo, propomos a sua interpretação sob a ótica da dialética erística, conceito póstumo atribuído ao filósofo alemão Arthur Schopenhauer (2017), que se trata de um compilado de textos com 38 estratégias³, os quais versam sobre a arte de ter razão e, assim, tornar-se capaz de vencer qualquer debate, seja por meios lícitos, seja por meios ilícitos. Isso porque, no debate público, nem sempre aquele que está com a verdade tem a razão, e o mesmo acontece com o seu oposto.

Desse modo, a aproximação epistemológica entre a retórica e dialética erística está no objeto da persuasão, que pode ser verdadeiro ou não; pois, em ambos os casos, o que prevalece é a busca pelo convencimento, seja pelo uso da verdade objetiva, seja pelo uso da verdade aparente.

Tal aproximação é feita por Schopenhauer (2017), ao postular que a dialética é uma espécie de esgrima intelectual, que fornece os meios para defender a nossa tese e atacar a do nosso adversário, pois, segundo o autor, em um debate de ideias, cada sujeito possui a sua lógica, e “a verdade objetiva de uma proposição e sua validade na aprovação dos debatedores e ouvintes são duas coisas distintas” (Schopenhauer, 2017, p.1). Desse modo, para o autor, o objetivo final é ter a razão perante os ouvintes.

Em complemento à teoria de Schopenhauer, no contexto deste trabalho, utiliza-se a teoria da argumentação para verificar se os argumentos produzidos são válidos e quais são as falácias recorrentes. Dito isso, cabe clarificar que a inferência argumentativa neste trabalho concentra-se em observar a lógica subjacente ao discurso produzido pelo presidente Jair

³ Anexo 1. 38 estratégias

Bolsonaro, nas eleições de 2018, e não aos seus efeitos junto ao público receptor da mensagem.

Desse modo, para compreender o papel dos argumentos no discurso persuasivo, é crucial destacarmos alguns conceitos oriundos da lógica informal. Em primeiro lugar, o que é um argumento? Sobre o conceito, Weston (2005) propõe que um argumento é o conjunto de premissas apresentadas de forma lógica, a fim de suportar uma determinada conclusão.

Definição reafirmada e complementada em Walton (2012) no livro *Lógica Informal*. Ao discorrer sobre a teoria de construção lógica dos argumentos, o autor propõe que, além de ser um conjunto de premissas que suportam uma determinada conclusão, quando se fala em argumentos, o que importa é a verdade ou a falsidade das premissas que o compõem.

Weston (2005) ainda propôs que um bom argumento deve fornecer os dados necessários para que outras pessoas cheguem à conclusão. Desse modo, quem concluiu será capaz de explicar e de convencer outros, e o alcance persuasivo será maior. E Walton (2012) reforça que, em um debate, o desafio da argumentação consiste em fazer com que o outro chegue à conclusão que queremos, a partir do uso das premissas que por ele são aceitas.

O que tem relação com o que Carnielli e Epstein (2011) definiram como o reconhecimento do valor de verdade, o qual consiste na aceitação das premissas que levam à conclusão. Desse modo, a persuasão por meio de argumentos ocorre a partir da aceitação, e não em função da verdade ou da falsidade das premissas, tal como exemplificado na lógica do silogismo aristotélico. A persuasão, por meio dos argumentos, aplica-se tanto ao campo do verdadeiro quanto ao campo do verossímil.

Quanto às características que os bons argumentos possuem, Weston (2005) propôs que são: a distinção clara entre as premissas e a conclusão; a apresentação de ideias em ordem natural; o uso de premissas fidedignas; o uso de linguagem precisa, específica e concreta; o não uso de linguagem tendenciosa; e o uso de termos consistentes e com sentido restrito, para evitar a polissemia. Quando algum desses pontos não é respeitado, podemos ter o que o autor classificou como falácias: “As falácias são erros, incorreções em argumentos” Weston (2005, p.106).

Nesse sentido, Carnielli e Epstein (2011) acrescentam que falácia é “um mau argumento que não pode ser melhorado”(p. 211). Para os autores, existem 03 categorias: as falácias estruturais, que ocorrem quando o argumento fere a estrutura dedutiva lógica; as falácias de conteúdo, que surgem quando usa-se no argumento alguma premissa que é falsa ou duvidosa; e, por fim, as falácias que violam as regras da discussão racional, que podem

acontecer quando o discurso não fornece nem sequer um argumento, quando as premissas são mais duvidosas do que a conclusão ou quando o argumento usado não é adequado para a temática da discussão.

Apresentadas essas características, pode-se concluir que a intersecção entre a retórica, a dialética erística e a teoria da argumentação pode ser entendida a partir de duas dimensões: pelo conteúdo e pela forma do discurso. A dimensão do conteúdo tem relação com a natureza do discurso, que, em ambos casos, implica em sustentar, de algum modo, a tese proposta. E a dimensão da forma trata de como se operacionaliza a sustentação da tese, que pode ser por meio do convencimento do público, da defesa e do ataque aos adversários ou da melhoria dos argumentos.

No entanto, o uso da verdade ou da falsidade, no contexto do discurso político, suscita discussões sobre o problema da verdade, que surge, no debate acadêmico, a partir do fenômeno das *fake news*⁴, o qual descortinamos na seção a seguir.

1.3.1 O Problema da Verdade e o Fenômeno das *Fake News*.

Desse modo, nos próximos parágrafos, apresentaremos as principais concessões teóricas sobre o conceito de verdade, com objetivo final de compreender as *fake news* e seu impacto no contexto da comunicação política.

Nesse sentido, a verdade, enquanto conceito teórico, destaca-se por apresentar uma mutabilidade conceitual ao longo da história. Em um apanhado teórico, Burgess e Burgess (2011) destacam, como principais teorias clássicas, da verdade: A teoria da verdade como correspondência, donde se extrai a noção aristotélica de que dizer o que é do que não é, ou do que não é que é, é falso. E dizer o que é, do que é, ou dizer que não é, que não é, é verdadeiro. A teoria da verdade, como o fruto da concordância de pensamento e objeto. A teoria da verdade realista ou correspondente, onde uma crença é verdadeira se corresponde à realidade. A teoria da verdade idealista ou coerente, onde tal crença é verdadeira se for coerente com o universo de ideias onde se encontra inserida. E, ainda, a teoria da verdade pragmática ou utilitarista, onde o critério da verdade está na sua utilidade prática.

Em decorrência das teorias mencionadas anteriormente, Burgess e Burgess (20011) assinalam que, “ao trazer as noções de realidade, ideia e prática, cujos lares são metafísicos,

⁴ *Fake News*: Notícias falsas. Termo que em pesquisa na plataforma Google Acadêmico regista 427.000 entradas. Acesso em: 11. set. 2020.

epistemológicos e éticos, tais visões tendem a sugerir que a verdade é uma noção metafísica, epistemológica ou ética” (p.3).

E, de acordo com os autores, essas teorias foram responsáveis por fundamentar o debate acadêmico no eixo “realista-idealista-pragmatista”(Burgess e Burgess, 2011, p. 5), onde, a partir do objeto do conhecimento, articulavam-se as visões, em que, na perspectiva realista, a ênfase da verdade era no objeto, na idealista no sujeito, nomeadamente em seu sistema de crenças, e o pragmatismo na visão utilitarista da verdade. O ponto comum a essas visões estava na motivação da resolução dos paradoxos conceituais relacionados à verdade.

Sobre a motivação para a resolução de paradoxos conceituais, Burgess e Burgess (2011) destacam a aproximação proposta em Tarski a partir da teoria da verdade semântica, onde a verdade é vista como uma propriedade das proposições. Essa definição fundamenta-se na concepção da verdade aristotélica, com o acréscimo de que o critério da verdade não está na correspondência, mas, sim, em um traço comum existente no objeto e em seu referencial.

A teoria semântica da verdade caracteriza-se por ser uma definição que busca a satisfação de condições lógicas estabelecidas. Exemplificadas por Burgess e Burgess (2011), a partir do esquema “bicondicional T”, nesse modelo, as duas condições necessárias para caracterizar-se algo como verdadeiro são: se e somente se. Nessa perspectiva, conforme proposto pelos autores, expressões como “A neve é branca” (Burgess & Burgess, 2011, p. 17) serão verdadeiras se a neve (objeto) for branca e somente se satisfizer a condição semântica “branco”.

Burgess e Burgess (2011) advertem para evitar paradoxos semânticos, como o do mentiroso “essa sentença é falsa”, que pode, ao mesmo tempo, ser verdadeira ou falsa. A teoria da verdade semântica compreende a separação entre a linguagem objeto (sobre o que se está falando) e a metalinguagem (sobre a propriedade que lhe atribui verdade).

Desse modo, a ambiguidade resolve-se a partir da noção de que o que está em jogo é a relação semântica entre os termos, e não a intencionalidade da comunicação. Pois, a linguagem objeto e a metalinguagem tratam da referência à verdade da proposição e da satisfação, se, de fato, a frase for falsa. Ou, ainda, como destacam Burgess e Burgess (2011), na teoria da verdade semântica, os predicados são interpretados a partir da sua extensão.

Para efeitos de contextualização, conforme proposto em Burgess e Burgess (2011), atualmente, os debates sobre o problema da verdade encontram-se articulados em três correntes teóricas: o realismo, o antirrealismo e o deflacionismo. Sendo que, no debate realista e antirrealista, o esforço teórico concentra-se na compreensão da lógica subjacente

aos predicados portadores da verdade e, na visão deflacionista, o esforço teórico está na busca em responder à questão: o que as diferentes verdades têm em comum para torná-las todas verdades?

E, a partir da questão anterior, Burgess e Burgess (2011) propõem que o pensamento deflacionista é articulado em três princípios: o princípio da equivalência, ao aplicar o predicado de que verdade equivale a dizer a verdade; o princípio da explicação suficiente: “Não há nada mais para entender o predicado da verdade do que reconhecer o princípio da equivalência, e isso, por si só, é suficiente para explicar nosso uso do predicado e sua utilidade” Burgess e Burgess (2011 p. 33); e, por fim, o princípio de uma descrição suficiente do significado “verdadeiro”.

Analisadas essas dimensões sobre a mutabilidade do conceito de verdade, deparamo-nos, no cenário atual, com o problema das *fake news*, onde o fundamento da verdade reside em uma dimensão utilitarista, e que, frequentemente, são usadas na comunicação política, com vistas a denegrir a imagem do adversário e a vencer o debate político.

Relativo ao conceito de *fake news*, em estudo sobre o impacto de notícias falsas nas eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos, os autores Allcot e Gentzkow (2017) propuseram que se refere ao ato de criar notícias falsas de forma intencional para confundir o público e, a partir dessa confusão, extrair algum benefício. Os autores destacam que as *fake news* são usadas em contexto político, pois é mais barato produzi-las do que ofertar fatos verdadeiros para promover determinado candidato.

Os autores ainda destacam que, no processo político, o principal impacto das *fake news* consiste na distorção da verdade, no sentido de que, para o público-alvo, torna-se difícil inferir, sem custo, a exatidão da mensagem.

No caso brasileiro, para termos uma dimensão do impacto das *fake news* no processo eleitoral, o instituto Avaaz, em parceria com a agência IDEA Big Data, realizou a pesquisa intitulada “*Eleições e Fake News*”⁵, a qual contou com uma amostragem de 1.491 participantes de ambos os sexos e de regiões distintas do Brasil.

Quanto à operacionalização da pesquisa, por meio de questionário fechado, foi perguntado aos eleitores se viram e se acreditaram nas 05 *fake news* mais populares disseminadas nas redes sociais durante o período das eleições presidenciais de 2018. Os resultados gerais da

⁵ Disponível em: <https://secure.avaaz.org/act/media.php?press_id=917>. Acesso em: 04. jan. 2020.

pesquisa apontam que 98,21% dos eleitores de Bolsonaro tiveram algum contato com notícias falsas, e os dados específicos estão detalhados na tabela 1.

Tabela 1. *Fake News* nas eleições presidenciais do Brasil em 2018.

História Falsa	Ouviram as histórias?		Acreditaram na história?	
	Sim	Não	Sim	Não
Histórias que Haddad implementou um “kit gay”	74%	26%	56%	44%
Histórias sobre fraude nas urnas eletrônicas	86%	14%	53%	47%
Histórias de que Haddad defende pedofilia e incesto em um livro	44%	56%	52%	48%
Haddad convidou Jean Wyllys para ser Ministro da Educação	46%	54%	56%	44%
Duas revistas receberam R\$ 600 milhões para difamar Bolsonaro	35%	65%	68%	32%

Fonte: Adaptado do portal Avaaz

Em números absolutos, conforme dados do Tribunal Superior Eleitoral⁶, o candidato vencedor das eleições, o Sr. Jair Messias Bolsonaro, obteve 57.797.847,55 votos, o que representou 55,13% da população votante do país.

Desse modo, os dados da pesquisa citada são conclusivos de que as *fake news* tiveram um papel significativo na escolha dos brasileiros. Ainda que a amostragem não seja suficientemente representativa, em termos numéricos, da população votante do Brasil, os dados da pesquisa reforçam a necessidade do debate acadêmico sobre a verdade utilitarista, no contexto da comunicação política.

No cenário político atual do Brasil, as *fake news* têm sido usadas de forma massiva, existindo, inclusive, agências especializadas na checagem de fatos. Uma dessas agências é o portal *Aos fatos*, o qual disponibiliza um barômetro, com o monitoramento diário de declarações do presidente. Até o fechamento deste trabalho, o mesmo trazia a informação de que, “em 604 dias como presidente, Bolsonaro deu 1.556 declarações falsas ou distorcidas”⁷.

Para exemplificar uma dessas declarações, pode-se citar um *tweet* publicado na conta oficial do presidente, onde afirma que: “23 startups abrem vagas de emprego. Entre cargos, estão

⁶ Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/eleicoes-2018-justica-eleitoral-conclui-totalizacao-dos-votos-do-segundo-turno>>. Acesso em: 04 de jan. 2020.

⁷ Disponível em: <<https://aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 31.ago. 2020.

desenvolvedor, analista de marketing e programador web, analista de marketing digital e conteúdo, analista de atendimento, web developer e representantes de seguros. O mercado vai ganhando confiança e gerando empregos!”⁸

De acordo com a definição de *fake news*⁹ proposta por Allcot e Gentzkow (2017), o exemplo citado anteriormente refere-se a uma *fake news*, pois as 23 startups citadas não são suficientemente representativas para suportar a conclusão de que a situação econômica do país está dando sinais de crescimento ou de “confiança”. E, conseqüentemente, em função da falha estrutural do argumento, também estamos frente a uma falácia.

Informações dessa natureza reforçam a necessidade do debate acadêmico sobre o discurso político populista, pois este foi o tipo de discurso persuasivo que mobilizou 55,13% da população votante do Brasil nas últimas eleições. E, para compreender como se dá a mecanização por trás desse discurso persuasivo, é necessário entender as bases da comunicação política.

1.4 Características da comunicação política

O regime em que nos centraremos para conceituar a comunicação política é o da democracia liberal, que, para McNair (2017), surge a partir da crítica burguesa em relação ao direito divino de governar das autocracias no século XVI e tem apogeu na Revolução Francesa de 1789.

Nesse período, após a queda da ideologia do poder divino, tem-se uma valorização do capital e do direito do indivíduo. E a democracia representativa foi o regime político de substituição da aristocracia, que, no plano ideológico, refletia a realidade do poder econômico e político burguês. E o direito ao voto foi se estendendo, de forma gradual, às demais camadas da sociedade, em decorrência de novas leis e de processos históricos.

No contexto atual, Kurigan (2016) destaca que as democracias são representadas por meio de eleições livres, que não impedem ninguém de participar, seja eleitor, seja candidato. Com efeito, no regime democrático, os eleitos tornam-se representantes, com um poder que lhes é dado pelo povo, através do voto, e devem governar considerando o pluralismo de ideias e visões, sendo esse pluralismo o elemento que deve garantir que todos tenham acesso a um Estado neutro. Nessa perspectiva, Kurigan (2016) propõe que a comunicação política é uma

⁸ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 10.nov.2019.

⁹ Ver definição página 11.

ferramenta fundamental para a construção de uma sociedade, onde o Estado e o povo sintam-se conectados e representados.

No entanto, esse não é um processo de comunicação bidirecional entre emissor e receptor. Existem outras variáveis que compõem o processo da comunicação política. Sobre a afirmação anterior, ao definir a comunicação política, Canel (1990) destacou que é uma atividade feita por políticos, comunicadores, jornalistas e cidadãos, que gera interações a partir de um intercâmbio de mensagens, para articular os processos de tomada de decisão. A articulação citada por Canel acontece em função do cariz persuasivo que está presente na comunicação política, característica que Mesa (2007), abordou como intencionalidade, pois “...o político fala apenas de uma parte da realidade — aquela em que está interessado em destacar — e ignora aquela que considera não favorecer suas propostas” (p. 358). No entanto, além da intencionalidade do político na emissão da mensagem, existem outros fatores que influenciam nesse processo.

Sobre o processo de comunicação política, McNair (2016) propôs que este é fruto da relação entre três elementos pelos quais a ação política é concebida: as organizações políticas, a mídia e os cidadãos. Para o autor, as organizações políticas são compostas por partidos, organizações públicas, grupos de pressão, organizações terroristas e governos. A mídia, no contexto da comunicação política, são os sistemas de transmissão de informação, que envolvem meios tradicionais, como televisão, jornais e a internet, através dos sites, blogs e rede sociais. Os cidadãos, no processo da comunicação política, exercem o papel de público-alvo da comunicação política, e, por meio dos mídias, emitem o seu *feedback*.

A tese de McNair (2016) vai de encontro ao trabalho de Norris (2004), na medida em que ambos autores destacam a interatividade no processo da comunicação política. Contudo, Norris (2004) acrescenta que a comunicação política é o produto das condições sociais, econômicas e políticas, inserindo, assim, um quarto pilar no esquema de comunicação tradicional, conforme observado na figura 2.

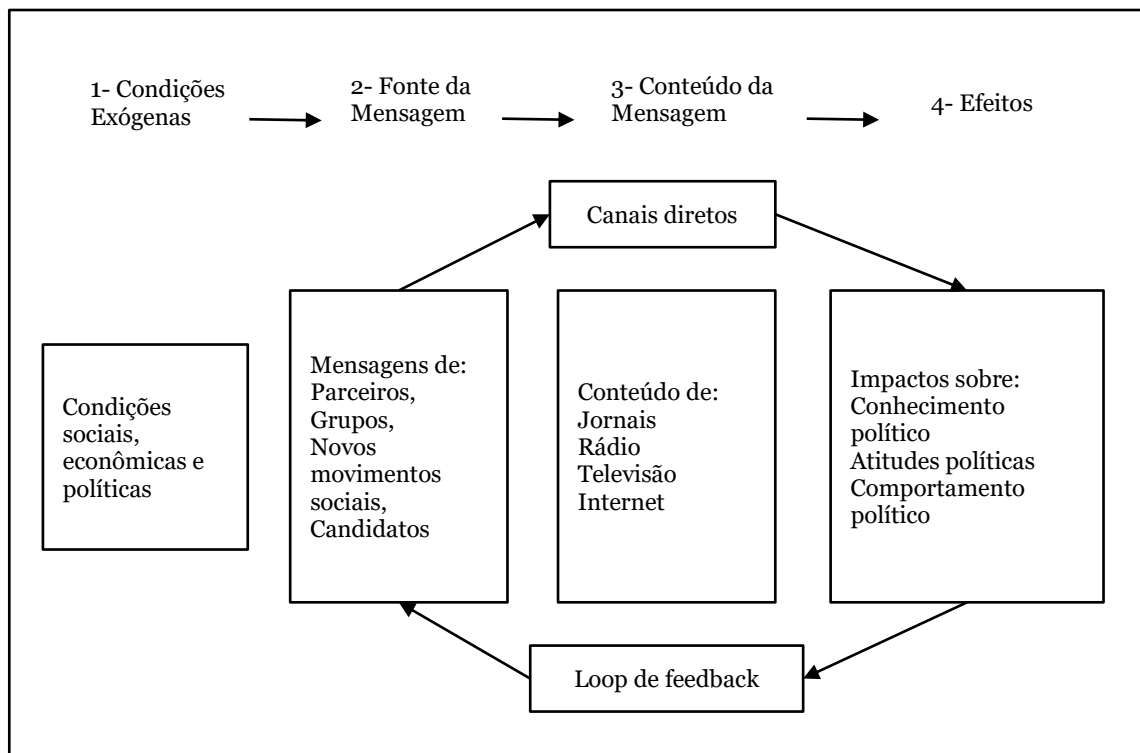


Figura 2 - Processo de Comunicação Política

Fonte: Adaptado de Norris (2004)

Com esse esquema, a autora faz sua contribuição, ao definir a comunicação política como um processo de transmissão de informação interativa entre todos os atores políticos. Através do modelo proposto por Norris (2004), é possível observar o processo de comunicação política a partir de quatro perspectivas: 1) através das condições exógenas que influenciam no processo de produção da mensagem política; 2) através de uma análise macro, onde, na fonte da mensagem, é possível identificar o processo de produção da comunicação política gerada pelos grupos de interesse; 3) a partir do conteúdo da mensagem, que compreende a um nível de análise médio, e corresponde às formas de transmissão da mensagem para o público-alvo, por canais diretos, como anúncios, ou indiretos, como a cobertura no *mainstream*; 4) e por meio do estudo dos efeitos da exposição a diferentes tipos de mensagens, o que se configura como um nível de análise micro.

Face à teoria exposta por Norris (2004), esse trabalho insere-se nos itens 1 e 2. De modo que o recorte na dimensão da produção (fonte da mensagem) possibilita o registro temporal e o mapeamento das mensagens produzidas pelo nosso objeto de estudo. E o nível do conteúdo da mensagem possibilita a análise dos significados e das argumentações produzidas.

Com base no recorte dos níveis de produção e conteúdo da mensagem, na seção a seguir, investigamos os cenários de surgimento do populismo, quais as principais correntes teóricas, e como funciona a articulação discursiva desse fenômeno. Tal enquadramento

teórico possibilita verificar em que medida o objeto de estudo deste trabalho enquadra-se na teoria populista.

1.5 O Populismo

Conforme destacado por Eatwell e Goodwin (2019), o primeiro registro histórico que se tem do populismo surge com os Narodniks Russos, proselitistas educados que iam ao encontro do povo nas zonas rurais, a fim de propagar ideias de vida simples e valores autênticos, por meio dos quais defendiam a liberação do regime czarista.

Quanto à ascensão do populismo no Ocidente, Eatwell e Goodwin (2019) destacaram que ela ocorreu no fim do século XIX, período em que a política era influenciada por novas formas de comunicação popular, como a imprensa — que transmitia informações diretamente aos eleitores e fazia o uso de expressões como povo e soberania popular.

A partir da construção desse ideário popular, o populismo surgiu como uma resposta de oposição à democracia liberal, uma vez que desafiava “[...] o modo como o poder político repousava nas mãos das elites” (Eatwell e Goodwin, 2019, p. 63). Nesse sentido, os autores destacam que o termo elite diz respeito às categorias ou aos grupos sociais que detêm o poder político, e que, na visão populista, atuam contra o que seria a vontade do povo¹⁰.

No contexto acadêmico, conforme discussão apresentada por Mudde e Kaltwasser, (2013) em artigo publicado no *Oxford Handbooks Online*, o populismo tem se tornado um conceito amplamente discutido, com abordagens que vão desde a sua caracterização a debates sobre a sua existência. Somado a essa problemática, em contextos regionais, o populismo é frequentemente usado para classificar discursos, anti-imigração e xenofobia (Europa), e em relação ao clientelismo e à má administração econômica (América Latina).

Desse modo, para Mudde e Kaltwasser (2018), o populismo, à primeira vista, é um conceito capaz de englobar uma multiplicidade de usos e de definições que, historicamente, são marcadas pelo antagonismo entre duas categorias semânticas (“nós” e “eles”), as quais abordaremos em profundidade no decorrer desta seção.

¹⁰ Na exposição feita por Eatwell e Goodwin (2019), o sentido de vontade popular está associado ao que Carnielli e Epstein (2011) classificaram como *Argumentum ad populum* ou apelo ao povo que se trata de uma falácia, que ocorre quando se tenta conseguir a aceitação de uma afirmação recorrendo ao apoio de um grande grupo pessoas.

Todavia, este é um dado que representa apenas a superfície do problema. A polarização, por si só, não é um elemento capaz de caracterizar o populismo, mas é um marco inicial para compreender a natureza deste fenômeno, sobre este tipo de antagonismo.

A polarização do Nós e do Eles, que caracteriza as representações sociais compartilhadas e suas ideologias subjacentes, é expressa, e depois reproduzida, em todos os níveis de texto e fala; por exemplo em temas contrastados, em significados locais, em metáforas e hipérboles, e nas variáveis formulações dos esquemas textuais, em formas sintáticas, em lexicalização, nas estruturas profundas e imagens. (Dijk, 1999, p. 28, tradução nossa)

Desse modo, assumindo diversas formas de representações sociais, o populismo é um fenômeno político-social presente em diversos países e contextos. Conforme mapeado no estudo: *Medindo o Discurso Populista: O Banco de Dados Global do Populismo*.¹¹, dos autores Hawkins, Aguilar, Castanho Silva, Jenne, Kocijan e Kaltwasser (2019), foi verificada a quantidade de argumentos populistas presentes no discurso de 215 chefes de Estado (presidentes e primeiros-ministros) de 66 países, com amostragens de todos os continentes.

Para cada chefe de Estado, foi feito o levantamento de quatro discursos, sendo: um discurso de campanha eleitoral, um discurso em eventos para um pequeno público, um discurso internacional e um discurso famoso de grande circulação. Em seguida, cada discurso foi avaliado, considerando-se a sua aproximação ideológica, por meio de uma escala de 0 a 2, sendo 2 a maior pontuação atribuída para classificar os discursos que apresentavam todos os elementos caracterizadores do populismo, conforme dados da figura 3 .

¹¹ Tradução nossa: *Measuring Populist Discourse: The Global Populism Database*



Figura 3. Medindo o discurso populista: O Banco de Dados Global do Populismo.

Fonte: The Guardian¹²

Os resultados mostram a *Big Picture* do populismo no cenário mundial e contrariam a perspectiva do populismo como uma nova ordem política mundial, pois, conforme os dados, sugerem que, com o recente crescimento do populismo nos Estados Unidos e na Europa Ocidental, surgiu o debate sobre uma onda populista mundial. No entanto, o fato é que, há décadas, o populismo existe, sobretudo em países considerados em desenvolvimento.

Sobre os cenários da Europa Ocidental e dos Estados Unidos, Eatwell e Goodwin (2019) destacam que, independentemente das variações ideológicas “esquerda” ou “direita”, o populismo apresentado no contexto global fundamenta-se numa dimensão nacionalista, onde o apelo à vontade popular surge a partir de alguma crise identitária que é potencializada a partir de quatro alterações sociais denominadas pelos autores como os 4 D’s, que são: a desconfiança nos políticos e nas instituições; a destruição da comunidade, da identidade histórica do grupo nacional e dos modos de vida; o despojamento relativo ao sentimento de que alguns grupos estão a perder em relação a outros; e, por último, o

¹² Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2019/mar/06/revealed-the-rise-and-rise-of-populist-rhetoric>>. Acesso em: 04. jan. 2020.

desalinhamento que diz respeito aos laços cada vez mais fracos entre os partidos tradicionais e o povo.

Desse modo, para Eatwell e Goodwin (2019), o nacional-populismo fundamenta-se por colocar em primeiro lugar a cultura e os interesses da nação, prometendo ouvir e dar voz a um povo negligenciado por elites distantes e corruptas.

1.5.1 Correntes teóricas

No entanto, a teoria de Eatwell e Goodwin (2019) não é suficiente para a análise e a contextualização do nosso objeto de estudo. Que, durante a campanha eleitoral de 2018, utilizou como um dos principais argumentos populistas a construção de um inimigo, ao qual eram atribuídos todos os problemas e as demandas sociais.

Feitas essas considerações nos parágrafos a seguir, apresentaremos as principais correntes teóricas que versam sobre o populismo, a fim de qualificar o discurso realizado pelo presidente Jair Bolsonaro durante a campanha eleitoral de 2018.



Primeiramente, para responder “O que é o populismo?”, na perspectiva proposta por Laclau (2009), devemos mudar o questionamento para: “Até que ponto um movimento é populista?”. A partir da resposta a esta questão, chegaremos aos elementos que configuraram as distinções necessárias para a definição e a compreensão do populismo enquanto conceito.

Para Laclau (2009), o populismo está circunscrito em uma categoria ontológica e não ôntica; em outras palavras, o seu significado não pode ser encontrado em nenhum conteúdo político, ideológico ou na descrição das práticas de grupos específicos, mas, sim, na forma de articulação desses conteúdos. Essa reflexão contribui para o entendimento do populismo enquanto uma espécie de prática política. Tese reforçada pelo autor, ao apresentar as principais características do populismo, que são: a construção de um sujeito popular, a criação de cadeias de equivalência, e a existência de um significante vazio.

Na teoria proposta por Laclau (2009), o sujeito popular nasce a partir da construção de uma fronteira social interna. Tal fronteira é o elemento capaz de agrupar as demandas sociais particulares ante uma única bandeira. Esse agrupamento só é possível mediante o uso das cadeias de equivalência, que são o conjunto das homogeneidades partilhadas entre as demandas particulares existentes. Por sua vez, a articulação das cadeias de equivalência só é possível por meio de um significante vazio, que é o elemento capaz de tornar-se a representação do todo.

A teoria Laclaniana pode ser exemplificada, a partir do caso brasileiro, com o discurso publicado por Bolsonaro durante a campanha de eleitoral 2018.

Livre de acórdãos com corruptos para atender aos interesses da nação e não de partidos políticos; Contra o aborto; A favor da redução da maioria penal; Por fim, um presidente que seja honesto, patriota e tenha Deus no coração. VAMOS JUNTOS MUDAR O BRASIL!

 .¹³

No exemplo anterior, o sujeito popular descrito por Laclau (2009) é constituído a partir do antagonismo entre a nova política, “livre de acórdãos”, e a velha política, voltada aos interesses de corruptos e de partidos políticos. E a fronteira social criada para legitimar esse antagonismo é a corrupção. A partir desses traços, o sujeito popular criado faz menção a um *ethos* de honestidade, de patriotismo e de religiosidade, e que, junto ao povo, vai lutar pelos interesses da nação.

A corrupção, nesse discurso, ainda serve ao papel de significante vazio, pois, a partir desse termo, articulam-se cadeias de equivalência que remetem a questões que, entre si, não possuem relação direta, como são os casos do aborto e da maioria penal, mas, estando agrupadas dessa forma, acabam por partilhar o sentimento anticorrupção e reforçar o *ethos* do sujeito popular.

Cabe, ainda, destacar que a corrupção é apenas um dos temas¹⁴ encontrados em nosso corpus de análise que serve ao papel de significante-vazio. Nesse sentido, destaca-se também o antipetismo como um elemento capaz de agrupar diversas demandas sociais partilhadas pela população brasileira, como é o caso da articulação entre governabilidade, impunidade e nacionalismo, propostas no exemplo que se segue.

BRASIL: Um povo esgotado de pagar impostos e não ter respostas, dilacerado pelos maiores escândalos de corrupção da história, protagonizados pelo partido do líder que continua dando ordens de dentro da cadeia. Transborda no brasileiro o sentimento angustiante de mudança. #PTnã¹⁵

Desse modo, a teoria de Laclau (2009, p. 69) propõe que “Populismo significa questionar a ordem institucional, construindo um povo como agente histórico. Ou seja, um agente que é outro em relação à ordem atual”. E assinala o caráter indivisível entre populismo e política:

¹³ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.ago.2018.

¹⁴ Anexo 4. Temas

¹⁵ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro, em 18.ago.2018.

Só temos política através do gesto que engloba o estado de coisas existente como um todo sistêmico e apresenta uma alternativa em relação a ele (ou, pelo contrário, quando defendemos o sistema existente contra outras alternativas em potencial). Esta é a razão pela qual o fim do populismo coincide com o fim da política. (Laclau, 2009 ,p.69)

Em contraposição à teoria ontológica de Laclau, a cientista política inglesa Margaret Canovan (1982) postulou que o populismo deve ser observado a partir de uma perspectiva fenomenológica, ou seja, para entender as diversas facetas do populismo, deveria se buscar características homogêneas entre os movimentos populistas que surgiram e, assim, classificá-los. Através deste trabalho, a autora conseguiu mapear sete tipologias clássicas de populismo.

Tabela. 2 – Tipologias Clássicas do populismo.

Radicalismo agrícola	Movimentos com base social entre produtores de commodities, favorecendo medidas econômicas radicais do governo do povo: classicamente, o movimento populista dos EUA na década de 1890, mas também o Crédito Social em Alberta, o CCF em Saskatchewan.
Populismo intelectual revolucionário	Movimentos entre intelectuais revolucionários visando o socialismo agrário, idealizando o campesinato e tentando conter os modelos ocidentais (e marxistas ortodoxos) de desenvolvimento econômico. Classicamente, os Narodniki da Rússia do século XIX, mas existem paralelos no recente Terceiro Mundo, por exemplo, Fanon, Nyerere.
Populismo camponês	Movimentos populares de camponeses por 'terra e liberdade', favorecendo pequenas propriedades, cooperativas e tradicionalismo, contra capitalistas, burocratas e socialistas: p. a União Nacional Agrária da Bulgária e os outros partidos camponeses envolvidos no movimento 'Verde' na Europa entre as duas guerras mundiais.
Ditadura populista	Líderes carismáticos que devem seu poder à capacidade de jogar com as massas: por exemplo, Juan Perón, Huey Long e outros demagogos de sucesso.
Democracia populista	Esquemas e movimentos para fazer com que os governos respondam diretamente ao povo, principalmente por meio de métodos, como a iniciativa popular, o referendo e a recordação: por exemplo, os progressistas americanos e suas inovações constitucionais; o sistema suíço de democracia direta.
Populismo reacionário	Exploração do abismo entre opinião educada e progressista e os pontos de vista da população reacionária, notadamente em questões como hostilidades étnicas: p. George Wallace, Enoch Powell.
Populismo dos políticos	O uso de noções calculadamente vagas do "povo" por partidos ou líderes que desejam ofuscar as divisões políticas estabelecidas ou apelar completamente da política: por exemplo, de Gaulle, Jimmy Carter, muitos líderes de estados de partido único

Fonte: Adaptado de Canovan (1982)

Ainda que o objetivo declarado de Canovan não fosse o de encontrar uma definição para o populismo, o trabalho da autora contribui para a sedimentação da ideia proposta por Laclau sobre a existência de um sujeito popular ou apenas de “nós”, que se faz presente em cada uma das tipologias propostas pela autora.

Outra perspectiva para a compreensão do fenômeno parte de Mudde e Kaltwasser (2018), onde o populismo passou a ser interpretado como um fenômeno de natureza ideológica, onde a base para a sua classificação está no antagonismo proposto por Laclau elite versus povo, com a combinação de outras ideologias, como nacionalismo, neoliberalismo e

socialismo. E ainda destacam que as ideologias associadas ao populismo são ideologias magras, isto é, são concessões que representam apenas grupos específicos, e que, para reforçar sua posição, fazem o uso de argumentos simples.

Tendo em vista essas discussões e por tratar-se de um conceito que não possui um consenso acadêmico quanto a sua definição, no âmbito desse trabalho, tomaremos como definição as características de homogeneidade e de racionalização que o populismo apresenta, que, para Charaudeau (2009), estão circunscritas em três pontos: 1) Surge a partir de situações de crise social, que podem ser identitárias, morais, econômicas e de mudança de regime político; 2) Têm em comum a figura de um líder carismático forte, que representa o que seria a vontade do povo; 3) Caracteriza-se por não ter uma homogeneidade ideológica.

Ao ser resposta para as mais diversas formas de crises sociais, o populismo adquire o *status* de força transformadora, e o líder desse movimento passa a ser o agente dessa transformação, que pode ser operacionalizada servindo-se aos mais distintos interesses ideológicos, como salvar a sociedade da corrupção, garantir a segurança, resgatar a moral e proteger o país da ameaça estrangeira. As características apontadas por Charaudeau (2009) podem ser verificadas a partir do plano de fundo subjacente das eleições presidenciais brasileiras de 2018.

Para entender a situação de crise social vivida no Brasil, Nobre (2013) estabelece como marco conceitual as revoltas de 2013, comparando estes movimentos com as Diretas Já, movimento de 1984 que tinha como objetivo a reivindicação de eleições diretas para presidente, e com as manifestações de 1992, que tinham como objetivo o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello.

No entanto, conforme destaca Nobre (2013), as revoltas não eram dirigidas a um partido ou a um político específico; eram marcadas por serem revoltas contra o sistema “[...]contra ‘tudo que está aí’.” (Nobre, 2013, p. 5). Desse modo, nos anos que se seguiram, conforme destacado por Tatagiba e Galvão (2019), as manifestações ocorreram com uma multiplicidade de pautas, conforme destaque na tabela 3.

Tabela 3 – Principais reivindicações dos protestos brasileiros durante o período de 2011 a 2016.

Reivindicação	Valor (%)
Governo e sistema político	25,2
Salário e condições de trabalho	17,6
Condições de vida nas cidades	16,5
Justiça, direitos humanos e segurança	9,2

Políticas sociais	7,6
Política econômica e setorial	6,5
Meio ambiente e desenvolvimento	5,5
Gênero, diversidade sexual e raça	4,5
Terra	4,3
Outros	3,1

Fonte: Adaptado de Tatagiba e Galvão (2019)

Sendo que, conforme destacam as autoras, as duas principais categorias de reivindicações fundamentaram-se no antipetismo, de modo que:

“A categoria “governo e sistema político” abrange, principalmente, pautas relativas ao funcionamento da democracia e ao antipetismo. A categoria “salário e condições de trabalho” expressa o conflito distributivo e os limites da capacidade de os governos petistas incorporarem as demandas dos trabalhadores.” (Tatagiba e Galvão. 2019, p. 85)

Como reflexo desse cenário, o Brasil sofreu uma grave recessão econômica, registrando PIB de – 4,6% no segundo trimestre de 2016¹⁶, somada aos escândalos de corrupção envolvendo vários partidos políticos e empresas, que culminaram no *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 31 de agosto de 2016, e na prisão do ex-presidente e líder do Partido dos Trabalhadores, o Sr. Luís Inácio Lula da Silva, em 05 de abril de 2018.

Nesse sentido, Laclau (2009) adverte que, em um cenário onde coexistem uma pluralidade de reivindicações e uma crescente incapacidade das instituições em resolver os problemas do cidadão, constituem as condições necessárias para uma ruptura populista.

Logo, diante desse cenário de baixa confiança dos brasileiros nas instituições políticas do país, o então deputado federal Jair Messias Bolsonaro projeta-se como um sujeito popular na campanha eleitoral de 2018.

Portanto, diante da análise desses conceitos, pode-se concluir que a lógica de operacionalização do populismo está ligada a uma espécie de colapso do sistema político tradicional, onde a premissa inicial é a de que a lógica tradicional da construção de consensos entre a sociedade já não consegue suprir as demandas do cidadão, e, nesse

¹⁶ Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.html?edicao=20920&t=series-historicas>> . Acesso em: 08.jun.2019.

sentido, o populismo surge como uma alternativa de ruptura com esse sistema vigente e em defesa dos direitos de grupos específicos.

1.5.2 Características do Discurso Populista

No âmbito da comunicação política, Kurigan (2016) destaca que o discurso populista utiliza-se de uma comunicação propagandística e retórica, cujas principais características são: apelos ao nacionalismo e à identidade nacional; uso do que seriam as ameaças contra a nação para promover a unidade; uso de promessas extremas e radicais; e, ainda, fundamenta-se no simbolismo histórico, buscando imagens do passado de figuras míticas que unificaram a vontade popular.

Diante dessa variedade de usos, Mudde e Kaltwasser (2018) alertam que pode surgir uma confusão na classificação sobre se um determinado discurso é ou não populista, pois o rótulo populista raramente é reivindicado pelos políticos e organizações que adotam essas práticas; pelo contrário, é concebido de forma pejorativa por seus opositores.

Feita tal advertência, convém destacar que, a partir das teorias aqui desenvolvidas, essa investigação concentra-se na busca dos traços linguísticos para a qualificação do nosso objeto de estudo. Assim, o nosso ponto de partida está na premissa de que o populismo surge em um cenário de ruptura com o sistema político vigente, sendo o discurso a ferramenta de operacionalização dessa ruptura.

Nessa perspectiva, a articulação discursiva dos temas propostos por Kurigan (2016) ocorre a partir de três elementos fundamentais, que, conforme apontaram Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann e Stanyer (2018), são: 1) fazer referência ao povo, em que essa estratégia discursiva serve para unir diversos públicos ante um único rótulo; 2) fazer o uso de uma narrativa de luta contra um inimigo comum; 3) a partir dessa luta, constrói-se a imagem daqueles que não pertencem ao grupo e que são representados como ameaça.

Cabe destacar que, no contexto do discurso populista, a ameaça tem relação direta com o conceito de despojamento relativo destacado em Eatwell e Goodwin (2019), definido pelos autores como a condição em que o povo sente que está perdendo em relação a outros grupos sociais, em esferas que englobam pontos, como a economia, a segurança e a cultura. Tais características podem ser observáveis em nosso objeto de estudo, conforme tabela abaixo.

Tabela 4. Três elementos fundamentais de articulação do discurso populista

Referência ao povo	“Se for da vontade de Deus, amanhã será o dia de nossa nova independência. Vamos derrotar o partido dos maiores escândalos de corrupção da história, do Petrolão, do Mensalão, do Foro de SP, dos inimigos da liberdade e da Constituição! Devolveremos o Brasil aos brasileiros de bem!” ¹⁷
Inimigo em comum	“Para o PT, não se trata só de uma eleição, mas de impedir que uma quadrilha seja desmontada pelos brasileiros. Podem checar! Não é fake, é FATO!” ¹⁸
Ameaças	“O Partido dos Trabalhadores financiou ditaduras via BNDES; anulou o Legislativo no Mensalão; tem tesoureiros, marqueteiros e ex-presidente na cadeia por corrupção; quer acabar com a Lava-Jato, além de controlar a mídia e internet. Se alguém ameaça a democracia, esse alguém é o PT!” ¹⁹

Fonte: Adaptado da teoria de Vreese et al. (2018)

Até este ponto as estratégias persuasivas do discurso populista podem ser confundidas com as estratégias da comunicação política tradicional. E a separação entre ambas encontra-se no que Charaudeau (2009) destacou como “excesso” (p.264).

Um excesso que, conforme propõe o autor, aplica-se ao plano da emoção em detrimento da razão, feito a partir: da descrição catastrófica da situação social ou condição da qual o povo é vítima; da denúncia dos culpados, entre os quais estão a classe política, as elites isoladas do povo, as instituições, que perderam toda a autoridade e a burocracia, a fonte de todos os males; da exaltação dos valores e da aparência de um líder, carismático e visionário, capaz de romper com o passado e que será o salvador da sociedade.

A partir desse quadro teórico, o discurso populista abrange uma série de usos e aplicações, que vão desde discursos de exaltação nacionalista e anti-imigração, conforme discurso proferido pelo líder italiano Matteo Salvini²⁰, ao de uma luta contra o capitalismo predatório americano, conforme assinalado pelo líder venezuelano, Nicolás Maduro²¹. Quanto aos casos em que existem variações aos três elementos principais do discurso populista citados por Vreese et al. (2018), a literatura moderna classifica estes eventos como extremos.

A título de exemplificação, Mudde (2007), ao discorrer sobre a extrema-direita, argumentou que esse é um tipo de discurso que apresenta uma espécie de escada, onde, a partir da

¹⁷ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 28.out.2018.

¹⁸ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 19.out.2018.

¹⁹ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 08.out.2018.

²⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3IVigWOiLkM>>. Acesso em: 04.jan.2020.

²¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mQnNwpxYATs>>. Acesso em: 04.jan.2020.

associação a outras ideologias, chega-se até o discurso de extrema-direita, conforme exemplificado na tabela 5.

Tabela 5 - Escada de atração das ideologias nativistas.

Ideologia	Recurso Adicional Chave
Extrema-direita	
	Antidemocracia
Direita radical	
	Autoritarismo
Nativismo	
	Xenofobia
Nacionalismo	

Fonte: (Mudde, 2007, p. 24)

A ilustração de Mudde traz o questionamento sobre o uso ideológico de argumentos, que, ao serem ditos pelos políticos em alguns contextos, soam como se fossem atos impensáveis, no cenário global. Nesse sentido, Hampshire (2015), ao refletir sobre o cenário da crise migratória, identificou que, a partir da defesa da identidade europeia e do cristianismo, líderes, como Viktor Orbán (Hungria) e Robert Fico (Eslováquia), posicionaram-se de forma radical contra a recolocação de imigrantes em seus países.

Referente ao conceito de ideologia, conforme os estudos de Freedman(2004), Baradat e Philips (2017) e Sargent(2009), o surgimento do conceito ocorreu no início do século XIX, no cenário pós-Revolução Francesa, e foi um termo cunhado pelo francês Antonie Destutt de Tracy (1754 – 1836). Originalmente, tratava-se de um estudo sobre a formação das ideias, que seriam responsáveis por moldar e compreender o comportamento humano.

Sobre o conceito de ideologia presente no discurso, Ricoeur (1986) postulou que a ideologia aplicada ao discurso possui três funções: 1) a ideologia pode ser usada como ferramenta de distorção, apresentando um corpo de crenças, através do qual se estabelece uma relação imaginária com o real; 2) a ideologia é usada como estratégia de legitimação da autoridade do governante junto à crença dos governados; 3) a ideologia é usada como um mecanismo de integração e de preservação da identidade social do grupo. A teoria exposta por Ricoeur (1986) pode ser ilustrada por meio de um *tweet* emitido pelo presidente Jair Bolsonaro, um dia antes da data de votação do primeiro turno das eleições presidenciais.

Durante muito tempo, o brasileiro teve que escolher entre opções que não o representavam. Agora, é diferente! Amamos o Brasil, defendemos a família e a inocência das crianças,

tratamos criminosos como tais e não nos envolvemos em esquemas de corrupção. Jair Bolsonaro 17.²²

Nesse exemplo, a ideologia presente é a do nacionalismo, textualizada a partir dos traços “brasileiro” e “amamos o brasil”. A partir dessa ideologia, a distorção da realidade está presente, ao negar parcialmente que o “brasileiro” teve opções de representação em anos anteriores. Em seguida, cria-se uma relação imaginária com o real, ao se autodescrever como o político ideal que ama a Pátria, defende os valores morais, protege os cidadãos e, ainda, é justo e honesto. E, por fim, a partir do nacionalismo, busca-se legitimar a autoridade e a crença de que “Jair Bolsonaro 17” é a figura capaz de integrar e de preservar a identidade do “brasileiro”.

A partir das aproximações teóricas feitas nas seções anteriores, pode-se concluir que a prática discursiva populista opera sob uma ótica pragmática, na qual os argumentos e recursos estilísticos são utilizados com o objetivo de convencer sobre pautas reais ou imaginárias, como o apelo às emoções. No entanto, fica por explicar qual a construção de sentido dessas escolhas persuasivas, ponto que abordaremos no próximo capítulo.

Capítulo 2. Produção de Sentido, Temas, Figuras e Ideologias do discurso populista

Situado no nível do plano de conteúdo do discurso, este capítulo dedica-se ao estudo das estruturas discursivas; nível de análise do percurso gerativo de sentido, onde manifestam-se os sentidos concretos do discurso populista, através dos temas e figuras.

Essa aproximação teórica é fundamental para perceber, no fenômeno do populismo, quais são as principais agendas temáticas utilizadas no discurso populista. E o substrato emergente desse processo de observação fundamentará a base metodológica necessária para verificação do sentido produzido no discurso do nosso objeto de estudo. Sendo assim, configura-se, como objetivo deste capítulo, a construção da aproximação metodológica necessária para a observação das similitudes existentes entre a agenda temática do discurso do presidente Jair Bolsonaro e o que diz a teoria do populismo.

A estrutura a seguir subdivide-se em quatro tópicos: no primeiro, por meio da aplicação do percurso gerativo de sentido, são debatidas as estratégias de articulação e de produção de

²² *Tweet* publicado na conta oficial de Jair Bolsonaro em 06.out.2018.

sentido do discurso populista. No segundo, descrevemos os conceitos de temas e figuras, na perspectiva da semiótica textual. Na terceira, apresentamos o conceito de ideologia e discorremos sobre o seu papel no discurso. E, na quarta seção, traçamos o marco relacional entre a ideologia e o conceito de populismo, com o objetivo de verificar de que forma a ideologia é utilizada para articulação de temas, no âmbito do discurso populista.

Essa aproximação metodológica contribui, parcialmente, para responder à questão de investigação, no sentido de que descobriremos quais são os investimentos temáticos utilizados no fenômeno do discurso populista e como estes estão presentes no discurso do presidente brasileiro.

2.1 Produção de Sentido do Discurso Populista

No âmbito da esfera da produção, o sentido produzido pelo discurso populista pode ser observado através da semiótica textual – teoria desenvolvida pelo semioticista francês Algirdas Julien Greimas (1979).

A teoria greimasiana destaca-se por “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (Barros, 2005, p. 11). E, para tal, faz o uso do percurso gerativo de sentido, que é um modelo de análise onde é possível verificar o sentido produzido em um texto, desde o nível mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto.

Desse modo, conforme propôs Contto (2011), o primeiro passo para compreender o percurso gerativo de sentido está na palavra – gerativo –, pois, a partir dessa estrutura, o sentido de um texto revela-se em camadas.

PERCURSO GERATIVO			
	Componente Sintático		Componente Semântico
Estruturas sêmio-narrativas	Nível profundo ou fundamental	SINTAXE FUNDAMENTAL	SEMÂNTICA FUNDAMENTAL
	Nível de superfície ou narrativo	SINTAXE NARRATIVA DE SUPERFÍCIE	SEMÂNTICA NARRATIVA
Estruturas discursivas		SINTAXE DISCURSIVA	SEMÂNTICA DISCURSIVA
		Discursivização	Tematização
		Actorialização Temporalização Espacialização	Figurativização

Figura 4 - Percurso Gerativo de Sentido
Fonte: Courtés e Greimas (1979, p. 209)

Conforme destaque na figura 4, considerando-se as estruturas semio-narrativas e discursivas, o percurso gerativo de sentido possui três níveis de análise: o profundo ou fundamental, o nível de superfície ou narrativo e o nível das estruturas discursivas. Sendo que, para cada instância de análise, existe um componente sintático e um componente semântico.

Para Barros (2002), no quadro teórico da semiótica greimasiana, a sintaxe deve ser entendida como uma sintaxe conceitual, onde as relações, ainda que abstratas, são significantes. E a semântica, uma semântica-gerativa, que recobre todos os níveis de análise, com sentidos que vão do mais abstrato ao mais concreto.

Em relação à aproximação teórica com o nosso objeto de estudo, partindo das concepções teóricas feitas em Canovan (1982), Laclau (2009), Charaudeau (2009), Mudde e Kaltwasser (2018) e Eatwell e Goodwin (2019), nas próximas linhas, exemplificamos o percurso gerativo de sentido, por meio da articulação dos principais elementos teóricos do populismo.

2.1.1 Nível profundo ou fundamental

No nível profundo ou fundamental, Fiorin (2002) destaca que a sintaxe e a semântica do nível fundamental têm a função de explicar as dimensões mais abstratas da produção de sentido e do funcionamento do discurso, por meio da observação das oposições entre os termos que o compõem, exemplificadas a partir do quadrado semiótico.

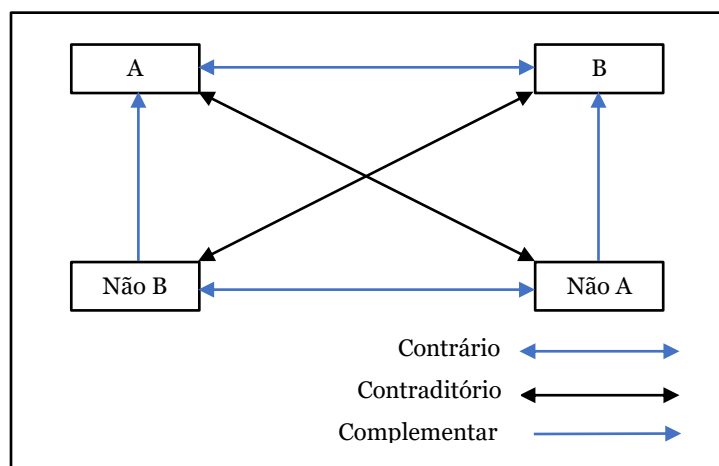


Figura 5. Quadrado Semiótico
 Fonte: Adaptado de Courtés e Greimas (1979, p. 365)

De modo que, a partir do quadro semiótico, podemos observar que existem três operações possíveis para a produção do discurso: a primeira é de contrariedade, por meio da oposição

estabelecida entre “A” e “B”; a segunda é de complementaridade nas relações entre “A” e “Não B” e entre “B” e “Não A”; a terceira, e última operação, é de contraditoriedade existente nas relações entre “A” e “Não A” e entre “B” e “Não A”.

A partir dessa observação, no componente sintático do nível fundamental, descortinam-se as oposições básicas, que vão constituir as operações de produção e de funcionamento de qualquer texto. E, a partir dessas oposições no componente semântico do nível fundamental, identificamos o sentido mais abstrato do texto, através dos valores de base do discurso.

Desse modo, no nível profundo ou fundamental, podemos identificar o sentido básico de um texto a partir das relações de oposição de dois termos, por meio do quadrado semiótico.

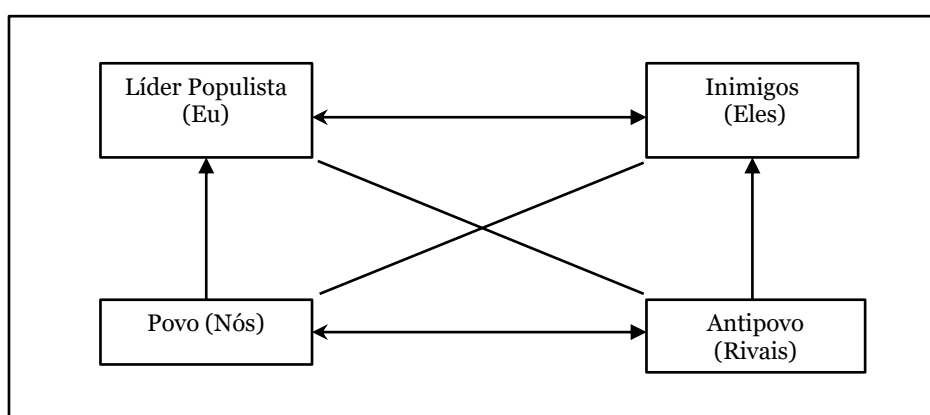


Figura 6 - Articulação de produção de sentido do discurso populista.

Fonte: Adaptado das teorias de Courtés e Greimas (1979), Canovan (1982), Laclau (2009), Charaudeau (2009), Mudde e Kaltwasser (2018) e Eatwell e Goodwin (2019).

Face às teorias expostas, o populismo, enquanto fenômeno discursivo, apresenta as seguintes relações no quadrado semiótico: 1) De contrariedade, por meio da oposição estabelecida entre o populista e inimigos; 2) De complementaridade, por meio das relações entre o populista e o povo; e os inimigos e o antipovo; 3) E de contraditoriedade entre o populista e o antipovo; e dos inimigos e do povo.

A categoria do líder populista é representada pelo ator político, que é o sujeito capaz de unificar as demandas do povo e, assim, estabelecer a oposição em relação aos inimigos do povo. A categoria dos inimigos é representada por aqueles que detêm o poder político, que não representam a vontade popular e que defendem os interesses do antipovo. Destacam-

se, como principais referências ao antipovo, o *establishment*²³, os imigrantes e as elites corruptas.

Dessa forma, as operações no plano da sintaxe fundamental são, do ponto de vista do líder populista: contrário ao inimigo, complementar ao povo e contraditório ao antipovo, no sentido de que nega tudo o que é contra o povo. Já do ponto de vista do inimigo: este é contrário ao populista, complementar ao antipovo e contraditório ao povo.

Quanto aos valores de base²⁴, no plano da semântica fundamental, o discurso populista trabalha com os valores da vontade popular, apresentados em uma perspectiva eufórica (valores positivos). E faz o uso de valores da ameaça ao povo em uma perspectiva disfórica (valores negativos). Cabe destacar que “euforia e disforia não são valores determinados pelo sistema axiológico do leitor, mas estão inscritos no texto” (Fiorin, 2002, p.20). Desse modo, na configuração do discurso populista, são eufóricos os valores investidos na relação estabelecida entre o populista e o povo, e são disfóricos os valores investidos nas relações estabelecidas entre o populista, o antipovo e os inimigos.

2.1.2 Nível de superfície ou narrativo

Identificadas as bases fundamentais do discurso no âmbito da produção, do funcionamento e do sentido mais abstrato. No seguinte nível do percurso gerativo de sentido, denominado nível de superfície ou narrativo²⁵, as operações encontradas no nível fundamental dão lugar aos programas narrativos²⁶, que, a partir dos enunciados de estado e de fazer, vão descrever as mudanças de estado dos sujeitos do discurso. E é onde a caracterização positiva ou negativa dos valores de base será determinada pela forma com que o sujeito relaciona-se com o objeto, que pode ser uma relação de conjunção ou de disjunção; em outras palavras, de proximidade ou distanciamento.

²³ *Establishment* grupo sociopolítico que exerce sua autoridade, controle ou influência, defendendo seus privilégios; ordem estabelecida, sistema.

²⁴ O conceito de valor é abordado em profundidade no 2º capítulo.

²⁵ Fiorin (2002) destaca que uma das objeções mais comuns ao percurso gerativo de sentido é que nem todos os textos são narrativos. Isso ocorre em função da interpretação errônea entre narração e narratividade. Sendo a primeira pertencente a uma determinada classe de textos e a narratividade por sua vez pressupõe uma narrativa mínima de mudança de um estado inicial para um estado final, e, portanto inerente, a todo tipo de texto.

²⁶ Sobre o conceito de programas narrativos, são as operações narrativas de mudança de estado dos sujeitos Conto (2011) que podem ser de aquisição, onde o sujeito disjuncto com o objeto de desejo entra em conjunção. E de privação, onde, no estado final, se tem a disjunção com o objeto de desejo. Não se aplica ao nosso objeto de estudo, mas, segundo Conto (2011), ainda existem os programas narrativos estacionários, onde, mesmo após realizada a ação, o sujeito permanece em um estado de conjunção ou de disjunção, conforme exemplo: “João cuida muito de seu automóvel, colocou um sistema de alarme e de localização via GPS” (p.71) (trad. Nossa)

Feitas as considerações anteriores, Contto (2011) propõe que o nível de superfície ou narrativo é a instância do percurso gerativo, onde as oposições encontradas no nível fundamental transformam-se em valores que se instalam no objeto de desejo do discurso, por meio dos processos de sintaxe narrativa e de semântica narrativa.

Na dimensão da sintaxe narrativa, Fiorin (2002) aponta que podem ser observados dois tipos de enunciados: os enunciados de estado, que estabelecem a relação de conjunção ou de disjunção entre o sujeito e o objeto; e os enunciados de fazer, que mostram a transformação da passagem de estado.

A passagem de estado dos sujeitos é feita por meio dos programas narrativos, que envolvem os sujeitos e o objeto de desejo. Nesse sentido, Contto (2011) destaca que é possível desenhar vários programas narrativos, levando-se em consideração o tipo de ação e de relação mantida entre sujeito ou com o objeto, relações que podem ser positivas (eufóricas) ou negativas (disfóricas), definidas pela conjunção ou disjunção com o objeto de desejo do discurso, conforme destacado na figura abaixo:

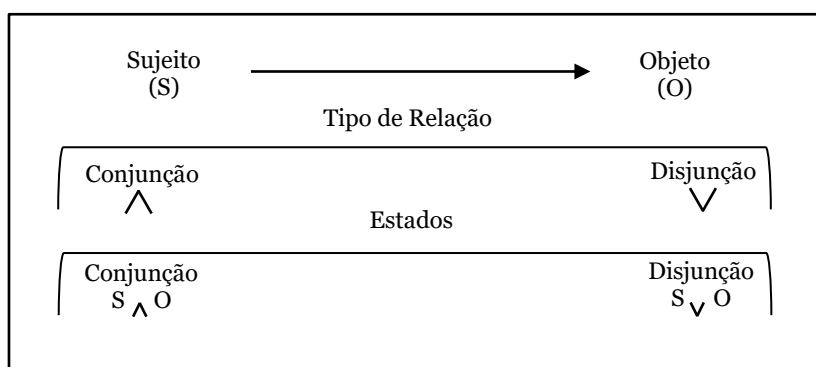


Figura 7 - Esquema de programas narrativos
 Fonte: Adaptado de Contto (2011, p. 59)

Considerando-se os programas narrativos em nosso objeto de estudo, os enunciados de estado e de fazer, destacados por Fiorin (2002), podem ser exemplificados a partir do *tweet* abaixo.

Encaro o momento como uma missão. Todos estamos no mesmo barco e só sairemos da lama se remarmos contra a maré da corrupção e ineficiência, causadas pela atual forma de fazer política no Brasil, que será mantida pelos meus adversários. O desafio é difícil, mas estamos preparados!²⁷

Nesse exemplo, como enunciados de estado, destacam-se os termos “Todos estamos no mesmo barco”. O uso do plural majestático, nesse *tweet*, tem a função de destacar que o

²⁷ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 18.ago.2018.

sujeito populista, assim como o povo, encontra-se em um estado inicial de disjunção com o objeto de desejo, que é o fim da corrupção e da má gestão pública.

Já os enunciados de fazer, isto é, o como sair do estado de disjunção para a conjunção, é manifestado de dois modos: primeiro, por meio de uma manipulação da audiência sobre o interesse dos adversários em manter o sistema político atual; o segundo é a partir da afirmação de que o sujeito possui as competências necessárias para guiar o povo brasileiro até o fim da corrupção.

Diante desse quadro teórico, no nível narrativo, o objeto de desejo do populista é a adesão do povo a suas pautas, e, para tal, apresenta suas teses por meio de dois programas narrativos, sendo que o primeiro é marcado por uma espécie de alinhamento com os valores do povo (conjunção), e o segundo, a partir do desalinhamento com os valores que caracterizam o antipovo, um sujeito figurado pelo adversário, que, segundo o sujeito populista, é um antagonista. De modo que, se o populista pretende aceder a um objeto de desejo adjacente à prosperidade do Brasil, o antipovo defende o que o populista considera ser abjeto: a corrupção, a injustiça, a iniquidade. E, assim, estabelece-se uma relação de (disjunção).

Por sua vez, no quadro da semântica narrativa, e conforme destaque no exemplo anterior²⁸, a articulação necessária para operacionalizar as mudanças de estado postuladas na sintaxe discursiva é fundamentada nas sequências canônicas, que, conforme destaca Fiorin (2002), é composta pelas fases da manipulação, competência, performance e sanção. Essas sequências podem ser ilustradas a partir de duas dimensões interpretativas: uma cognitiva e outra pragmática.

A dimensão cognitiva engloba as fases da manipulação e da sanção. De acordo com Fiorin (2002), a manipulação pressupõe a existência de dois sujeitos na narrativa: nomeadamente, o sujeito-manipulador e o sujeito-manipulado. De modo que, para acontecer a manipulação, um sujeito deve agir sobre o outro e levá-lo a querer/dever realizar alguma ação. E, para tal, dispõe do uso das estratégias persuasivas da tentação, da intimidação, da sedução e da provocação.

Tentação	O sujeito manipulador estabelece algum prêmio ou benefício para a realização da ação.
----------	---

²⁸ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 18.ago.2018

Intimidação	O sujeito manipulador estabelece alguma punição, se a ação não for executada.
Sedução	O sujeito manipulador elogia deliberadamente as competências que o sujeito manipulado possui para executar a ação desejada.
Provocação	A partir da negação das competências que o sujeito manipulado possui para realizar a ação, o sujeito manipulador busca convencê-lo, para a execução da ação.

Figura 8. Estratégias de Manipulação
Fonte: Adaptado de Fiorin (2002)

Desse modo, a manipulação é uma estratégia de comunicação, cujo cariz persuasivo é o elemento predominante na comunicação estabelecida entre os sujeitos. Já a sanção é a fase onde se tem a constatação de que a performance realizou-se, caracterizando um crer ou um saber.

Sobre a fase da sanção, Fiorin (2002) propõe que esta é pautada por ser aquela onde a relação discursiva entre os sujeitos é de cariz interpretativo, e os sujeitos ganham a classificação de juiz e julgado. Dessa forma, a partir da concretização da ação, vão se estabelecer os prêmios e os castigos previstos no contrato definido na fase da manipulação.

Quanto à dimensão pragmática das sequências canônicas, essa pode ser observável a partir das fases da competência e da performance. Sendo que, na competência, temos a figura do sujeito operador da ação, que, após a fase da manipulação, desenvolve as motivações de querer-fazer e dever-fazer a ação. Nessa fase, ou adquire o saber-fazer para executar a ação, ou doa o poder-fazer para que outro realize a ação, tornando-se, assim, um ajudante.

A performance caracteriza-se por ser um fazer-ser, de modo que, nessa fase, verifica-se a transformação dos estados, após realizada a ação. Nessa etapa, as motivações previstas na competência (querer, dever, saber e poder) são transformadas em valores de estado dos sujeitos (ser, estar, ter), postulando-se, assim, o estado de conjunção ou de disjunção final após a realização da ação prevista no contrato.

Tendo como ponto de partida o quadrado semiótico do discurso populista apresentado na figura 6²⁹, as sequências canônicas podem ser ilustradas da seguinte forma. É possível observar a manipulação a partir do sujeito-manipulador (político populista), que age sobre um querer e dever-fazer do povo (sujeito manipulado). E a estratégia persuasiva, usada para

²⁹ Figura 9. Articulação básica fundamental do discurso populista.

a manipulação, é a da intimidação, de modo que, se não for eleito, o povo sofrerá com todos os males do modelo político atual, conforme exemplo:

Queremos resgatar os valores perdidos há muito e retirar o Brasil da lama de violência e corrupção que o colocaram! Nosso país não aguenta mais 4 anos do que nos governa há décadas! Vamos dar o primeiro passo para resgatar nossa pátria!³⁰

Este mesmo exemplo serve para ilustrar a seguinte estrutura da narrativa canônica à fase da competência, onde o sujeito (povo) operador da ação (voto) é dotado de um saber e poder fazer relacionado a partir do uso de expressões, como “Ninguém entende melhor os problemas de uma região do que seu próprio povo...”³¹, a destacar, a sabedoria do povo:

Obrigado, senadora Ana Amélia, pelo apoio! Parabéns pela coragem de se posicionar neste momento tão importante e decisivo, onde o brasileiro escolherá entre o modelo do PT, que afundou nosso país no mar da corrupção e violência, ou a ordem, o progresso e a liberdade.³²

Quanto à esfera da performance, essa pode ser interpretada a partir do que Kurigan (2016) destacou como simbolismo histórico³³, de modo que o fazer-ser do sujeito de estado (político populista) é trabalhado a partir do resgate histórico de imagens que reforçam o *ethos* de que o populista não é o inimigo do povo, e que é ele quem vai reconduzir o povo, que se encontra em disjunção com o objeto de desejo (a prosperidade do Brasil). Mas, ao mesmo tempo, carrega o querer, o dever, o saber e poder fazer para realizar a mudança de estado proposta na narrativa. “Vamos dar o primeiro passo para resgatar nossa pátria!³⁴.”

Quanto à esfera da sanção, ela ocorre em uma dimensão interpretativa, de modo que, na narrativa populista, o político assume o papel de juiz, e os inimigos do povo são julgados a partir de questões, como: a corrupção sistêmica, a ameaça à integridade nacional e a falta de segurança.

2.1.3 Nível das estruturas discursivas

Se, no nível narrativo, percebemos a forma como os sujeitos entram em conjunção ou disjunção com o objeto de desejo, no nível das estruturas discursivas, “os esquemas

³⁰ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 26.out.2018

³¹ Fragmento retirado do *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 17.out.2018. Texto completo: “Ninguém entende melhor os problemas de uma região do que seu próprio povo, por isso vamos descentralizar os recursos e dar mais autonomia financeira aos estados e municípios. Além da melhor aplicabilidade, a medida facilita a fiscalização e o combate à corrupção de perto. BR”

³² *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 09.out.2018

³³ Simbolismo histórico ver página 24.

³⁴ Fragmento retirado do *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 26.out.2018.

narrativos são assumidos pelo sujeito da enunciação que os converte em discurso” Fiorin (2002, p. 39).

Com essa definição, Fiorin (2002) destaca que a enunciação é o ato de produção do discurso, e, de modo mais detalhado, Barros (2005) destaca que a enunciação:

É a instância de mediação entre as estruturas narrativas e discursivas que, pressuposta no discurso, pode ser reconstruída a partir das pistas que nele espalha; é também mediadora entre o discurso e o contexto sócio-histórico e, nesse caso, deixa-se apreender graças às relações intertextuais. (Barros, 2005, p.81)

Sendo assim, a enunciação é uma instância anterior ao nível discursivo, que pressupõe a existência de um enunciado feito pelo sujeito da enunciação, um eu que pode estar textualizado de forma explícita ou implícita, mas que sempre vai estar presente no texto, pois, tal como afirma Fiorin (2002, p.39): “Mesmo quando os elementos da enunciação não aparecem no enunciado, a enunciação existe, uma vez que nenhuma frase se enuncia sozinha.”

Logo, para exemplificar as componentes das estruturas discursivas, podemos seguir as pistas deixadas pela enunciação, assim como proposto por Barros (2005). E que Fiorin (2002) destacou, ao discorrer que, “no nível discursivo, as formas abstratas do nível narrativo são revestidas de termos que lhes dão concretude”(p. 29). Sendo que essa concretude é feita de dois modos: por meio dos processos de sintaxe e da semântica discursiva.

Na dimensão da sintaxe discursiva, temos o revestimento dos sujeitos descritos no nível narrativo: por meio dos processos de atorização, temporalização e espacialização. Onde, no processo de atorização, são constituídos os atores, que são categorias resultantes “da conversão dos actantes narrativos, graças ao investimento semântico que recebem no discurso. O ator cumpre papéis actanciais, na narrativa, e papéis temáticos, no discurso” Barros (2005, p. 80).

Na temporalização, a partir do revestimento semântico, essa narrativa é inserida em uma época/contexto, ou, conforme destacado em Courtés e Greimas (1979, p. 455): “A temporalização consiste, como seu nome indica, em produzir o efeito de sentido ‘temporalidade’ e em transformar, assim, uma organização narrativa em ‘história’”. Quanto à espacialização, na concepção da semiótica textual, Courtés e Greimas (1979) recorrem à noção de investimentos semânticos para delimitar o espaço e o local onde acontece o discurso.

Sobre o investimento semântico dos atores, tempo e espaço, conforme destaca Barros (2005), este é feito a partir do processo de figurativização, que se trata do uso de elementos mais “concretos”(p. 83) para revestir os percursos temáticos abstratos.

Desse modo, do ponto de vista da figurativização, a partir do estudo de Eatwell e Godwin (2019), encontramos a representação dos atores, espaços e temporalidades do discurso populista. Como principais atores, o líder salvador, o povo oprimido e os inimigos. Do ponto de vista da significação da temporalidade, existe um resgate do simbolismo-histórico, de modo que traz imagens do passado para justificar a necessidade de mudança do presente.

E, em termos de representação do espaço, o discurso populista sugere a manutenção simbólica de espaços fixos referentes a uma ordem e pureza nacionais, ao mesmo tempo em que define espaços informais de polarização (os inclusivos, referentes a um nós inclusivo, que engloba o líder populista e o povo oprimido, versus os espaços exclusivos, dos outros – os dos traidores, dos inimigos da pátria, dos corruptos).

Cabe destacar que, desde um ponto de vista da semântica discursiva, no âmbito da figurativização, as representações do espaço também podem ser verificadas a partir do conceito de proxêmica, termo cunhado pelo antropólogo estadunidense Edward T. Hall (1981), na tentativa de descrever e de compreender o uso e a percepção que os homens têm dos espaços.

De modo que, na definição do autor: “O território é, em todas as acepções da palavra, uma extensão do organismo marcada por signos visuais, vocais e olfativos. O homem criou extensões materiais da territorialidade, bem como marcadores territoriais visíveis e invisíveis”. (Hall, 1981, p.1)

Da teoria proxêmica de Hall (1981) são destacadas três noções básicas em relação aos espaços, fundamentais para a nossa reflexão: os espaços fixos, semifixos e informais. Podem ser espaços de características fixas (casas, cidades, países) aqueles cujo fundamento é a organização de indivíduos ou de grupos. De características semifixas são os espaços caracterizados como elementos que podem ser agrupados para manter a organização dos indivíduos em contextos que fogem ao controle individual (salas de espera). Quanto aos espaços informais, são os que dizem respeito às distâncias mantidas pelo indivíduo em relação ao outro.

As contribuições de Hall, para o entendimento dos espaços, clarificam a noção de como os homens constroem e relacionam-se com os espaços. Associado à semiótica textual, esse

conhecimento torna-se um fundamento para a identificação da natureza dos espaços mencionados no discurso.

Em nosso corpus de análise, os espaços podem ser interpretados em uma dimensão semifixa, a partir de uma combinação de elementos do mundo natural com uma dimensão cognitiva, como é o caso do exemplo do Brasil da insegurança. Que remete a um tipo de espaço onde o crime ameaça a vida do brasileiro e a violência impede o crescimento do Brasil, conforme exemplo.

A segurança é nossa prioridade! É urgente! As pessoas precisam de emprego, querem educação, mas de nada adianta se continuarem sendo vítimas de latrocínio a caminho de seus trabalhos; de nada adianta se o tráfico de drogas permanecer na porta das escolas.³⁵

Uma vez constituídos os atores, tempo e espaços, discursos como este ganham concretude, a partir do revestimento semântico dos temas e figuras instâncias previstas no nível da semântica discursiva, a qual abordaremos em profundidade na seção a seguir.

2.2 O conceito semiótico de tema

2.2.1 Relação entre tema e valor

Como definição de tema, Courtés e Greimas (1979, p. 453) expuseram que, “em semântica discursiva, pode-se definir o tema como a disseminação, ao longo dos programas e percursos narrativos, dos valores já atualizados (vale dizer, em junção com os sujeitos) pela semântica narrativa”. Essa definição remete à ideia de que os valores são o fundamento dos temas, ao mesmo tempo em que o tema resulta da relação dos sujeitos com o objeto, e que, conforme descortinamos nas seções a seguir, estes valores poderão ser positivos, remetendo a dimensões eufóricas, ou negativos, remetendo a dimensões disfóricas.

Por sua vez, Fiorin (2002) e Barros (2005) destacaram que o tema é um investimento semântico de natureza abstrata³⁶, que se refere às categorias linguísticas e semióticas, as quais organizam, conceitualizam e ordenam elementos do mundo natural, como: elegância, vergonha e orgulho.

³⁵ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 11.set.2018.

³⁶ Na semiótica francesa o significado do termo “abstrato” corresponde a qualquer termo pertencente à língua natural que possui carga sêmica fraca (no sentido de que se opõe ao concreto) Courtés e Greimas (1979, p.9)

Todavia, para elucidar a definição original de tema, proposta por Courtés e Greimas (1979), cabe sublinhar dois termos fundamentais. São eles: a ideia de valores atualizados e a disseminação em programas e em percursos narrativos.

2.2.2 Noção de valor

Para Barros (2005), o valor “é o termo de uma categoria semântica, selecionado e investido em um objeto com o qual o sujeito mantenha relação” (p. 86), e a atualização do valor decorre da relação estabelecida entre sujeito e objeto. Logo, “é a relação com o sujeito que define o valor” (p. 86). Para exemplificar este conceito, observemos um discurso cujo tema é a corrupção nas instituições políticas brasileiras, o qual apresenta valores operativos de ações que o governo pode adotar para reduzir a corrupção, conforme discriminado abaixo:

ECONOMIA e GOVERNABILIDADE: Com a descentralização do poder, dirimimos as suspeitas relações promíscuas entre Federação, Estado e Município; combatendo os problemas peculiares de cada região, facilitando ao cidadão a fiscalização na aplicabilidade dos recursos públicos.³⁷

Neste caso, a partir da proposição de descentralização do poder, propõe-se ao destinatário da mensagem valores operativos da ordem de um poder-fazer, textualizado na perspectiva de que este terá facilidade para fiscalizar recursos os públicos. E que, a partir dessa ação, “dirimimos”, ou, em outras palavras, resolvemos o problema da corrupção sistêmica.

Com esse exemplo, também é possível observar que o valor pode ser trabalhado no texto em duas dimensões: a primeira diz respeito à forma como o valor está investido no objeto de desejo – “ações práticas de combate à corrupção”. E a segunda dimensão surge da relação que o sujeito “cidadão” estabelece com o objeto de desejo, no caso, o “combate à corrupção”.

2.2.2.1 O valor é o que está investido no objeto

Antes de conceituar como os valores inscrevem-se no objeto, ou na relação que os sujeitos estabelecem com o objeto, cabe detalhar alguns pontos onde os valores são determinantes, nomeadamente: os processos de tematização e os percursos temáticos.

Sobre a tematização, Courtés e Greimas (1979) trazem a noção de que a tematização é um procedimento de “conversão semântica” (p. 454), feito por meio da apropriação dos valores da semântica narrativa, os quais encontram-se em junção ou disjunção com os sujeitos. Na semântica discursiva, estes valores são disseminados, de modo difuso ou concentrado, na

³⁷ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 12.set.2018. Referente aos erros ortográficos da citação o *tweet* está reproduzido com a ortografia original.

forma de temas pelos programas ou percursos narrativos, o que, posteriormente, dará lugar ao processo de figurativização.

Já o percurso temático é a forma como se organiza o conteúdo abstrato do discurso. Ao refletir sobre essa organização, Courtés e Greimas (1979, p. 453) destacaram que ocorre na perspectiva de que um tema é apresentado no discurso sob a forma de “investimentos temáticos parciais” – os quais são os vários percursos temáticos que o discurso apresenta e que fazem remissão ao tema, o que podemos verificar a partir de um *tweet* do presidente Jair Bolsonaro sobre o tema da Ética na política.

Os males e prejuízos da corrupção atingem a população de todas as formas. É ela que fica sem leito no hospital, sem segurança nas ruas e sem dinheiro no bolso. É isso que queremos impedir. Um governo corrupto estimula o crime em todas as esferas. Vamos governar pelo exemplo!³⁸

Neste *tweet*, o tema da ética na política gera os percursos temáticos; da corrupção sistêmica – “Um governo corrupto estimula o crime em todas as esferas”. Da supressão de direitos básicos do cidadão, como saúde, segurança e emprego. E do *ethos* político do novo governo que vai governar, pelo exemplo. Cabe destacar que as problemáticas apontadas nos percursos temáticos parciais do exemplo anterior não são ocasionadas apenas por problemas relacionados à ética na política, mas, estando organizados dessa forma, tornam-se percursos temáticos, que dão concretude ao tema.

A organização de um tema a partir de vários investimentos temáticos parciais só é possível porque, segundo Barros (2002, p. 115), “...a partir de um mesmo valor, pode obter-se mais de um percurso temático”. Dito de outro modo, o valor investido no objeto de desejo é o fundamento a partir do qual torna-se possível a construção dos percursos temáticos.

Sendo assim, conforme Courtés e Greimas (1979, p. 453), “no quadro da semântica discursiva, o percurso temático é a manifestação isotópica, mas disseminada de um tema, redutível a um papel temático”³⁹.

Relativo ao conceito de isotopia, de acordo com Lozano (1986), na semiótica textual, entende-se por isotopia uma propriedade semântica do texto que permite identificar os planos homogêneos de significado nos diferentes percursos temáticos, a partir da

³⁸ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 08.out.2018.

³⁹ Sobre o conceito de “papel temático” consultar Secção 2 – Conceito de figura e sua relação com os temas.

recorrência e da redundância de elementos semânticos idênticos, que indicam a coerência de sentido e textual.

Nesse sentido, a partir do *tweet* sobre a falta de ética na política, podemos verificar a forma como o valor é investido no objeto, uma vez que, nos percursos temáticos identificados, encontram-se traços semânticos, como: “estímulo ao crime” e “sem saúde, segurança e dinheiro”. Configurando-se, assim, uma isotopia a partir do traço não ético – que gera a corrupção, um mal que atinge diretamente a vida do cidadão.

Desse modo, conclui-se que o valor é o fundamento dos temas, na medida em que este é a base de articulação dos percursos temáticos, por meio das isotopias presentes no texto. Referente à relação dos valores com o sujeito, na seção a seguir descortinamos como isso ocorre.

2.2.2.2 O valor decorre da relação do sujeito com o objeto

Relativa à segunda dimensão em que o valor é trabalhado no texto, a partir da relação dos sujeitos com o objeto de desejo. Dessa perspectiva, extraímos o conceito de programas narrativos, que, segundo Contto (2011, p. 59), “o programa narrativo contém a relação de dois estados e uma ação que os conecta”.

Desse modo, no exemplo da corrupção nas instituições políticas brasileiras, temos o programa narrativo do sujeito indignado com a corrupção (o político) – textualizado em “[...]Com a descentralização do poder, dirimimos as suspeitas relações promíscuas entre Federação, Estado e Município”⁴⁰ –, e o programa narrativo (do cidadão), que, a partir dos valores investidos no objeto de desejo “fim da corrupção”, terá a possibilidade de fiscalizar as ações do Estado.

Apresentadas essas duas dimensões do uso de valores em um texto, pode-se afirmar que os valores são o fundamento do tema, porque são o elemento necessário para ancorar o sentido e a coerência do texto, seja por meio do investimento no objeto, seja na relação estabelecida com os sujeitos.

Em complemento, Barros (1979, p.76), ao refletir sobre como funciona o processo de tematização, destaca: “Tematizar um discurso é formular os valores de modo abstrato e

⁴⁰ Reprodução da ortografia original do *tweet* postado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 18.set.2018.

organizá-los em percursos. Em outras palavras, os percursos são constituídos pela recorrência de traços semânticos ou semas, concebidos abstratamente”.

Na seção a seguir, descortinamos como na semiótica greimasiana se dá o enquadramento ideológico dos valores, sendo esse um dos pontos fundamentais para a verificação de como a agenda ideológica foi trabalhada no discurso do nosso objeto de estudo.

2.2.3 Enquadramento ideológico dos valores

Sobre o enquadramento ideológico dos valores, Barros (2002) propôs que são valores ideológicos os valores virtuais atualizados e assumidos por um sujeito que mantenha uma relação modal com o objeto de desejo do discurso. Sendo assim, é no querer e dever (fazer ou ser) que se descortinam os substratos ideológicos dos textos.

A modalização ocorre no nível narrativo, onde os enunciados de estado são responsáveis pela transformação de estado do sujeito e especificam como os sujeitos entram em conjunção ou disjunção, como o objeto de desejo, por meio da manipulação, da competência, da performance e da sanção.

Segundo Monteiro e Vedovato (2009), a manipulação ocorre quando “um sujeito age sobre o outro para levá-lo a um querer e/ou dever fazer”(p.25). A competência refere-se a uma transformação realizada por um sujeito que é dotado de um poder fazer e/ou saber. A performance é a fase em que as transformações ocorrem, ou seja, há passagem de um estado a outro. O último nível é a sanção, que ocorre quando há constatação de que a performance realizou-se e, conseqüentemente, o reconhecimento do sujeito que operou a transformação.

Dito em outras palavras, é a modalização o elemento responsável pelo enquadramento ideológico dos valores e, por conseqüente, do tema. E o faz por estabelecer a forma como o sujeito se relaciona com o objeto de desejo.

Logo, é coerente afirmar que os temas estão ligados à ideologia, pois são constituídos a partir de valores modais, que permitiram ao sujeito uma mudança de estado pautada nas dimensões da manipulação, competência, performance e sanção.

2.2.4 Natureza substancial dos valores

2.2.4.1 Construção de valores positivos e negativos

A primeira noção para o entendimento da natureza substancial dos valores é proposta em Fiorin (2002), ao destacar que é no nível da semântica fundamental que se abrigam as categorias semânticas que compõem a base estrutural de um texto.

Sobre como se determinam as categorias semânticas, para Fiorin (2002), são fundamentadas numa relação de diferença ou de oposição. Sendo assim, o critério para o estabelecimento das categorias semânticas está no que Fiorin (2002) destaca como “traço comum” (p. 19), que pode ser entendido em uma perspectiva eufórica (valorização positiva) ou disfórica (valorização negativa), uma o contrário da outra. E que, na perspectiva semiótica, vão gerar outras duas categorias semânticas de complementaridade e contraditórios, conforme esquema abaixo:

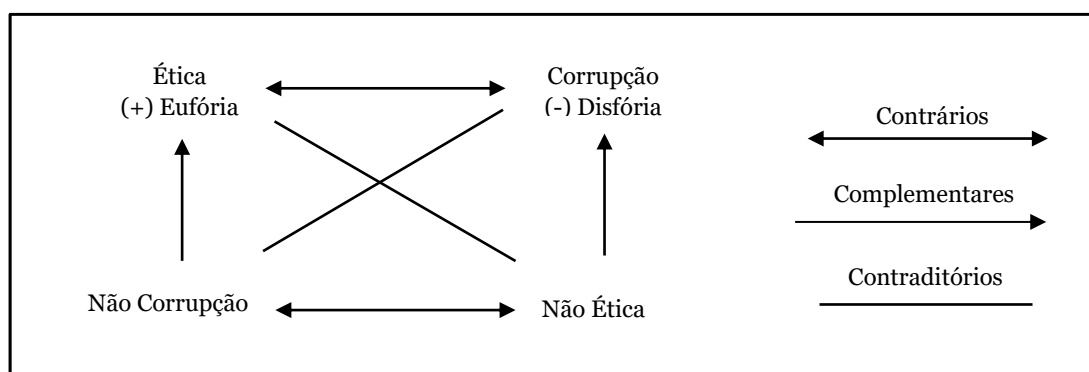


Figura 9 - Valores Positivos e Negativos
Fonte: Adaptado de Fiorin (2002)

Relativamente às relações eufóricas e disfóricas, que são estabelecidas a partir de um traço comum, Barros (2002, p.33) propõe que as relações eufóricas são de “conformidade do ser vivo com o meio ambiente”, e as relações disfóricas “sua não-conformidade”. E a valorização, positiva ou negativa, não é fundamentada em um sistema axiológico de valores individuais de julgamento do que é certo e errado, mas, sim, por meio da oposição ou da diferença de ambas as categorias semânticas.

Desse modo, no exemplo sobre a ética destacado anteriormente⁴¹, são valores positivos: a ética na política e os direitos do povo; e são valores negativos: a corrupção e a supressão desses direitos. A partir da perspectiva eufórica ou disfórica dos valores apresentados no discurso, conseguimos identificar quais são os temas cultivados e repudiados.

2.2.4.2 Temas cultivados e repudiados

⁴¹ O *Tweet* utilizado para essa exemplificação está transcrito na página 41.

Assim como os valores são o fundamento do tema, também são fundamentais na forma como se determina o tipo de relação entre os temas e o sujeito, se será uma relação pautada por uma perspectiva positiva (temas cultivados) ou negativa (temas repudiados). Nesse sentido, temas repudiados e temas cultivados nada mais são do que percursos temáticos sobremodalizados por valores positivos, que apresentam um caráter eufórico, ou valores negativos, com um cunho disfórico.

A título de exemplo, no discurso cujo tema é a ética na política, Bolsonaro, a partir da relação eufórica entre o povo e valor moral da honestidade, desenvolve como tema cultivado a importância da ética na política. E, como temas repudiados, cria o tema da corrupção sistêmica, conforme ilustrado na tabela 6.

Tabela 6. Temas cultivados e repudiados

Os males e os prejuízos da corrupção atingem a população de todas as formas. É ela que fica sem leito no hospital, sem segurança nas ruas e sem dinheiro no bolso. É isso que queremos impedir. Um governo corrupto estimula o crime em todas as esferas. Vamos governar pelo exemplo!	
Tema central	Ética na política.
Temas cultivados	Honestidade, direitos.
Temas repudiados	Insegurança, desemprego, doença.

Fonte: Elaborado a partir Barros (2004) e Fiorin (2002)

Quanto às relações eufóricas e disfóricas que sustentam essa análise. Como relações eufóricas, temos a relação estabelecida pelo sujeito-enunciador, que reconhece o sofrimento da população, e que, a partir de um registro moral, vai governar pelo exemplo. Com isso, vai pôr fim à corrupção sistêmica. Como relações disfóricas, temos: a da população, a partir da não conformidade com o sistema político atual demonstrada pelos prejuízos e perdas, causados pelo governo vigente; e a do governo vigente, textualizado como a fonte do caos social, uma vez que este, ao ser corrupto, acaba por estimular o crime em todas as suas esferas.

Contudo, diferentes são os valores, dada a forma como os sujeitos relacionam-se com o objeto de desejo. Nesse sentido, os valores investidos na população são de um caráter basista, pois fundamentam temas, como segurança e saúde. Já os valores investidos no governo atual são de um cariz perverso, e, por fim, os valores investidos no candidato emissor da mensagem possuem um cariz de missão, para romper com o sistema atual. Na alínea a seguir, com base no cariz dos valores, buscamos contextualizar as principais temáticas a partir da análise da caracterização dos valores.

2.2.4.3 Aprofundamento das temáticas a partir da caracterização dos valores

Entre as possibilidades de valores trabalhados no discurso, Floch (2000), ao aplicar o modelo semiótico para compreensão dos valores de consumo presentes no discurso publicitário, deparou-se com a dicotomia manifestada na oposição entre os valores de uso (modais) e os valores de base (descritivos). Que, na definição de Courtés e Greimas (1979, p. 483), estão definidos como “valores descritivos” (objetos consumíveis e entesouráveis, prazeres e “estados de alma”, etc.) e “valores modais” (querer, poder, dever, saber-ser, fazer). Dessa forma, o estudo de Floch (2000) fundamentou-se na oposição entre as categorias de valores de uso (modais) e valores de base (descritivos), para a criação da grade de valores de consumo. Onde, a partir da contrariedade entre os valores de uso e de base, derivam-se outras quatro categorias de valores, sendo eles: os valores utópicos, práticos, críticos e lúdicos – conforme quadrado abaixo.

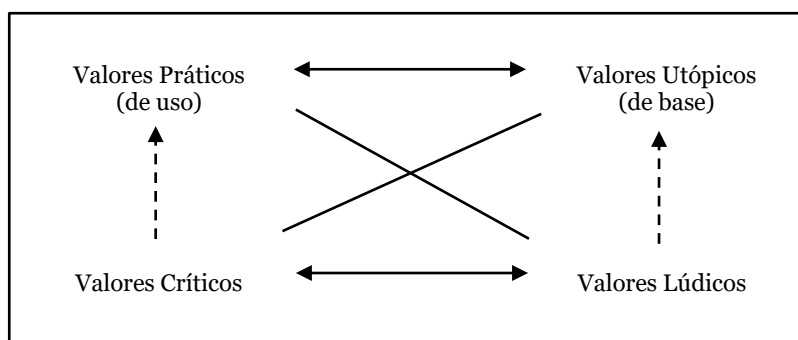


Figura 10. Quadro dos Valores de Consumo
Fonte: Adaptado de Floch (2002)

Ainda que o estudo de Floch (2000) seja articulado para uma análise do discurso publicitário, a sua contribuição para distinguir os valores presentes no nosso objeto de estudo está no fato de que, assim como no discurso publicitário, o discurso político também é pautado por estratégias de modalização relacionadas a manipulação, competência, performance e sanção.

Desse modo, a partir do marco teórico da modalização, que, em suma, objetiva capacitar o eleitor a concretizar a ação do voto ou não voto. O aprofundamento dos valores propostos em Floch (2000) permite compreender o fundamento da construção dos principais temas trabalhados no discurso político.

2.2.4.3.1 Temas Instrumentais (valores práticos)

Os valores práticos são os valores de natureza instrumental, que são investidos para que os sujeitos tenham os instrumentos necessários para desenvolver os programas narrativos, ou, ainda segundo Floch (2000, p. 119), “a valorização prática corresponde ao uso de valores

desde o momento em que são concebidos, em oposição aos valores básicos; eles também poderiam ser chamados de ‘valores utilitários’”. E, no discurso político, estes valores são trabalhados em dimensões instrumentais, que objetivam solucionar algum problema prático do indivíduo.

Cabe destacar que, conforme proposto no esquema de Floch (2000), os valores práticos estão em uma relação de oposição aos valores utópicos e, portanto, quando observados no discurso político, estes apresentam-se em uma dimensão prática, sem o uso de ambiguidades ou de exaltações. Desse modo, como temas fundamentados por valores instrumentais no discurso do nosso objeto de estudo, pode-se destacar o *tweet* abaixo:

ECONOMIA e GOVERNABILIDADE: Com a descentralização do poder, dirimimos as suspeitas relações promíscuas entre Federação, Estado e Município; combatendo os problemas peculiares de cada região, facilitando ao cidadão a fiscalização na aplicabilidade dos recursos públicos⁴².

Neste exemplo, o instrumento de descentralização do poder permitirá ao cidadão uma facilidade na fiscalização dos recursos públicos, configurando, assim, um valor de natureza prática; pois, a partir dessa ação, o sujeito cidadão estará em conjunção com o objeto de desejo: o combate à corrupção.

2.2.4.3.2 Temas Fundamentais (valores utópicos)

Como resultado da relação de oposição aos valores práticos, temos os valores utópicos, que são investidos no objeto de desejo. De acordo com Floch (2000), os valores utópicos também podem ser chamados de “valores existenciais” (p.121), pois são valores que buscam satisfazer os desejos do sujeito, e, por isso, encontram-se investidos no objeto de desejo.

E, no âmbito do discurso político, estes valores são trabalhados em dimensões que remetem a temas cujo apelo central são ideologias ou modelos políticos, que, uma vez implementados, irão concretizar os valores existenciais desejados pelo cidadão.

Nesse sentido, em aproximação ao nosso objeto de estudo, destacam-se valores, como a saúde, a segurança e o emprego, apresentados a partir de uma dimensão disfórica:

Os males e prejuízos da corrupção atingem a população de todas as formas. É ela que fica sem leito no hospital, sem segurança nas ruas e sem dinheiro no bolso. É isso que queremos

⁴² *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 18.set.2018.

impedir. Um governo corrupto estimula o crime em todas as esferas. Vamos governar pelo exemplo!⁴³

Investem, no objeto de desejo, valores existenciais e temas fundamentais para o cidadão brasileiro.

2.2.4.3.3 Temas política espetáculo (valores lúdicos)

Quanto aos valores lúdicos, estes são a negação dos valores práticos, e são valores relacionados ao que Floch (2000, p. 120) destaca como “uma ênfase nos valores da gratuidade”, de forma a destacar o lado não funcional ou prático. Podem ser tematizados em uma perspectiva estética, tal como verificado no exemplo abaixo:

Senhor Andrade, quem conversa com poste é bêbado. Existe um que está preso por corrupção e você vai toda semana na cadeia visitá-lo, intimamente, além de receber ordens! Cuidado que, pelo desenrolar das notícias reveladas, você pode ser o próximo!⁴⁴

Este exemplo possui predominância de valores lúdicos que revestem o tema da corrupção. Textualizados em uma perspectiva irônica e grotesca, a qual atribui ao adversário Fernando Haddad o status de um sujeito não ético, que possui ligações secretas com bandidos. Nessa perspectiva teórica, os valores lúdicos aplicados ao discurso político estão relacionados a um tipo de comunicação estratégica que busca a espetacularização da política, a partir do uso de elementos estéticos, para descrever e caricaturizar adversários, fundamentando, assim, temas relacionados à política de espetáculo.

2.2.4.3.4 Temas Tecnocráticos (valores críticos)

E, por fim, em sua teoria, Floch (2000) descortinou os valores críticos, que são a negação dos valores utópicos. Surgem a partir de uma lógica de cálculo de interesse, a qual, na perspectiva dos valores de consumo, é pautada pelo custo e benefício.

Um exemplo de como esses valores são utilizados no discurso político pode ser observado, em nosso objeto de estudo, em um *tweet* publicado em 08 de outubro de 2018, um dia após a confirmação do segundo turno das eleições presidenciais brasileiras: “A escolha é dos senhores. Serem governados por alguém limpo ou pau-mandado de preso por corrupção!”. Nesse exemplo, os valores críticos são utilizados em uma perspectiva tecnocrática de escolha entre ser governado por alguém honesto – “limpo” – ou por alguém que obedece ordens de

⁴³ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 08.out.2018.

⁴⁴ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.out.2018.

bandido – “pau-mandado” –, configurando-se, assim, temas de uma natureza comparativa, que fundamenta a oportunidade e a urgência de mudança do sistema político vigente.

2.2.5 Temas Recenseados

Tais estratégias de modalização podem ser observadas no fenômeno do discurso populista, onde a agenda temática é o elemento unificador das heterogeneidades que existem no movimento, independentemente da predominância ideológica, seja de esquerda, seja de direita, ou das variações extremas.

Em relação à afirmação anterior, na literatura recente, por meio dos estudos de Eatwell e Goodwin (2019), destacam-se, como temas elementares do populismo: a promessa de uma reforma do sistema político, onde a vontade popular será considerada; a defesa do povo contra as ameaças dos inimigos internos e externos; e, por fim, o tema das elites corruptas que abandonaram o povo.

Tal como ocorre com a definição do termo populismo, em contexto mundial, deparamo-nos com uma multiplicidade de uso dos temas destacados por Eatwell e Goodwin (2019). Nesse sentido, quanto ao discurso apresentado em nosso objeto de estudo, os principais temas verificados foram: o antipetismo, a moralidade, a renovação política e assuntos relacionados aos inimigos internos.

Relativamente aos valores que fundamentam os temas nucleares trabalhados do discurso de Bolsonaro, percebe-se uma predominância de valores lúdicos, ao trabalhar o tema do antipetismo, de modo que o apelo argumentativo abre mão da crítica funcional ao governo do PT e se concentra em uma narrativa de ataque, cujo objetivo central é o de descredibilizar o partido adversário.

Já o tema da moralidade é retratado por meio de valores cuja predominância remete ao domínio dos valores utópicos, pois, tratam de temas fundamentais ao cidadão brasileiro, como a honestidade.

O terceiro tema com maior recorrência no discurso bolsonarista é o tema da renovação política, trabalhado em uma perspectiva de valores críticos, que tratavam de reforçar a oportunidade de mudança do modelo político.

E, por fim, o tema dos inimigos internos, cuja predominância de valores remete ao domínio lúdico (temas fundamentais), em uma perspectiva de que os inimigos internos são sujeitos contrários às ideologias ou aos modelos morais partilhados pelo povo.

Portanto, a partir da concepção dos temas centrais do discurso populista, o discurso emitido pelo presidente Jair Bolsonaro, em 2018, via *Twitter*, enquadra-se em um modelo de discurso populista. Onde o principal apelo à vontade popular e à renovação do sistema político fundamenta-se no antipetismo e em temas relacionados à moralidade. Dito isto, na seção a seguir, abordaremos o conceito de figuras para compreender como ocorre a concretização sensorial dos temas, isto é, como tornam-se elementos concretos de produção de sentido.

2.3 Conceito de Figuras e sua relação com os temas

Conforme destacado no início da seção destinada ao estudo das implicações dos temas e valores, o segundo ponto crucial para a compreensão dos temas é a disseminação dos valores atualizados, que pode ser observada a partir do surgimento das figuras que são o elemento responsável pela concretização sensorial do tema e pela coerência do discurso.

Nesse sentido, a concretização sensorial, conforme destaca Barros (2004), ocorre porque as figuras recobrem os temas com traços semânticos “de cor, de forma, de cheiro, de sons, etc.” (p.13). Tal concretização é o elemento responsável pela coerência semântica do discurso e pela criação dos efeitos de sentido, “sobretudo de realidade” Barros (2005, p. 66).

Sobre a relação entre temas e figuras, Barros (2004, p. 12) destaca que “os temas – conteúdos semânticos tratados de forma abstrata; e as figuras – o investimento semântico-sensorial dos temas – constituem a semântica discursiva e asseguram a coerência semântica, temática e figurativa do discurso”.

Essa definição reforça a ideia de que o tema e as figuras existem a partir de uma relação de continuidade, “que vai, de maneira gradual, do mais abstrato ao concreto” Fiorin (2002, p.65). Portanto, as figuras são, para o tema, o elemento capaz de criar o efeito de realidade do discurso e assegurar a sua coerência.

2.3.1 Coerência e Figurativização

Tendo em vista a coerência, Contto (2011), ao refletir sobre a relação entre temas e figuras, propôs que, quanto mais figurativo, mais real sente-se o discurso. Realismo que, para o autor, só é possível graças ao processo de figurativização, onde cada ator, tempo e espaço recebe figuras concretas, como nome, tamanho, forma, cor, etc. Quanto à forma com que os investimentos figurativos podem ser aplicados no discurso:

As figuras investem o discurso de duas formas diferentes: "cobrem" completamente o tema e dão ao discurso coerência também figurativa; concretizam apenas alguns momentos do percurso temático, de forma ocasional e variada, e não constituem, assim, uma linha isotópica. No primeiro caso, o texto tem coerência temático-figurativa, no segundo, apenas coerência temática. (Barros, 2004, p. 14).

Com essa definição, a autora introduz o conceito de discursos temáticos e de discursos figurativos, cuja distinção de ambos está no fato de que, nos discursos temáticos, as figuras são usadas de uma forma ocasional e esporádica, de modo que contribuem para persuasão do discurso, por meio de uma exemplificação, modelo ou outras formas de argumentação.

Já nos discursos temáticos-figurativos, Barros (2004, p. 14) destaca que "o enriquecimento semântico do discurso proporcionado pela figurativização produz efeitos de realidade, de corporalidade e de novidade individual e criativa". O efeito de realidade é obtido por meio do uso extremo do processo de figurativização, alcançando-se a persuasão por meio do reconhecimento de um "mundo real". Os efeitos de corporalidade são obtidos por meio da exploração de processos figurativos, que descrevem o sujeito ou objeto nas dimensões visual, gustativa, auditiva e tátil, dando, assim, um corpo ao tema.

Outra reflexão acerca dos textos que apresentam coerência temática ou temática-figurativa parte de Fiorin (2002, p.65), ao destacar que: "os discursos figurativos têm uma função descritiva ou representativa, enquanto os temáticos têm uma função predicativa ou interpretativa". Ou seja, nos discursos que apresentam apenas a coerência temática, as figuras são utilizadas como um reforço do tema central da argumentação; e, nos textos que apresentam a coerência temática-figurativa, o investimento figurativo passa pelo revestimento do tema nos três pilares do discurso, que são os atores, o tempo e espaço.

Relativamente à classificação do tipo de coerência figurativa do discurso, se este é temático ou temático-figurativo, conforme propõe Fiorin(2002), não existem textos somente temáticos ou figurativos. Para utilizar a nomenclatura adequada, deve-se considerar qual é a característica predominante. Desse modo, "a classificação decorre, assim, da dominância de elementos abstratos ou concretos e não de sua exclusividade" Fiorin (2002, p. 65).

Acerca da coerência proposta por Barros (2005) e por Fiorin (2002), durante a campanha eleitoral de 2018, foram emitidas 105 mensagens via *Twitter* pelo presidente Jair Bolsonaro, onde a predominância é de textos com coerência temática-figurativa, feita a partir da descrição temporal de fatos históricos, como a prisão de líderes dos partidos de oposição ou de índices de violência alarmantes, para revestir temas e percursos temáticos, que vão desde

o nacionalismo até a defesa da moral da família brasileira. Enquadrando-se, portanto, em um discurso com predominância de coerência temático-figurativa.

Cabe, ainda, destacar que ambos processos de figurativização e tematização fazem alusão ao “modo de ver e de pensar o mundo de classes, grupos e camadas sociais, garantindo, assim, o caráter ideológico desses discursos” (Barros, 2004, p. 12). Esse raciocínio remete à ideia de que as figuras e os temas são determinados a partir da relação sócio-histórica que determinados grupos estabelecem com a sociedade, sendo, assim, influenciados pela ideologia presente nessa relação social.

2.3.2 Implicações ideológicas no discurso populista

2.3.2.1 Ideologia e discurso

Ao modo de ver e pensar o mundo que é determinante para a construção da semântica discursiva, Fiorin (1998) conceituou, como ideologia, o conjunto das ideias que servem “para justificar e explicar a ordem social, as condições de vida do homem e as relações que ele mantém com os outros homens” (p. 28). Para o autor, a ideologia é apresentada sempre em dois níveis de realidade: um fenomenológico de aparência (superficial, visível) e outro de essência (profundo, não-visível).

Para ilustrar esse conceito, o autor cita a análise de Karl Marx sobre as relações de trabalho, em que, no nível da aparência, temos a contratação do trabalho enquanto instrumento de troca entre homens livres e iguais – onde o dono dos meios de produção oferece um pagamento, e o trabalhador, o seu trabalho, dando origem, assim, à ideologia do trabalho, enquanto uma troca igualitária e justa. Se observado o mesmo exemplo no nível da essência, perceberemos que o que é contratado, na verdade, é a força de trabalho, pois parte da jornada de trabalho do indivíduo é destinada a pagar o próprio salário; a outra parte é apropriada pelo dono dos meios de produção. A partir daí, a ideologia que se descortina passa a ser a da exploração do trabalho.

Do exemplo anterior extraímos a noção de que é no nível de aparência que se constroem as ideologias dominantes. E são dominantes porque fornecem uma explicação da realidade fundamentada no nível de aparência, sem destacar ou questionar o que está no nível da essência. Sobre a afirmação anterior, Fiorin (1998 p. 28) destaca que, “a partir do nível fenomênico da realidade, constroem-se as ideias dominantes numa dada formação social. Essas ideias são racionalizações que explicam e justificam a realidade” – como, por exemplo, a construção ideológica de que a riqueza é fruto do trabalho.

Por operar dessa forma, justificando e explicando o mundo a partir do nível da essência, para Fiorin (1998 p. 28), as ideologias constituem uma “falsa consciência”, no sentido restrito de que oculta a essência das relações sociais e as apresenta de modo invertido.

Seguindo essa linha de raciocínio, ao descortinar a relação entre ideologia e semiótica, Eco (2000, p. 405) propõe que a ideologia é um sistema semântico que constitui “um modo de dar forma ao mundo”, por meio da interpretação parcial de um conteúdo contínuo, a qual pode ser alterada em função do que o autor destacou como “juízos factuais”. Para ilustrar esse conceito, Eco (2000, p. 405), o autor, propõe a seguinte reflexão: “Os marcianos comem os filhotes”. Logo, aos marcianos atribui-se uma conotação de “canibalismo”. No entanto, se atribuímos a essa frase o excerto “Os marcianos comem os filhotes de outros animais”, a visão inicial sofrerá alterações. E, para Eco (2000), a semiótica, nesse contexto, configura-se como um instrumento de práxis, que possibilita a verificação das diferentes ideologias presentes no discurso.

Isso porque, de acordo com Fiorin (2002), cada formação social ou modo de ver o mundo corresponde a uma formação discursiva – que nada mais é do que o conjunto de temas e de figuras que materializa essa visão de mundo.

Em relação ao contexto político, Kurigan (2016) e Baradat e Phillips (2017) destacam que a ideologia é utilizada como um guia prescritivo de comportamento do candidato e do partido, cuja criação é orientada para o controle das massas, levando-se em consideração o contexto histórico.

Nesse sentido, a teoria desenvolvida por Kurigan (2016) propõe que “Todos os ideais políticos ou religiosos são ideológicos” e defende sua tese, ressaltando que algumas ideologias são mais ou menos prescritivas. Como exemplo para essa afirmação, o autor cita a ideologia do socialismo, que, “teoricamente, exige que o Estado possua todos os meios de produção e compartilhe a riqueza entre todos os membros da sociedade”(p. 92), mas que, na prática, poucos partidos conseguiram adotar práticas totalmente socialistas.

Outro fator de suma importância para construção das ideologias é o cenário histórico. Baradat e Phillips (2017, p. 1), por sua vez, refletem sobre o cenário histórico de formação das ideologias. Para o autor, “as ideologias são baseadas na crença da Era do Iluminismo”, onde, a partir da descoberta de Galileu Galileu de que a Terra, assim como outros planetas, gravitam em torno do Sol, todos os demais dogmas começam a ser questionados; e o homem, que antes era parte do universo, a partir do conhecimento, torna-se o centro do universo, e, com isso começa, a acreditar que pode melhorar suas condições de vida, ao invés de

simplesmente aceitá-las. E, para Baradat e Phillips (2017), esse pensamento do homem enquanto vetor de mudanças é a base de construção de qualquer ideologia.

E, ao refletir sobre o uso da ideologia no contexto político moderno, Baradat e Phillips (2017, p.1) destacaram que “todo sistema político moderno é motivacional; isto é, os líderes tentam mobilizar os cidadãos para alcançar os objetivos políticos, econômicos e sociais da sociedade”. As ideologias, nesse cenário, constituem-se uma ferramenta de suma importância para essa mobilização.

E, no âmbito do populismo, essa mobilização pode ser observada a partir das intersecções existentes entre a ideologia e o populismo. Que, para Laclau (2009), a relação entre os conceitos ocorre em função da articulação que o ator político faz dos temas existentes na sociedade, não existindo, assim, uma ideologia própria do populismo, mas, sim, a articulação das cadeias de equivalência (temas comuns), mediante a existência de um significante vazio (sujeito ou grande tema capaz de articular) – o conteúdo abstrato do discurso.

Canovan (1982), em sua perspectiva de observação fenomenológica do populismo, buscou classificar os diferentes tipos de populismo. Os dados emergentes das categorias identificadas pela autora indicavam que, em todas as classificações do estudo, existia uma luta entre o povo e a classe dominante, pautada por alguma agenda ideológica, como: o liberalismo econômico, o combate à corrupção e os movimentos revolucionários.

Já nos estudos de Mudde e Kaltwasser (2018), o populismo para a ser esmiuçado como um fenômeno de natureza ideológica. Por meio da abordagem ideacional, os autores destacam que o populismo é concebido a partir de um conjunto específico de ideias, e que difere das demais ideologias, pois seu campo de atuação é limitado à relação antagonica “nós e eles”. E, para tornar-se mais atrativo a um público mais amplo, o populismo passa a ser associado a outras ideologias, como nacionalismo, neoliberalismo e socialismo. Dessa forma, para os autores, o populismo apresenta uma “ideologia de centro-fino”.

Sobre as ideologias finas, Freedon (2003 p. 99) destaca que são aquelas “que, como as ideologias convencionais, têm uma morfologia identificável, mas, diferentemente das ideologias convencionais, são restritas. Separam-se de contextos ideacionais mais amplos, removendo ou substituindo deliberadamente muitos conceitos que esperaríamos que uma ideologia incluísse”. Deste modo, o “nós”, “eles” ou a figura de um líder carismático, por si só, não são elementos suficientemente sólidos para a construção de uma ideologia que defina o populismo no sentido lato do termo.

Logo, pode-se concluir que a aproximação entre populismo e ideologia está na forma como os temas e as figuras são articulados por cada ator político que apresente um discurso populista. Essa afirmação é corroborada por Aslandis (2015), uma vez que não é possível a determinação de uma ideologia propriamente populista, pois, se analisarmos líderes distintos que apresentam práticas populistas, encontraremos-nos em um campo de variações distintas.

Contudo, a partir do quadro teórico de funcionamento do discurso populista, pode-se verificar como os atores populistas utilizam a ideologia como fundamento para a articulação de temas e de figuras, com o objetivo de mobilizar a população.

Em aproximação ao nosso objeto de estudo, um exemplo dessa articulação pode ser verificado a partir da ideologia nacionalista utilizada como ferramenta de integração do povo brasileiro e de legitimação da figura de Bolsonaro, enquanto vetor de mudanças.

Se for da vontade de Deus, amanhã será o dia de nossa nova independência. Vamos derrotar o partido dos maiores escândalos de corrupção da história, do Petrolão, do Mensalão, do Foro de SP, dos inimigos da liberdade e da Constituição! Devolveremos o Brasil aos brasileiros de bem!⁴⁵

Diante das conclusões encontradas neste capítulo, relativamente ao quadro geral de produção de sentido do discurso populista e em relação ao fundamento dos temas e à construção das figuras, no capítulo a seguir, procuramos os traços linguísticos do populismo em nosso objeto de estudo. A partir desse enquadramento, prosseguiremos com a análise dos dados.

Capítulo 3. O discurso da campanha eleitoral de 2018 do presidente Jair Bolsonaro

3.1 A construção do sujeito popular

Antes de adentrarmos propriamente na análise do nosso objeto de estudo, convém destacar quem é o sujeito produtor do mesmo. Conforme destacado no site do presidente, Jair Messias Bolsonaro nasceu em 21 de março de 1955, na cidade de Glicerio, situada no interior

⁴⁵ Tweet publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 28.out.2018.

do estado de São Paulo⁴⁶, e possui formação militar pela Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN)⁴⁷.

De acordo com informações do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), da Fundação Getulio Vargas (FGV)⁴⁸, Jair Messias Bolsonaro iniciou a carreira política em 1988, quando foi eleito vereador na Câmara Municipal do Rio de Janeiro, e, dois anos depois, deputado federal pelo Rio de Janeiro – cargo que ocupou de 1991 a 2018.

Durante esse período, sua trajetória política foi marcada por posições radicais contrárias à criminalização da homofobia, à legalização do aborto e à demarcação de terras indígenas e de quilombolas. E por posições de apoio a causas populares, como o voto a favor do impeachment dos ex-presidentes Fernando Collor de Mello, em 1992, e de Dilma Vana Rousseff, em 2016.

Apoio manifestado frequentemente com argumentos próximos ao que Walton (2012) destacou como nível da altercação, onde o objetivo de quem profere o discurso é atingir ou atacar os adversários.

Deste modo, refletindo e canalizando grande parte dos anseios manifestados nas revoltas populares, conforme os descritos em Nobre (2013) e Tatagiba e Galvão (2019), nomeadamente, o antipetismo, a moralidade, o combate à corrupção e a segurança. Nas eleições de 2018, Jair Messias Bolsonaro projetou-se como uma nova opção, a partir de uma retórica pautada no sentimento de descrença do brasileiro, conforme destaque:

Descrença na “velha” política e aposta irrefletida em um “novo” azarão: essa foi a receita fomentada em uma campanha que se dirigiu a uma sociedade à mercê de si mesma, ao ver o desemprego aumentar, ao ter de aceitar a precarização do trabalho apresentada como única saída para o desemprego, ao ver-se refém da debilidade da segurança pública e do abandono do Estado, e isso depois de meses a fio exposta à telenovela da Lava-Jato, em sua aventureira e irresponsável descredibilização da política, em especial, do Partido dos Trabalhadores (PT) [...] (Curcino, 2019, p. 473)

Dessa forma, o *ethos* retórico e a figura do político carismático populista foram constituídos a partir de detalhes mínimos, como, por exemplo, o destaque às origens do político, em que,

⁴⁶ Disponível em: <<https://www.bolsonaro.com.br/>>. Acesso em: 15.jul.2020.

⁴⁷ Instituição de ensino superior responsável pela formação dos oficiais combatentes de carreira do Exército Brasileiro. Disponível em: <<https://www.aman.eb.mil.br/historico>>. Acesso em: 20.jun.2019.

⁴⁸ Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/jair-messias-bolsonaro>>. Acesso em: 18.jul.2020.

a partir do uso do adjetivo “pequena Glicério”⁴⁹, buscou-se uma relação de proximidade e de identificação com o brasileiro médio, que, na altura, encontrava-se descrente em relação à classe política brasileira.

Sobre as escolhas comunicacionais para transmitir a imagem de nova opção e de enfrentamento ao sistema político atual. Curcino (2019) discorre que, em função de dispor de apenas 15 segundos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), Bolsonaro migrou para as redes sociais, onde, por meio do uso das ferramentas de transmissão ao vivo e do envio de mensagens massivas, possuía o contato direto com os seguidores e o controle do ambiente de comunicação, sem a necessidade de mediação dos *media* tradicionais.

Estratégia que configurou-se como um diferencial competitivo, pois, conforme propõe Chiari e Sargentini (2019), nas redes sociais, o trabalho persuasivo é feito para os seguidores e não para militantes aliados a outras correntes políticas. Tudo isso graças à possibilidade de segmentar a audiência e, assim, conseguir transmitir o que o eleitorado deseja.

Para compreender o *ethos* que compôs o sujeito popular criado por Bolsonaro durante a campanha eleitoral de 2018, convém, ainda, refletir sobre o conceito de estesia destacado em Landowski (2020), onde, a partir de um registro político limpo e de uma posição fora do sistema, o político populista, acima de tudo, possui a capacidade de perceber as sensações do povo, nesse sentido ao:

[...]apresentar-se como politicamente novato, como alguém que nunca esteve envolvido nas intrigas da “política política”, que não depende de nenhum partido, que não tem qualquer responsabilidade nas falhas dos governos precedentes, é assumir a aparência de um corajoso cidadão “como nós”, de uma pessoa afastada dos compromissos e mentiras do “sistema”, e, por isso mesmo, vítima ou, pelo menos, observadora ultrajada por seus erros, suas injustiças, seus enganos. (Landowski, 2020, p. 18)

Desse modo, ao canalizar o sentimento de descrença do brasileiro em relação ao sistema político da época, Bolsonaro, a partir de uma comunicação direta com o eleitorado, isto é, sem a mediação dos veículos de mídia tradicionais, conseguiu produzir o discurso vitorioso, o qual analisamos em profundidade nas seções a seguir.

3.2 O discurso produzido

⁴⁹ Disponível em: <<https://www.bolsonaro.com.br/>>. Acesso em: 19.jul.2020.

Partindo do enquadramento teórico realizado no primeiro capítulo, relativo à caracterização do conceito de populismo e sua fundamentação semiótica – com especial destaque para as estruturas discursivas e, no âmbito destas, para a tematização e figurativização –, construímos uma grelha de análise textual, por meio dos softwares *Atlas.ti* e *Microsoft Excel*, para a identificação do sentido e do argumento produzidos pelo discurso de Bolsonaro.

Nessa análise, foi possível verificar as seguintes categorias de códigos: temas, fundamento dos temas (valores), atores, tempo, espaço, tipo de espaço, estratégia de manipulação, estratégia discursiva, argumento central e a estrutura de funcionamento do argumento.

Em termos quantitativos, estes dados compreendem o corpus de análise textual de 105 mensagens veiculadas pelo *Twitter* durante o período de 15/08/2018 até 28/10/2019. Após análise, foram identificados 28 temas⁵⁰ centrais. Com relação às figuras que dão concretude a esses temas, foram identificados um conjunto de 87 atores⁵¹ presentes no discurso, 11 figuras relacionados ao tempo⁵² ao qual o discurso fez alusão, e 26 termos relacionados aos espaços⁵³ trabalhados no discurso. À continuação, apresentamos a dimensão qualitativa desses dados, por meio da descrição da análise do argumento central identificado no discurso e da análise do sentido produzido com base nas escolhas temáticas e figurativas.

3.3 O Argumento Produzido

Desde um ponto de vista argumentativo, o discurso produzido por Bolsonaro é representativo de uma intencionalidade, a qual busca concluir o argumento central⁵⁴ da existência de uma urgência na ruptura com o sistema político atual – o principal apelo argumentativo usado para se chegar a essa conclusão consistiu no apelo às emoções da multidão.

Conforme exemplificado na tabela 7, as premissas que fundamentaram tal conclusão destacavam a existência de um caos social vivido pelo cidadão brasileiro e a desqualificação da figura política do principal opositor, o candidato Fernando Haddad (PT).

⁵⁰ Anexo 2. Temas.

⁵¹ Anexo 3. Atores.

⁵² Anexo 4. Tempo.

⁵³ Anexo 5. Espaços.

⁵⁴ Anexo 15. Lista de argumentos e premissas.

Tabela 7. Exemplificação de premissas

Premissa	<i>Tweet</i>
Caos social	Impunidade, desarmamento, indicações políticas e corrupção geraram e continuam alimentando os maiores problemas do Brasil: violência, ineficiência do Estado e desemprego.
Desqualificação do adversário	Haddad diz que sou responsável pela campanha mais baixa da história. Logo ele, que é orientado por um presidiário, esconde as cores do partido, finge ser religioso, joga <i>Bíblia</i> no lixo, esconde apoio à ditadura venezuelana e espalha um monte de porcaria mentirosa ao meu respeito.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

No entanto, as tentativas de construção do argumento central são frágeis, pois, a verdade das premissas atende ao critério da teoria da verdade como utilidade, destacando-se, assim, a explicação mais simples e mais aceita. Por exemplo o uso de expressões, como “[...] Não há vítima da sociedade. A SOCIEDADE É A VÍTIMA! Se depender de nós ISSO VAI ACABAR!” (As maiúsculas são do autor)⁵⁵, utilizada para justificar a ideia de que o Brasil é o país da impunidade.

Outro indício da fragilidade do argumento pode ser observado a partir do tipo de estratégia de comunicação usada. Ela denota uma técnica de ataque e defesa, sem a existência de uma discussão em profundidade dos temas mencionados. Como exemplo, a questão tributária subjacente ao *tweet* destacado abaixo:

O pau-mandado de corrupto me propôs assinar ‘carta de compromisso contra mentiras na internet’. O mesmo que está inventando que vou aumentar imposto de renda pra pobre. É um canalha! Desde o início, propomos isenção a quem ganha até R\$ 5.000. O PT quer roubar até essa proposta.⁵⁶

Desde uma perspectiva estrutural, o argumento de Bolsonaro também possui uma recorrência de problemas relacionados com a não apresentação lógica dos argumentos, conforme exemplificado no *tweet* abaixo:

Há um claro descaso de parte da mídia com agressões sofridas por meus apoiadores, perseguidos há anos. Não faltam exemplos. Eu mesmo fui vítima de tentativa de assassinato

⁵⁵ Fragmento retirado do *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 03/10/2018. Texto completo “Somos o país da impunidade. Desde candidatos que querem soltar corruptos, a bandidos, estupradores e assassinos que são soltos em audiências de custódia, saídas da cadeia, indultos, etc. Não há vítima da sociedade. A SOCIEDADE É A VÍTIMA! Se depender de nós, ISSO VAI ACABAR!”.

⁵⁶ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 08.out.2018.

cometido por um ex-integrante do PSOL e, seguindo determinação médica, sou desrespeitado até por adversários.⁵⁷

Neste exemplo, busca-se concluir que parte da mídia é negligente em relação à perseguição contra Bolsonaro e seus aliados. No entanto, a tentativa de assassinato sofrida é utilizada com um apelo à compaixão. Isso acaba por tornar o raciocínio confuso, pois faltam informações sobre que tipo de desrespeito foi cometido por adversários e que tipo de descaso foi feito por parte da mídia, configurando-se, assim, uma falácia, por falta de informações.

Sobre a existência de falácias em nosso corpus de análise, foram identificadas 16 falácias⁵⁸ – as principais recorrências são daquelas que buscam o apoio popular a partir das emoções do povo. A destacar-se, a sensação da falta de segurança e o sentimento de impunidade. E, ainda, o ataque direto aos adversários, com premissas criadas para caricaturizar e ridicularizar a figura do outro, e, por fim, tentativas de argumentações que se sustentam na opinião popular.

Em função das características identificadas, o argumento principal do discurso de Bolsonaro, citado no início desta seção, não pode ser considerado válido, pois não defende uma tese em concreto e concentra-se no jogo de ataque e defesa; o que acaba por infringir a estrutura lógica de construção dos argumentos.

3.4 Temas e figuras do discurso de Bolsonaro

Os 28 temas que revestiram o discurso foram mencionados 137 vezes ao longo das mensagens produzidas. Em 50% das menções, os programas narrativos foram articulados a partir dos seguintes temas: antipetismo, renovação política, moralidade e segurança.

Em relação ao tema do antipetismo, este encontra-se fundamentado, predominantemente, por valores lúdicos, que remetem ao espetáculo político, a partir da caricaturização dos adversários, de modo disfórico, remetendo-se aos subtemas: da inversão de valores, da corrupção sistêmica, da promoção da violência, da ameaça à democracia, da fonte da corrupção, da ineficiência do Estado e da perpetuação da corrupção no Brasil. E, em uma perspectiva eufórica, associado ao alinhamento do povo frente ao desejo de um país livre da corrupção.

⁵⁷ *Tweet publicado* na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.out.2018.


⁵⁸ Anexo 13. Falácias identificadas.

Já o tema da renovação política surge em uma dimensão fundamentada por valores críticos, na qual se destaca a perspectiva da oportunidade e da urgência de mudança. Nela, o cidadão encontra-se em um estado de disjunção com o modelo de governo do PT marcado pela corrupção e tem a oportunidade de ruptura com esse sistema, a partir do voto em Bolsonaro – alguém que possui o registro político limpo e que partilha dos mesmos valores do cidadão brasileiro.

Quanto aos subtemas e percursos narrativos que fundamentam o tema da renovação política, em uma dimensão eufórica, foram identificados: o apoio voluntário e o desejo de mudança dos brasileiros, conforme exemplo: “[...] Nós temos milhões de voluntários movidos pelo sonho de um Brasil mais justo [...]”⁵⁹. E, em uma dimensão disfórica, o desespero dos adversários em relação à mudança, conforme destaque:

Tentaram nos tirar da disputa na covardia, mas o esforço de cada um, mesmo no momento mais crítico, só nos ergue ainda mais. Estamos mostrando que é possível vencer sem vender a alma, sem mentiras, e isso ninguém vai apagar! Vamos em frente! Chega de facções comandando o Brasil!⁶⁰

Relativamente ao tema da moralidade, o fundamento deste se inscreve no domínio da valorização utópica, onde Bolsonaro partilha, com o povo, de valores fundamentais, como: o amor pelo Brasil, a honestidade, a religiosidade e a defesa da inocência das crianças.

Durante muito tempo, o brasileiro teve que escolher entre opções que não o representavam. Agora é diferente! Amamos o Brasil, defendemos a família e a inocência das crianças, tratamos criminosos como tais e não nos envolvemos em esquemas de corrupção. Jair Bolsonaro  BR⁶¹

Quanto ao tema da segurança, este se inscreve no domínio dos valores utópicos, na medida que é apresentado, disforicamente, como uma ameaça aos direitos fundamentais do cidadão. Nesse sentido, é concretizado sensorialmente como um dos principais problemas do Brasil, conforme exemplo abaixo.

⁵⁹ Fragmento retirado do *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.set.2018.

⁶⁰ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 21.set.2018.

⁶¹ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 06.out.2018.

Crime organizado ameaça quem defende a liberdade do cidadão de bem. O sistema tenta manter você pagando os absurdos impostos e sem liberdade alguma, isto se sobreviver nesta guerra que estamos perdendo! Contextualize e tire suas conclusões!⁶²

Cabe destacar que, do ponto de vista das escolhas temáticas, foi possível observar uma agenda pautada pela mescla entre temas relacionados à figura política de Bolsonaro, como a moralidade e o militarismo. E de temas significativos do desalinhamento do candidato com o sistema político do período, a exemplo, os temas da segurança da corrupção e do caos social.

Do ponto de vista de uma agenda temática com fundamentação ideológica, em que os temas eram aglutinados, foi identificado o tema do nacionalismo relacionado a uma valorização crítica, no sentido de que somente o amor pelo Brasil e a unidade dos brasileiros seriam a opção para livrar o país⁶³ “...das amarras ideológicas” criadas pelo “...sistema falido que impera há décadas no Brasil!” – remissão ao PT. Nesse sentido, a manifestação isotópica do nacionalismo no discurso surge a partir das menções aos subtemas do comunismo e do socialismo como estratégias desenvolvidas pelos adversários para controlar o Brasil.

Tabela 8. Relações isotópicas à temática do nacionalismo.

Data	Tweet	Subtemas
22/08/2018	A luta de classes e a destruição dos valores não é apenas absurdo, mas uma estratégia muito bem articulada de controle da sociedade.	Comunismo
30/08/2018	A inversão de valores e o politicamente correto, implementados propositalmente, provocam o caos, justificando ações exclusivas do “Estado-mãe”. O socialismo nos sufoca por todos os lados, com o único intuito de moldar-nos como “cordeirinhos” e que sejamos dominados sem resistência. 0:57	Socialismo

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Bolsonaro.

Essas escolhas temáticas foram concretizadas no discurso de duas formas: a primeira, por uma estratégia de subjetividade ampliada e integradora. A partir do uso do plural majestático “nós”, Bolsonaro insere-se no discurso como uma terceira pessoa, que aconselha e alerta o cidadão sobre a necessidade de agir, criando, assim, um efeito de distanciamento em relação à suspeita de interesse próprio. Desse modo, projeta-se como um homem do povo, que fala como o povo e pelo povo. A segunda, marcada pela estratégia de subjetividade, onde, por meio da primeira pessoa no discurso de Bolsonaro, são perceptíveis o autoelogio e a depreciação em relação à figura do outro.

⁶² *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 31.ago.2018.

⁶³ Fragmentos retirados do *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 03.out.2018. Texto completo: Está chegando o momento da mudança; de nosso valor ser medido pelo nosso caráter, não pela nossa cor, sexo ou crença; de governar pelo exemplo; de se espelhar em grandes nações; de se livrar das amarras ideológicas; de por fim ao sistema falido que impera há décadas no Brasil!

3.4.1 A figura de Bolsonaro

Nos discursos em que fala de si, destacam-se as figuras: do revelador da verdade, do defensor do povo, da vítima de *fake news* e do defensor da moral. Esses foram os quatro revestimentos figurativos com maior predominância no discurso apresentado por Bolsonaro, totalizando 16,9% das recorrências.

A figura do revelador da verdade⁶⁴ é concretizada a partir da denúncia de crimes e escândalos nos quais os governos do PT e seus adversários possuam alguma relação. A figura do revelador da verdade pode ser observada no *tweet* abaixo:

Essa história de o fantoche de corrupto admitir erros do seu partido é pra boi dormir. A corrupção nos governos Lula/Dilma não era caso isolado, era regra para governar. Por isso, estão presos presidente, tesoureiros, ministros marqueteiros, etc, além de tantos outros investigados.⁶⁵

A figura do defensor do povo⁶⁶ emerge no discurso como uma espécie de herói, que possui as competências necessárias para resgatar o Brasil de todo o caos criado pelo PT e devolvê-lo aos cidadãos de bem. Conforme verificado no *tweet* abaixo:

Queremos resgatar os valores perdidos há muito e retirar o Brasil da lama de violência e corrupção que o colocaram! Nosso país não aguenta mais 4 anos do que nos governa há décadas! Vamos dar o primeiro passo para resgatar nossa pátria! 🇧🇷⁶⁷

E, por representar uma ameaça ao sistema Bolsonaro, é figurativizado como uma vítima de *fake news*⁶⁸, criadas por adversários na tentativa desesperada de apagar o seu registro político limpo, conforme exemplo:

Desde o início da campanha, meus adversários espalham diariamente que votei contra deficientes, que vou aumentar imposto para pobre, acabar com Bolsa-Família, escolas e o 13º salário, que iria armar criancinhas e até proibir videogames. A mentira e o desespero não têm limites!⁶⁹

⁶⁴ Anexo 5. Lista completa dos *Tweets* onde se manifesta figura do revelador da verdade.

⁶⁵ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.out.2018.

⁶⁶ Anexo 6. Lista completa dos *Tweets* onde se manifesta figura do defensor do povo.

⁶⁷ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 26/09/2018.

⁶⁸ Anexo 7. Lista completa dos *Tweets* onde se manifesta figura da vítima de *fake news*.

⁶⁹ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 23/10/2018.

Em relação à figura do defensor da moral⁷⁰, este ator luta contra o aborto, em defesa da família e da inocência das crianças. E vê, na moralidade, o remédio necessário para salvar o Brasil da corrupção. Conforme exemplo:

ATENÇÃO: CENAS FORTES! Não há nada de errado em ensinar valores e disciplina aos nossos filhos, pelo contrário, é fundamental e edificante. A bronca de parte da imprensa agora é que não vesti meus filhos de menina, nem incentivei o ensino de sexo para crianças na escola. 0:35.⁷¹

Conforme destaque no anexo 3, destacam-se, ainda, outras figuras utilizadas para concretizar o *ethos* discursivo de Bolsonaro. São eles as figuras: do especialista, do indignado, do protetor do povo, do vetor de mudança, do íntegro, do libertador, do trabalhador, da vítima da ineficiência do PT, do anticomunista, do coerente, do competente, do comprometido e do defensor da justiça.

3.4.2 A figura do outro

Quando fala do “outro” no discurso, este aparece em três categorias: dos adversários, dos inimigos e dos aliados. O “outro”, na figura dos adversários e inimigos, é retratado frequentemente como um vilão, alguém que age deliberadamente, que não possui escrúpulos e que toma medidas desesperadas para manter-se no poder. Já os aliados são textualizados como vítimas do sistema político brasileiro.

O principal adversário identificado no discurso é o candidato do PT, Fernando Haddad, frequentemente figurativizado como alguém desonesto, cúmplice dos esquemas de corrupção, hipócrita e mentiroso⁷². E seu partido, o PT, é discursivizado como um governo autoritário, um promotor da violência, uma organização criminosa, um supressor de direitos e como a fonte do caos social e corrupção.⁷³

Os demais adversários⁷⁴ são retratados como defensores de criminosos, hipócritas, desesperados, desalinhados com o povo e alinhados ao modelo de corrupção sistêmica implementado pelo PT. Como é o caso do PSDB, textualizado como defensor de criminosos. “O PSDB quer tutelar as mulheres. Maria do Rosário e Alckmin acham que um menor

⁷⁰ Anexo 8. Lista completa dos *Tweets* onde se manifesta figura do defensor da moral.

⁷¹ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Bolsonaro em 23/08/2018.

⁷² Anexo 10. *Tweets* onde se manifestam as figuras: desonesto, cúmplice dos esquemas de corrupção, hipócrita e mentiroso investidas em Fernando Haddad.

⁷³ Anexo 11. *Tweets* onde se manifestam as figuras: governo autoritário, promotor da violência, organização criminosa, supressor de direitos, fonte do caos social e corrupção.

⁷⁴ Anexo 10. *Tweets* onde se manifestam as figuras investidas nos adversários.

estuprador, de 16 ou 17 anos, é um pobre coitado que não pode ser responsabilizado, como adulto, pelos seus atos.”⁷⁵

Em relação aos inimigos⁷⁶, são todos aqueles que no discurso de Bolsonaro apresentam uma posição contrária ao discurso do candidato. Nesse sentido, destacam-se as ONGS com o apoio a pautas antipovo, como a descriminalização do aborto. A imprensa, por meio da revista *Veja*, figurativizada como produtora de *fake news*, e da *Folha de São Paulo*, como beneficiária do dinheiro público.

Em relação à figura do “outro” como aliado⁷⁷, no discurso bolsonarista, este ator é apresentado como a resistência em relação aos sistemas de corrupção que destruíram o Brasil. O aliado é apresentado na figura do apoiador, que se destaca por ser corajoso, destemido e entende a urgência da situação. Também é retratado como alguém explorado pelo sistema e indefeso, que se vê diariamente à mercê do crime, da corrupção e da ineficiência do Estado, e, ainda, é perseguido por posicionar-se contra o sistema implementado pelo PT.

3.4.3 Figuração do espaço

Em relação à concretização sensorial dos espaços, existe uma predominância pelo uso de espaços semifixos, onde se faz menção a algum elemento físico associado a uma dimensão cognitiva. Dessa forma, constituem-se os espaços eufóricos: da justiça, da mudança, da igualdade, da moral, do trabalho, da esperança, da eficiência, da transparência, da segurança e do potencial turístico. E espaços disfóricos: da exclusão dos apoiadores, da mentira, da insegurança, da violência, da impunidade, da censura, da corrupção, do caos social, da ineficiência do Estado, da criminalidade, do autoritarismo e da crise moral.⁷⁸

3.4.4 Figuração do Tempo

Em relação à concretização sensorial do tempo, foram identificados, no *corpus* de análise, uma predominância de revestimentos que tratam do presente (83,8%), seguido de revestimentos que tratam do passado (8,1%) e do futuro (8,1%).⁷⁹

⁷⁵ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 04.set.2018.

⁷⁶ Anexo 12. *Tweets* onde se manifestam as figuras investidas nos inimigos.

⁷⁷ Anexo 13. *Tweets* onde se manifestam as figuras investidas nos aliados.

⁷⁸ Descrição completa dos espaços ver anexo 3.

⁷⁹ Anexo 4. Tempo

As figuras do passado são utilizadas para destacar que Bolsonaro sempre trabalhou em defesa do povo, conforme expresso no *tweet*: “Como parlamentar, propus penas mais severas para crimes passionais, independentemente de sexualidade. Mulheres são as maiores vítimas destes crimes, que também atingem homossexuais. Seguirei defendendo que todos somos iguais perante a lei, e que assassinos sejam punidos duramente!”⁸⁰, e recorre ao simbolismo histórico do combate à violência.

Vamos pegar pesado contra a violência para termos um Brasil mais seguro e livre para todas as pessoas, independente de cor, sexualidade e religião. Queremos devolver à população o prazer de andar na rua sem medo, de viver sem medo. Nosso inimigo é o crime, não o cidadão!⁸¹

Ainda sobre o passado, a figura do PT é utilizada para destacar a corrupção institucionalizada: “[...] A corrupção nos governos Lula/Dilma não era caso isolado, era regra para governar.[...]”⁸²; e a ineficiência do Estado, conforme textualizado no *tweet* “Falam em desigualdade de salários entre homens e mulheres e querem colocar isso na minha conta, mesmo defendendo a igualdade já prevista em lei. O PT governa o Brasil há quase 15 anos. Por que não resolveram esse problema?”

Quanto às representações do presente, no discurso de Bolsonaro, tal tempo é tratado em uma dimensão de urgência, a qual destaca a necessidade que o cidadão tem de, por meio do voto, colocar fim ao modelo de governo implementado pelo PT, conforme destacado no exemplo abaixo.

O Brasil é gigante e honesto. O cidadão não aguenta mais ser massacrado enquanto premiam malfetores. Não merecemos ser governados de dentro da cadeia ou por seus alinhados políticos. De Norte a Sul, a população exige mudanças urgentes! Estamos juntos nessa! 🇧🇷⁸³

E, como marcas textuais de futuro, o discurso é articulado em duas perspectivas – a primeira, em um futuro de mudança com segurança, sem corrupção e sem o sistema criado pelo PT, conforme destacado:

Está chegando o momento da mudança; de nosso valor ser medido pelo nosso caráter, não pela nossa cor, sexo ou crença; de governar pelo exemplo; de se espelhar em grandes nações;

⁸⁰ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 10.out.2018.

⁸¹ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 09.out.2018.

⁸² Fragmento retirado de *tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.out.2018.

⁸³ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 05.out.2018.

de se livrar das amarras ideológicas; de por fim ao sistema falido que impera há décadas no Brasil!⁸⁴

E a segunda dimensão, onde o futuro é tratado, possui um cariz disfórico, onde o PT e outros partidos, caso eleitos, dariam perpetuação aos esquemas de corrupção e à forma de se fazer política no Brasil.

O próximo passo dessa facção, assim como de suas linhas auxiliares, será soltar seu líder bandido e torná-lo ministro para obstruir a Justiça, outro poder que eles não respeitam. O PT representa o fim da Lava-Jato e a volta dos esquemas que ameaçam a democracia!⁸⁵

3.5 Estratégias de manipulação

Relativamente às estratégias de manipulação identificadas no discurso. Em ordem de representatividade, a estratégia mais utilizada foi a da provocação, usada em 39% dos discursos, seguida da intimidação (32,4%); da sedução, presente em 17,1% dos *tweets*; e da tentação, em 11,4%.

A estratégia de provocação foi usada em uma perspectiva na qual Bolsonaro reitera os escândalos e os problemas dos governos anteriores, com o objetivo de confrontar o eleitorado indeciso, conforme destaca no *tweet*:

Os mais de 49 milhões de brasileiros que votaram em mim estão sendo xingados dos piores adjetivos. Quem faz isso esquece que essas pessoas há muito sofrem com 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano, além de sentirem, no bolso e na vida, as consequências da corrupção do PT.⁸⁶

A intimidação foi uma estratégia usada para destacar a ameaça que os inimigos representam e quais são os castigos que poderão existir, caso Bolsonaro não seja eleito. Como, por exemplo, a corrupção e ineficiência do Estado.

Encaro o momento como uma missão. Todos estamos no mesmo barco e só sairemos da lama se remarmos contra a maré da corrupção e ineficiência, causadas pela atual forma de fazer política no Brasil, que será mantida pelos meus adversários. O desafio é difícil, mas estamos preparados!⁸⁷

⁸⁴ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 03.out.2018.

⁸⁵ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 02.out.2018.

⁸⁶ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 16.out.2018.

⁸⁷ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 18.ago.2018.

A sedução foi uma estratégia usada em discursos cujo apelo consistia em elogiar o Brasil e o brasileiro, de modo a destacar as características que posicionavam estes dois atores de forma contrária ao sistema do PT. Deste modo, o brasileiro é alguém íntegro, que ama a pátria e não merecia ser comandado pelos governos que se beneficiam com o sofrimento do povo, conforme exemplificado no *tweet*.

O Brasil é gigante e honesto. O cidadão não aguenta mais ser massacrado enquanto premiam malfetores. Não merecemos ser governados de dentro da cadeia ou por seus alinhados políticos. De Norte a Sul, a população exige mudanças urgentes! Estamos juntos nessa! 🇧🇷⁸⁸

E a tentação foi uma estratégia usada para destacar os prêmios e as recompensas que o Brasil e o brasileiro teriam no governo Bolsonaro, como as promessas de facilitar a fiscalização do dinheiro público para evitar a corrupção, pôr fim ao sistema do PT e implementar medidas mais efetivas no combate à violência. Conforme expresso na tabela:

Tabela 9. Estratégias de Tentação

Prêmios e recompensas	<i>Tweets</i>
Facilidade de fiscalização do dinheiro público	Ninguém entende melhor os problemas de uma região do que seu próprio povo; por isso, vamos descentralizar os recursos e dar mais autonomia financeira aos estados e municípios. Além da melhor aplicabilidade, a medida facilita a fiscalização e o combate à corrupção de perto. BR
Fim ao sistema do PT	Está chegando o momento da mudança; de nosso valor ser medido pelo nosso caráter, não pela nossa cor, sexo ou crença; de governar pelo exemplo; de se espelhar em grandes nações; de se livrar das amarras ideológicas; de por fim ao sistema falido que impera há décadas no Brasil!
Combate à violência	Como parlamentar, propus penas mais severas para crimes passionais, independentemente de sexualidade. Mulheres são as maiores vítimas destes crimes, que também atingem homossexuais. Seguirei defendendo que todos somos iguais perante a lei, e que assassinos sejam punidos duramente!

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Bolsonaro.

Diante desse quadro de análise, pode-se concluir que o discurso de Bolsonaro veiculado via *Twitter* é significativo de uma tematização alinhada a pautas midiáticas próprias da agenda política do período como a corrupção e segurança. É um discurso predominantemente antagonista, onde a maior parte dos investimentos figurativos é orientada a concretizar a figura do inimigo no Partido dos Trabalhadores.

⁸⁸ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 05.out.2018.

Considerações Finais

No discurso apresentado por Bolsonaro em sua comunicação via *Twitter*, durante as eleições de 2018, o esforço argumentativo possuiu, como critério de sustentação das premissas, uma verdade utilitarista, pautada pela busca da explicação mais aceita para convencer o eleitorado.

Desse modo, no discurso, Bolsonaro projetou-se como um ator político novo, honesto e íntegro, e como um candidato do povo, que falava como o povo e pelo povo: “Chega de enfeites, palavras bonitas e eufemismos! Ou pegamos pesado na questão da segurança, ou não tem economia que funcione, nem país que prospere.”⁸⁹.

No entanto, o fundamento de construção dos argumentos infringiu princípios básicos da argumentação, ao usar premissas irrelevantes, do ponto de vista lógico, como é o caso do apelo à opinião popular. E, ainda, nas estratégias de resposta aos adversários, com o uso de refutações ineficazes, como é o caso das falácias *ad hominem* e do poço envenenado.

Do ponto de vista da teoria populista, é representativo de um discurso antagônico, onde, a partir do eixo “nós” *versus* “eles”, são criados temas e figuras que atribuem a Bolsonaro e a seus apoiadores os valores positivos do trabalho, da moral e da honestidade; e aos adversários, os valores negativos da imoralidade, do oportunismo e do desinteresse em relação às pautas urgentes do povo brasileiro, como a segurança e a corrupção.

Em relação ao sentido produzido, foi um discurso que apresentou predominância de uma coerência temático-figurativa. Isto quer dizer que os investimentos figurativos foram usados para concretizar todos os temas apresentados por Bolsonaro. Com destaque principal aos investimentos utilizados para personificar a figura do inimigo no PT.

Como principal tema articulado no discurso, destaca-se o antipetismo, que aglutinou os subtemas: do autoritarismo, da corrupção, das *fake news*, da gestão pública, da impunidade, da moralidade e da renovação política. Nesse sentido, retomando as noções de Laclau (2009), percebe-se que o antipetismo atende à noção de significante vazio, proposta pelo autor. A partir deste elemento abstrato de produção de sentido, foi possível unificar todas as demandas do povo ante uma única bandeira, o antipetismo.

Dado o esforço de Bolsonaro em rotular e categorizar o inimigo na figura do outro, no *corpus* de análise não se percebe uma coerência temática, onde as figuras são usadas apenas como

⁸⁹ *Tweet* publicado na conta oficial do presidente Jair Messias Bolsonaro em 04.set.2018.

reforço argumentativo. Desse modo, a partir dos *tweets*, não foi possível verificar, de forma aprofundada, quais ideologias ou temas com os quais Bolsonaro está comprometido. O que leva a concluir que o Twitter foi utilizado como uma ferramenta de comunicação estratégica, onde o candidato atacava e se defendia dos adversários, e não necessariamente defendia alguma tese ou promovia o debate de ideias.

Com isso, em relação à pergunta inicial que orientou esta investigação, percebe-se que, desde um ponto de vista argumentativo, o esforço de produção da mensagem foi em vencer o debate, e não necessariamente em debater ideias ou em apresentar premissas suficientemente fortes para se tornarem argumentos válidos. E, no âmbito da produção de sentido, foi um discurso que não produziu nenhum elemento novo, mas, que, a partir da agenda midiática do período, foi capaz de articular diversas demandas essenciais para o cidadão brasileiro.

Em relação à principal limitação identificada neste estudo, destacam-se as informações contidas no *corpus* de análise, no sentido de que, do ponto de vista argumentativo, não foi possível verificar, com exatidão, qual foi a tese central defendida por Bolsonaro.

Desse modo, em futuros estudos, a partir do quadro de análise da semiótica textual, pode-se aprofundar este trabalho a partir da análise de mensagens produzidas em outros meios, a fim de inferir qual a natureza ideológica do discurso de Bolsonaro. E, no quadro argumentativo, poderão ser exploradas questões sobre a dimensão utilitarista da verdade, frequentemente usada no discurso.

Bibliografia

Aristóteles. (1990). *Retórica*. (Q. Racionero, trad.) Madrid: Editorial Gredos.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*. 31(2). 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Aslandis, P. (2015). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*.64(1). 88-104. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>

Baradat, L. P. & Phillips, J. A. (2017). *Political Ideologies. Their Origins and impact*. (12a ed). New York: Routledge.

Barros, D.L.P. de (2002). *Teoria do Discurso: Fundamentos Semióticos*. (3a ed.). São Paulo: Humanitas.

Barros. D.L.P. de. (2004). Publicidade e figurativização. *Alfa: Revista de Lingüística*. 47(2). 11-31. Recuperado de: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4294/3882>>. Acesso em 15. set.2019.

Barros. D.L.P. de. (2005). *Teoría Semiótica do Texto* (4a ed.). São Paulo: Editora Ática.

Burgess, A. G. & Burgess, J. P. (2011). *Truth*. Oxford: Princeton University Press.

Canel, M. (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. (2a ed.). Madrid: Tecnos.

Canovan, M. (1982). Two Strategies For The Study of Populism. *Political Studies*, 30(1), 544-552. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1982.tb00559.x>

Castedo, M. e Zuazo, N. (2011) Culturas escritas y escuela: viejas y nuevas diversidades. *Revista Iberoamericana de Educación*. 56(4). 1-14. Recuperado de: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4612089>>. Acesso em 20. out.2019.

Carnielli, A. W. & Epstein, R.L. (2011). *Pensamento Crítico: O poder da lógica e da argumentação* (3a ed). São Paulo: Rideel.

Contto. J. (2011). *Manual de Semiótica: Semiótica narrativa, con aplicaciones de análisis en comunicaciones*. Lima: Universidad de Lima.

Curcino, L. (2019). “Conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará”: livros na eleição presidencial de Bolsonaro. *Discurso & Sociedad*. 13(3), 468-494. Recuperado de:

<<http://www.dissoc.org/ediciones/v13n03/DS13%283%29Curcino.pdf>>. Acesso em 13. mai.2019.

Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso & Sociedad*. 3(2). 253-279. Recuperado de: <[http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)Charaudeau.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)Charaudeau.pdf)>. Acesso em 03.out.2019.

Chiari, G. & Sargentini, V.M.O. (2019). Mentirosos, corruptos e comunistas! As Fake News e o politicamente incorreto. *Discurso & Sociedad*. 13(3). 449-467. Recuperado de: <<http://www.dissoc.org/ediciones/v13n03/DS13%283%29OliveiraSargentini&Chiari.pdf>>. Acesso em: 02.fev. 2020.

Courtés, J. & Greimas, A. (1979). *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Cultrix.

Ducrot, O. & Todorov, T. (1995). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Argentina: Siglo XXI Editores.

Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. (5a ed.).Barcelona: Lumen.

Eatwell, R. & Goodwin, M. (2019). *Populismo: A revolta contra a democracia liberal*. Portosalvo: Desassossego.

Fairclough, N. (2001). *Discurso e Mudança Social*. (Coord. da trad.) Izabel Magalhães. Brasília: Editora UNB.

Freeden, M. (2003). *Ideology a very short introduction*. New York: Oxford University Press.

Fidalgo, A. (n.d.). Definição de retórica e cultura grega. Recuperado de: <<http://bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-retorica-cultura-grega.html>>. Acesso em: 05 jun 2019.

Fiorin, J.L. (1998). *Linguagem e Ideologia*. (6a ed.). São Paulo: Editora Ática.

Fiorin, J.L. (2002). *Elementos de análise do discurso*. (11a ed.). São Paulo: Contexto.

Floch, J. (2000). *Visual identities*. London: Continuum.

Hall, E. T. (1981). *A Dimensão Oculta*. (2a ed.). Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora.

Hampshire, j. (2015). Europe's Migration Crisis. 6 ed. *Political Insight*. 6(3). 8-11. <https://doi.org/10.1111/2041-9066.12106>

Hawkins, K. A., Aguilar, R., Castanho Silva, B., Jenne, E. K., Kocijan, B., and Rovira & Kaltwasser, C. (2019). "Measuring Populist Discourse: The Global Populism Database". Paper presented at the 2019 EPSA Annual Conference in Belfast, UK, June 20-22.

Kurigan, G. (2016). *Political Communication*. (12^a ed.). New York: Routledge.

Landowski, E. (2020). Crítica semiótica do populismo. *Galaxia: São Paulo*. 44. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020248140>

Laclau, E. (2006). *La razón populista*. trad. de Soledad Laclu. (2a ed., S. Laclau, Trad.). México: FCE.

Laclau, E. (2009). El populismo como espejo de la democracia. Em F. Panizza (Ed.), *El populismo como espejo de la democracia* (1^a ed, pp. 51–70). Buenos Aires: Fondo de Cultra Económica.

Lozano, J. Peña-Marín, C. & Abril, G. (1986) *Análisis del discurso: Hacia una semiótica de la interacción textual*. (2a ed.). Madrid. Catedra.

McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. (6a ed.). London: Routledge.

Mesa, R.Y. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. *ÁMBITOS*. 16. 355-366. Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/pdf/168/16801620.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

Monteiro, A. C. & Vedovato, Luciana (2009). Percurso Gerativo de Sentido nas Aulas de Leitura. *Trama*. 4(7). 21-32. Recuperado de: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/article/view/2354>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

Mudde, C. (2007) *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mudde, C. & Rovira, K. C. (2013). Populism. In M. Freeden & M. Stears (Ed.). *The Oxford Handbook of Political Ideologies*. (1^a, ed. pp. 493-512). Oxford: Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199585977.013.0026>

Mudde, C. & Rovira, K. C. (2018). Studying Populism in Comparative Perspective: Reflections on the Contemporary and Future Research Agenda. *Comparative Political Studies* 51(13). 1667-1693. <https://doi.org/10.1177/0010414018789490>

Nobre, M. (2013). *Choque de Democracia: Razões da Revolta*. São Paulo: Companhia das Letras.

Norris, P. (2004). Political Communications. Recuperado de: <<https://sites.hks.harvard.edu/fs/pnorris/ Acrobat/Political%20Communications%20encyclopedia2.pdf>>.

Acesso em: 21 abr. 2019

Peterson, M., & Pedroso, O. M. (2016). *O Conhecimento enquanto Afirmação da Vontade de Vida: Um estudo acerca da dialética erística de Arthur Schopenhauer*. (Dissertação de mestrado). Universidade de Brasília. Brasília, Brasil.

Ricoeur, P. (1986). *Lectures on ideology and utopia*. New York: G. Taylor.

Sargent, L. T. (2009). *Contemporary Political Ideologies: A Comparative Analysis*. (14a ed.). Belmont, Canada: Wadsworth.

Schopenhauer, A. (2017). *A Arte de Ter Razão: 38 Estratagemas*. Petrópolis: Vozes.

Serra, P. (1995). Retórica e Argumentação. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/jpserra_retorica.html>. Acesso em: 29 mai. 2019

Tatagiba, L. & Galvão, A. (2019). Os protestos no Brasil em tempos de crise (2011-2016). *Revista do CESOP*. 25(1). 63-96. doi: 10.1590/1807-0191201925163

Van Dijk, Teun. (1999). El Análisis Crítico del Discurso. *Anthropos*, 186. 23 - 36. Recuperado de: <<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2019

Vreese, C. H. De, Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press*. 23(4). 423–438. doi:10.1177/1940161218790035

Walton, D. (2002) *Lógica Informal*. (2a ed.). São Paulo: WMF Martins Fonte.

Weston, A. (2005). *A Arte de Argumentar*. (2a ed.). Lisboa: Gradiva.

Anexos

Anexo 1. 38 estratagemas dialética erística.

Estratagema 1 - Ampliação	Consiste em extrapolar a proposição do adversário para além dos limites semânticos.
Estratagema 2 - Ambiguidade (Homônimia)	Usar a homônimia para estender a afirmação apresentada também àquilo que, excetuando a palavra similar, tem pouco ou nada em comum com a coisa em questão, depois refutá-la luminosamente dando a impressão de ter refutado a afirmação.
Estratagema 3 - Tomar a Afirmação	Apresentada de modo relativo, κατά τι, como se fosse apresentada de modo geral, simpliciter, ἀπλως, absoluto, ou pelo menos concebê-la numa relação totalmente diferente, e, em seguida, refutá-la neste sentido. O exemplo de Aristóteles é: o mouro é preto, mas, quanto aos dentes, é branco; então ele é preto e não preto, ao mesmo tempo. – Esse é um exemplo inventado que não engana ninguém. Tomemos um da experiência real.
Estratagema 4 - Não deixar a conclusão ser prevista	Quando se quer chegar a uma conclusão não se deve deixar que ela seja prevista, mas sim que as premissas sejam inadvertidamente admitidas uma a uma e de forma dispersa na conversação, caso contrário, o adversário tentará todos os tipos de chicana; ou se há dúvida de que o inimigo irá admiti-las, é preciso apresentar as premissas dessas premissas, estabelecer pró-silogismos, fazer que sejam admitidas as premissas de vários de tais pró-silogismos sem ordem entre si, escondendo o jogo até que seja admitido tudo o que seja necessário. Assim se chega à questão partindo de longe
Estratagema 5	Para provar nossa tese, também podemos utilizar premissas falsas, caso o adversário não admita as verdadeiras, seja porque ele não percebe sua verdade, seja porque ele vê que a tese se seguiria delas imediatamente: então tomamos proposições que são falsas em si, mas verdadeiras ad hominem e argumentamos a partir do modo de pensar do adversário ex concessis
Estratagema 6 – Petição de Princípio	Faz-se uma petitio principii oculta postulando aquilo que teria de ser provado, ou 1) com um nome diferente, por exemplo, bom nome em vez de honra, virtude em vez de virgindade etc.; também conceitos intercambiáveis, como, por exemplo, animais de sangue vermelho em vez de vertebrados; ou 2) fazendo admitir no geral o que é controverso no caso particular, por exemplo, afirmar a incerteza da medicina postulando a incerteza de todo o conhecimento humano; 3) quando vice versa duas coisas se seguem uma da outra, e se deve provar uma, então se postula a outra; 4) quando se deve provar o geral e se faz que cada um dos particulares seja admitido (o inverso do n. 2) (Aristóteles, Tópicos, VIII, 11). O capítulo final dos Tópicos de Aristóteles contém boas regras para o exercício da dialética
Estratagema 7	Consiste em um método dissimulado de se confundir o oponente com perguntas que desviem a atenção do que realmente importa: “fazer muitas perguntas de uma só vez e de modo pormenorizado, a fim de ocultar o que na verdade se quer ver admitido”. Em seguida, o emissor da tese deverá repassar rapidamente tudo o que foi admitido acerca da própria argumentação pelo adversário.
Estratagema 8	A estratégia é suscitar a cólera do adversário, pois, encolerizado, ele não está em condições de julgar corretamente e perceber as vantagens que possui. A cólera pode ser provocada fazendo injustiça abertamente, assediando e sendo, de modo geral, insolente.
Estratagema 9	Visa confundir o adversário impedir que ele consiga antever a argumentação do seu opositor por meio da apresentação de premissas falsas e alteração da ordem de apresentação dos argumentos. Tudo isto para evitar refutações das premissas que são necessárias para a conclusão.

Estratagema 10	Ao perceber que um adversário fornece respostas de forma intencional para que não se consiga concluir, o seu opositor deve apresentar perguntas contrárias a tese original isto fara com que o adversário não saiba qual das perguntas servirá para a conclusão.
Estratagema 11	Ao perceber que uma indução foi aceita pelo adversário, isto implica que as premissas dessa indução também foram aceitas e a partir dessa aceitação deve se introduzir a verdade genérica, capaz de validar a conclusão.
Estratagema 12	(disfemismo.) Ao apresentar determinada tese sobre um conceito polemico ou que não possui um consenso enquanto a sua definição, deve se optar por apresentar a nomenclatura que favoreça a própria argumentação e se necessário atribua um valor que não necessariamente esse conceito possui.
Estratagema 13	Para fazer com que o adversário assuma uma tese, devemos fornecer seu contrário e deixar que ele escolha, mas temos de expressar esse contrário de modo bastante estridente, de modo que ele, para não ser paradoxal, deverá aprovar nossa tese, que, em contraste, parece totalmente provável.
Estratagema 14 - <i>Fallacia non causae ut causae</i> – primeira ocorrência	Após várias repostas do adversário que não favoreçam a tese apresentada, neste momento pode se proclamar a conclusão da tese como se estivesse decorrido das respostas, quanto mais eloquente e impertinente maior será a chance de vitória no debate. Esse estratagema pertence à <i>fallacia causae ut causae</i> [engano por assumir uma não razão como razão]
Estratagema 15	Se expusemos uma tese paradoxal e encontramos dificuldade em prová-la, então propomos ao adversário a aceitação ou rejeição de qualquer tese correta, mas não totalmente óbvia, como se quiséssemos extrair dela a demonstração: se ele a rejeita por desconfiança, nós a conduzimos <i>ad absurdum</i> e triunfamos; mas se ele a aceita, é porque, por ora, dissemos algo razoável e logo mais veremos. Ou acrescentamos o estratagema anterior e afirmamos, então, que o que foi dito demonstrou nosso paradoxo. Aqui é preciso um grau máximo de descaramento: mas a experiência mostra que isso acontece, e há pessoas que praticam tudo isso instintivamente
Estratagema 16 - <i>Argumenta ad hominem ou ex concessis</i> .	Consiste em identificar se a afirmação do adversário não apresenta alguma espécie de contradição com discursos ditos por ele anteriormente. Se existir contradição a afirmação poderá ser invalidada por meio deste estratagema.
Estratagema 17 – diferenciação sutil	Se o adversário nos pressiona com uma contraprova, muitas vezes poderemos nos salvar com uma sutil distinção em que não tínhamos pensado antes, se a questão admitir um duplo significado ou um caso duplo.
Estratagema 18 - (mutatio controversiae) Mudança de controvérsia	Se notamos que o adversário lançou mão de uma argumentação que nos derrotará, não podemos permitir-lhe que a leve até o final, mas devemos interromper ou desviar, a tempo, o curso da disputa, e levá-lo a outras questões.
Estratagema 19	Se o adversário nos pede expressamente que apresentemos alguma coisa contra um determinado ponto em sua afirmação, mas não temos nada adequado, devemos, então, levar a questão para um âmbito geral e falar contra isso.
Estratagema 20 - (fallacia non causae ut causae – segunda ocorrência)	Trata-se de listar as premissas do adversário e dela extrair uma conclusão distorcida da tese original esse estratagema é análogo ao 26.
Estratagema 21	Esse estratagema consiste em um contraataque a todos os outros 37 listados, ao percebermos que o adversário lança mão de algum dos estratagemas da dialética eurística temos 2 opções: 1) Expor a inconsistência argumentativa do estrategema 2) contestar com o mesmo

	estratagemas mas ao invés de apresentar como tese o nosso ataque deve ser como contestação.
Estratagemas 22	Se o adversário exigir qualquer tipo de confirmação que conduza a conclusão da sua tese devemos recusar, alegando que isso é uma petição de princípio.
Estratagemas 23 - Contradição	A contradição pode ser usada de modo a instigar ao adversário a amplificar isto é hiperbolizar os limites da informação. após essa amplificação rejeita-se a tese inicial. Ao refutarmos a amplificação, parecerá que refutamos sua tese original.
Estratagemas 24 - Manipulação das consequências	Compreende o uso da proposição do adversário para dela, derivar deduções e novas proposições, que serão entendidas como consequências da proposição original.
Estratagemas 25	Esse estratégia pode ser usado quando uma das razões apresentadas infere o princípio da instância, isto é, faz o uso de argumentos que necessitariam de uma grande quantidade de casos para serem válidos, e com isso podemos contradizer toda a tese do adversário. Exemplo: Todo cisne é branco.
Estratagemas 26	Consiste em retorcer um argumento dito pelo adversário e usar contra ele. Por exemplo, o adversário diz: “é uma criança, é preciso relevar-lhe alguma coisa”; retorsão: “justamente porque é uma criança, é preciso puni-la para que não persevere nos maus hábitos”
Estratagemas 27	Ao perceber que o adversário se irrita frente a um argumento, é preciso insistir nesse argumento por dois motivos: A raiva o desestabiliza emocionalmente. A reação inesperada denota que conseguimos chegar no ponto fraco da linha de pensamento do adversário.
Estratagemas 28 – <i>Argumentum ad Auditores</i>	Este é aplicável principalmente quando pessoas cultas discutem perante ouvintes incultos. Se não temos um <i>argumentum ad rem</i> , nem mesmo um <i>ad hominem</i> , então fazemos um <i>ad auditores</i> , isto é, uma objeção inválida, mas somente o perito pode ver que não é válida.
Estratagemas 29 - Digressão	Ao perceber a derrota iminente deve-se fazer uma digressão: isto é, começar a falar de algo totalmente diferente, como se fosse pertinente ao assunto e constituísse um argumento contra o adversário.
Estratagemas 30 - <i>O argumentum ad verecundiam</i> [argumento baseado no respeito]	Apelo as autoridades para reforçar a sua tese frente ao adversário e público. O sucesso desse estratégia é proporcional ao nível de conhecimento do seu oponente.
Estratagemas 31 - Ironia	Deve ser usada quando não sabemos como opor as premissas expostas pelo adversário, com frases do tipo: o que você está dizendo supera minha capacidade humana de interpretação, pode até estar correto, mas renuncio a toda a questão. Ao agir desse modo teremos o apoio imediato do público que entendera que a causa do oponente é irracional do ponto de vista dos limites humanos. A advertência para o uso desse estratégia é estar seguro de que tem mais estima do que o adversário, junto ao público.
Estratagemas 32 – Uso de Categorias de ódio	Para eliminar ou tornar suspeita a afirmação do adversário deve se extrair de seu discurso, alguma afirmação que possua semelhança com o que são as categorias de ódio para o público. Exemplo: Nazismo para Judeus.
Estratagemas 33 – Admitir fundamentos mas negá-los na prática.	Consiste em admitir os fundamentos, mas negar as suas consequências na prática e com isso contradizer o oponente, pois para ser possível o que é verdadeiro na teoria deveria ser na prática, logo a teoria do adversário se torna falsa.
Estratagemas 34 – Ataque aos pontos fracos	Ao perceber que o adversário se esquivava de algumas questões ou da resposta indiretas isto é sinal de que estamos tocando no seu ponto fraco. logo, é preciso, pois, insistir nesse ponto e não deixar o adversário em paz, mesmo quando ainda não vemos em que consiste realmente a fraqueza que tínhamos tocado.

Estratagema 35 - <i>argumentum ex utili</i> (“atacar a árvore pelas raízes”)	Este estratagema, tão logo seja praticável, deixa todos os outros supérfluos: Em vez de agir sobre o intelecto por meio de razões, agimos sobre a vontade por meio de motivações, e o adversário, tanto quanto os ouvintes, caso tenham o mesmo interesse que ele, são logo conquistados para nossa opinião, mesmo que ela seja tomada de empréstimo do manicômio: pois, quase sempre, meia onça de vontade pesa muito mais do que um quintal de perspicácia e convicção
Estratagema 36 Aturdir,	Aturdir, desconcertar o inimigo com um palavreado sem sentido. Isso repousa no fato de que “habitualmente o homem crê, ao ouvir apenas palavras, que ali também deve haver matéria para reflexão”.
Estratagema 37 – Refutar toda a tese do adversário a partir de uma prova incorreta	Ao perceber que o adversário tem razão na questão, mas felizmente escolhe uma prova persuasiva fraca, de imediato deve-se refutar a prova e em seguida usar esse exemplo para refutar toda a questão.
Estratagema 38 – <i>Argumentum ad personam</i> (Ataque pessoal)	Ao perceber que o adversário é superior e não será possível vencer o debate, é o momento de partir para o pessoal abandonar o objeto de disputa do debate e atacar o a pessoa do adversário.

Fonte: adaptado de (Peterson & Pedroso, 2016) e (Schopenhauer, 2017)

Anexo 2. Temas.

Nome	Recorrência (Qtd.)	Representatividade (%)
Antipetismo	27	19,7%
Renovação política	15	10,9%
Moralidade	13	9,5%
Segurança	12	8,8%
Fake News	9	6,6%
Gestão pública	9	6,6%
Inimigos internos	8	5,8%
Corrupção	7	5,1%
Impunidade	5	3,6%
Censura	4	2,9%
Minorias	3	2,2%
Nacionalismo	4	2,9%
Caos Social	2	1,5%
Falsidade	2	1,5%
Ideologia	2	1,5%
Imagem pública	2	1,5%
Violência	2	1,5%
Agenda pública	1	0,7%
Autoritarismo	1	0,7%
Comunismo	1	0,7%
Conspiração	1	0,7%
Direitos do brasileiro	1	0,7%
Educação	1	0,7%

Ética	1	0,7%
Inimigos externos	1	0,7%
Militarismo	1	0,7%
Socialismo	1	0,7%
Velha política	1	0,7%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 3. Atores.

Nome	Recorrência (Qtd.)	Representatividade (%)
Revelador da verdade	13	6,6%
Quadrilha	11	5,6%
Vítima	8	4,1%
Inimigos	6	3,0%
Vítima da violência	6	3,0%
Defensor do povo	5	2,5%
Defensores de Direitos	5	2,5%
Independente	5	2,5%
Especialista	4	2,0%
Honesto	4	2,0%
Indignado	4	2,0%
Vetor de mudança	4	2,0%
Apoiador	3	1,5%
Capacitado	3	1,5%
Chefe da quadrilha	3	1,5%
Defensor	3	1,5%
Defensor da Moral	3	1,5%
Desalinhados	3	1,5%
Desesperado	3	1,5%
Desesperados	3	1,5%
Deturpadores	3	1,5%
Fonte do caos social	3	1,5%
Hipócrita	3	1,5%
Inimigo	3	1,5%
Integro	3	1,5%
Libertador	3	1,5%
Protetores	3	1,5%
Supressores de direitos	3	1,5%
Vítima de Fake News	3	1,5%
Beneficiários	2	1,0%
Conhecedor	2	1,0%
Criminosos	2	1,0%
Cúmplice	2	1,0%

Defensores de Criminosos	2	1,0%
Exemplo	2	1,0%
Falso	2	0,0%
Mandachuva	2	1,0%
Mentiroso	2	1,0%
Perseguidos	2	1,0%
Produtores de Fake News	2	1,0%
Resistência	2	1,0%
Trabalhador	2	1,0%
Incompetente	1	0,5%
Alinhado	1	0,5%
Desonesto	1	0,5%
Anticomunista	1	0,5%
Autoritarista	1	0,5%
Censurado	1	0,5%
Coerente	1	0,5%
Comprometido	1	0,5%
Corruptos	1	0,5%
Cúmplices	1	0,5%
Defensor da justiça	1	0,5%
Denunciador	1	0,5%
Desconfiados	1	0,5%
Desventurados	1	0,5%
Explorado	1	0,5%
Financiador de ditaduras	1	0,5%
Fonte da Corrupção	1	0,5%
Habilitado	1	1,0%
Imparcial	1	0,5%
Indefesos	1	0,5%
Indignos	1	0,5%
Inimigo do povo	1	0,5%
Juiz	1	0,5%
Manipuladores	1	0,5%
Manipulados	1	0,5%
Não apoiadores	1	0,5%
Negacionista	1	0,5%
Oportunistas	1	0,5%
Opressor	1	0,5%
Permissiva	1	0,5%
Político novo	1	0,5%
Promotores da violência	1	0,5%
Protetor do povo	1	0,5%
Protetores de criminosos	1	0,5%

Sistema de corrupção	1	0,5%
Unificador	1	0,5%
Vilão	1	0,5%
Vítima da corrupção	1	0,5%
Vítima da ineficiência do PT	1	0,5%
Vítima do desespero	1	0,5%
Vítima do PT	1	0,5%
Voluntários	1	0,5%
Antipovo	1	0,5%
Habilitado	1	1,0%
Competente	1	0,5%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 4. Tempo.

Nome	Recorrência (Qtd.)	Representatividade (%)
Presente (Eleições-Urgência)	91	82,0%
Futuro (Mudança)	8	7,2%
Passado (Corrupção)	2	1,8%
Passado (resgate histórico)	2	1,8%
Presente (Simbolismo histórico militarismo)	2	1,8%
Futuro (Consolidação da corrupção)	1	0,9%
Passado (Ineficiência)	1	0,9%
Passado (Promoção da violência)	1	0,9%
Passado (Proposição da igualdade)	1	0,9%
Passado (simbolismo histórico combate à violência)	1	0,9%
Passado (Simbolismo histórico segurança)	1	0,9%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 5. Espaços.

Nome	Descrição	Representatividade (%)
Brasil da impunidade	(Aqui) Não se trata só de uma eleição; Máquina de corrupção; Adversários defendem de criminosos. (Lá) Soltar o ex-presidente Lula;	12,1%
Brasil da mentira	(Aqui)Haddad alguém espalhador de mentiras; Adversários não respeitam nem o fato de Bolsonaro estar doente;	11,2%
Brasil da moral	(Lá) Negação de propostas para liberação do aborto;	11,2%
Brasil da mudança	(Lá) Não terão sossego em meu governo;	7,5%
Brasil da corrupção	(Lá) Referência ao modelo de governo do PT; Corrupção sistêmica;	6,5%

Brasil da justiça	(Lá) Em uma dimensão onde a quadrilha do PT será desfeita; (Aqui) Da necessidade de urgência de atuação do judiciário;	6,5%
Brasil do caos social	(Aqui) Da necessidade de fazer uma mudança junto com o povo para salvar o Brasil; Onde os adversários se preocupam em se manter no poder a qualquer custo; Das ações tomadas em governos anteriores que beneficiaram a impunidade, a violência e a corrupção; Da desconfiança de investidores;	6,5%
Brasil da insegurança	(Aqui) Onde o crime ameaça a vida do brasileiro em todas as esferas; Espaço de insegurança promovido pelo PT; Onde o bandido têm total controle da vida do cidadão; A violência impede o crescimento do Brasil; Onde todos são vítimas inclusive policiais;	4,7%
Brasil da censura	(Aqui) Bloqueio de contas de apoiadores;	3,7%
Brasil da crise moral	(Aqui) Inversão de valores;	3,7%
Brasil da igualdade	(Aqui) Contrário as rótulos dados pelos adversários;	3,7%
Brasil da violência	(Aqui) Mais de 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano;	3,7%
Brasil da esperança	(Lá) Composto por voluntários que sonham com um brasil melhor; Promessa de um Brasil livre do PT;	2,8%
Brasil da ineficiência	(Aqui) Governo do PT; Das indicações políticas e corrupção que geram o caos no sistema de saúde;	1,9%
Brasil da Segurança	(Aqui) Da necessidade de tomar medidas mais efetivas no âmbito da segurança;	1,9%
Brasil da transparência	(Lá) Da transparência nas ações do estado; Da descentralização do poder;	1,9%
Brasil do trabalho	(Aqui) Passagem pelo Rio Grande do Sul;	1,9%
Brasil da criminalidade	(Lá) Morro;	0,9%
Brasil da eficiência	(Aqui) Modelo educacional militarista;	0,9%
Brasil da exclusão	(Aqui) Das amarras ideológicas que tentam dominar o brasileiro;	0,9%
Brasil da liberdade	(Lá) Espaço onde os direitos do cidadão devem ser valorizados;	0,9%
Brasil da manipulação	(Aqui) Da manipulação de informações por parte da mídia;	0,9%
Brasil da resistência	(Aqui) Da luta contra a dominação da sociedade, do combate ao comunismo;	0,9%
Brasil do autoritarismo	(Aqui) Atribuído ao modelo de governo do PT;	0,9%
Brasil do potencial turístico	(Aqui) Angra dos Reis; Turismo;	0,9%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 6. Tweets onde se manifesta a figura do revelador da verdade.

Data	<i>Tweet</i>
04/08/2018	Não entro no mérito do que acham os que hoje comandam a Globo. Apenas lembrei o que disse o senhor Roberto Marinho, falecido em 2003, sobre o Regime Militar. A nota de mea-culpa citada por Miriam Leitão foi lançada 10 anos após sua morte.
09/08/2018	Você sabia que o vice de Marina Silva é a favor do aborto, legalização da maconha e criminalização da “homofobia”?
16/08/2018	O PSDB mais que nunca se unindo ao PT. A narrativa de polarização que sempre tentaram inventar vai esfarelado.
03/09/2018	Não é de hoje que falo: não podemos continuar com essa política que busca apoio através de distribuição de cargos, ministérios e diretorias. Esse é um dos principais focos de corrupção e ineficiência do Estado. 👍
08/10/2018	O Partido dos Trabalhadores financiou ditaduras via BNDES; anulou o legislativo no mensalão; tem tesoureiros, marketeiros e ex-presidente na cadeia por corrupção; quer acabar com a Lava Jato, além de controlar a mídia e internet. Se alguém ameaça a democracia, esse alguém é o PT!
16/10/2018	Essa história de o fantoche de corrupto admitir erros do seu partido é pra boi dormir. A corrupção nos governos Lula/Dilma não era caso isolado, era regra para governar. Por isso estão presos presidente, tesoureiros, ministros marketeiros, etc, além de tantos outros investigados.
16/10/2018	Senhor Andrade, quem conversa com poste é bêbado. Existe um que está preso por corrupção e você vai toda semana na cadeia visitá-lo intimamente além de receber ordens! Cuidado que pelo desenrolar das notícias reveladas você pode ser o próximo!
17/10/2018	Registrada a segunda morte na pensão que estava hospedado ex-integrante do PSOL que tentou me assassinar! Pode ser que seja muita coincidência, pode ser um novo Caso Celso Daniel a caminho! Que a verdade apareça!
19/10/2018	Mensalão, Petrolão; mais de 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano; apoio às ditaduras venezuelana e cubana; ex-presidente, tesoureiros, ministros, parlamentares, marketeiros, presos e investigados por corrupção... quem precisa de Fake News quando se tem esses fatos?

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 7. *Tweets* onde se manifesta a figura do defensor do povo.

Data	<i>Tweet</i>
14/08/2018	O que está em jogo é muito maior que o combate à corrupção do sistema, mas a nossa liberdade.
17/09/2018	Se aprovar leis fosse o mais importante, o Brasil seria um paraíso. O que não faltam aqui são leis, muitas delas inúteis. Fazemos nossa parte propondo penas mais duras para estupradores, redução da maioria penal, etc, mas também impedindo que leis ruins sejam passadas adiante.
26/09/2018	Queremos resgatar os valores perdidos há muito e retirar o Brasil da lama de violência e corrupção que o colocaram! Nosso país não aguenta mais 4 anos do que nos governa há décadas! Vamos dar o primeiro passo para resgatar nossa pátria! 👍
03/10/2018	Somos o país da impunidade. Desde candidatos que querem soltar corruptos, a bandidos, estupradores e assassinos que são soltos em audiências de custódia, saídas da cadeia, indultos, etc. Não há vítima da sociedade. A SOCIEDADE É A VÍTIMA! Se depender de nós ISSO VAI ACABAR!
18/10/2018	A violência contra mulheres, homens, negros, brancos, homos, héteros e todos os grupos possíveis cresceu na era PT. Ninguém promoveu mais a violência do que eles. Nós vamos combatê-la duramente e lutar para colocar um fim na impunidade em nosso Brasil!

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.



Anexo 8. *Tweets* onde se manifesta a figura da vítima de *fake news*.

Data	<i>Tweet</i>
18/09/2018	MAIS UM FAKE NEWS DESCARADO! O cidadão apontado na Veja Online de hoje, NUNCA esteve lotado em meu gabinete!
01/10/2018	Em minha presença, evitaram fazer perguntas a mim e me trataram com cordialidade. Na minha ausência, forçada por orientação médica pois tomei uma facada de um militante de esquerda, não param de falar meu nome e mentiras a meu respeito. Covardia ou cinismo? Bom dia a todos!
23/10/2018	Desde o início da campanha meus adversários espalham diariamente que votei contra deficientes, que vou aumentar imposto pra pobre, acabar com bolsa-família, escolas e o 13º salário, que iria armar criancinhas e até proibir vídeo games. A mentira e o desespero não têm limites!

25/10/2018	Ainda aguardo o mea-culpa de parte da imprensa e adversários que por dias associaram a mim um falso ataque contra eleitora do PT no Rio Grande do Sul desmascarado pela perícia, que provou que a própria "vítima" produziu a suástica em seu corpo. O prejuízo precisa ser reparado!
26/10/2018	Há pouco, a Folha de SP publicou uma notícia que não tem nenhuma relação comigo, utilizando uma foto minha com uma montagem vexatória e apagou após repercussão negativa. Qual é o verdadeiro papel de parte da imprensa nestas eleições?

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 9. *Tweets* onde se manifesta a figura do defensor da moral.

Data	<i>Tweet</i>
07/08/2018	Eu Presidente, caso chegue em minhas mãos proposta para descriminalização do aborto, garanto que terá meu veto.
23/08/2018	ATENÇÃO: CENAS FORTES! Não há nada de errado em ensinar valores e disciplina aos nossos filhos, pelo contrário, é fundamental e edificante. A bronca de parte da imprensa agora é que não vesti meus filhos de menina, nem incentivei o ensino de sexo para crianças na escola. 0:35
06/10/2018	Durante muito tempo, o brasileiro teve que escolher entre opções que não o representava. Agora é diferente! Amamos o Brasil, defendemos a família e a inocência das crianças, tratamos criminosos como tais e não nos envolvemos em esquemas de corrupção. Jair Bolsonaro   BR
12/10/2018	Repito: no que depender de mim, propostas para liberar o aborto no Brasil terão o meu veto e o dinheiro dos brasileiros não financiará ONGs que promovem esta prática.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 10. *Tweets* onde se manifestam as figuras: desonesto, cúmplice dos esquemas de corrupção, hipócrita e mentiroso investidas em Fernando Haddad.

Data	<i>Tweet</i>	Figura
28/09/2018	José Dirceu / ex-presidente do PT (condenado por corrupção e influenciador da campanha de Haddad, assim como Lulla) só que um está preso e o outro cumpre pena em liberdade.	Cúmplice
08/10/2018	A escolha é dos senhores. Serem governados por alguém limpo ou pau mandado de preso por corrupção!	Desonesto

08/10/2018	O pau mandado de corrupto me propôs assinar "carta de compromisso contra mentiras na internet". O mesmo que está inventando que vou aumentar imposto de renda pra pobre. É um canalha! Desde o início propomos isenção a quem ganha até R\$ 5.000. O PT quer roubar até essa proposta.	Hipócrita
09/10/2018	Ontem propôs combate às notícias falsas, hoje espalha mentiras descaradas a meu respeito. Quem está a favor do povo faz política com a verdade, não trabalha a serviço de um corrupto preso, nem faz parte da quadrilha que assaltou os brasileiros e colocou o país na lama. Canalha!	Mentiroso
13/10/2018	Andrade (PT) e Manuela (PCdoB) prometem SOLTAR O CHEFE, que dá ordens de dentro da cadeia, PRESO POR CORRUPÇÃO, caso vençam as eleições.	Cúmplice

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 11. *Tweets* onde se manifestam as figuras: governo autoritário, promotor da violência, organização criminosa, supressor de direitos, fonte do caos social e corrupção.

Data	<i>Tweet</i>	Figura
30/08/2018	a inversão de valores e o politicamente correto implementados propositalmente provocam o caos justificando ações exclusivas do “estado-mãe”. O socialismo nos sufoca por todos os lados, com o único intuito de nos moldar como “cordeirinhos” e sejamos dominados sem resistência. 0:57	Supressor de direitos
21/09/2018	Tentaram nos tirar da disputa na covardia, mas o esforço de cada um, mesmo no momento mais crítico, só nos ergue ainda mais. Estamos mostrando que é possível vencer sem vender a alma, sem mentiras, e isso ninguém vai apagar! Vamos em frente! Chega de facções comandando o Brasil! 0:12	Organização criminosa
02/10/2018	É inegável o caráter criminoso do PT. Aliança com a ditadura cubana, venezuelana, mensalão, petrolão, Tesoureiros presos, marketeiros presos, presidentes presos, e agora um candidato que recebe ordens de um corrupto condenado preso. Coloca qualquer facção criminosa no bolso.	Organização criminosa
02/10/2018	O próximo passo dessa facção, assim como de suas linhas auxiliares, será soltar seu líder bandido e torná-lo ministro para obstruir a justiça, outro poder que eles não respeitam. O PT representa o fim da lava jato e a volta dos esquemas que ameaçam a democracia!	Organização criminosa
08/10/2018	Nosso país é grande e próspero, não uma facção criminosa para ser comandado de dentro da cadeia. Boa noite a todos!	Organização criminosa

09/10/2018	Obrigado Senadora Ana Amélia pelo apoio! Parabenizo pela coragem de se posicionar neste momento tão importante e decisivo onde o brasileiro escolherá entre o modelo do PT, que afundou nosso país no mar da corrupção e violência, ou a ordem, o progresso e a liberdade.	Fonte do caos social
14/10/2018	Há vários sinais que indicam que um governo tem viés autoritário. Aliança com ditaduras, o controle da mídia, desarmamento dos cidadãos, aparelhamento das instituições e a corrupção como forma de anular os poderes são exemplos, e todos estão presentes no PT. Repudiamos tudo isso!	Governo Autoritário
16/10/2018	Os mais de 49 milhões de brasileiros que votaram em mim estão sendo xingados dos piores adjetivos. Quem faz isso esquece que essas pessoas há muito sofrem com 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano, além de sentirem no bolso e na vida as consequências da corrupção do PT.	Fonte do caos social
18/10/2018	A violência contra mulheres, homens, negros, brancos, homos, héteros e todos os grupos possíveis cresceu na era PT. Ninguém promoveu mais a violência do que eles. Nós vamos combatê-la duramente e lutar para colocar um fim na impunidade em nosso Brasil!	Promotor da violência
18/10/2018	BRASIL: Um povo esgotado de pagar impostos e não ter respostas, dilacerado pelos maiores escândalos de corrupção da história protagonizados pelo partido do líder que continua dando ordens de dentro da cadeia. Transborda no brasileiro o sentimento angustiante de mudança. #PTnão	Organização criminosa
19/10/2018	Para o PT não se trata só de uma eleição, mas de impedir que uma quadrilha seja desmontada pelos brasileiros. Podem checar! Não é fake, é FATO!	Organização criminosa
25/10/2018	Para combater o desemprego o Brasil precisa de confiança e segurança. Investidores não confiam no Brasil, milhares de empresas fecharam devido a violência, altos impostos, burocracia, corrupção e crise, tudo herança do PT. Nós mudaremos esse quadro. Seremos o governo do emprego!	Fonte do caos social
26/10/2018	Ninguém mentiu mais que o PT nesta eleição. São mestres em enganar. Mudaram o plano de governo diversas vezes após expormos seu viés totalitário. Agora dizem respeitar a família, a democracia e a justiça, mas sabemos que a missão do pai do Kit-gay é soltar o chefe da quadrilha!	Organização criminosa
27/10/2018	Em suas redes sociais, Joaquim barbosa divulga voto em Haddad, mas já está na história que ele mesmo disse que só Bolsonaro não foi comprado pelo PT no esquema de corrupção conhecido como Mensalão, que feria gravemente a democracia do nosso país anulando o Poder Legislativo.	Fonte da corrupção

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 12. *Tweets* onde se manifestam as figuras investidas nos adversários.

Data	<i>Tweet</i>	Figura
09/08/2018	Você sabia que o vice de Marina Silva é a favor do aborto, legalização da maconha e criminalização da “homofobia”?	Hipócrita
16/08/2018	O PSDB mais que nunca se unindo ao PT. A narrativa de polarização que sempre tentaram inventar vai esfarelando.	Hipócrita
18/08/2018	Encaro o momento como uma missão. Todos estamos no mesmo barco e só sairemos da lama se remarmos contra a maré da corrupção e ineficiência, causadas pela atual forma de fazer política no Brasil, que será mantida pelos meus adversários. O desafio é difícil, mas estamos preparados!	Desalinhados
04/09/2018	O PSDB quer tutelar as mulheres. Maria do Rosário e Alkmin acham que um menor estuproador, de 16 ou 17 anos, é um pobre coitado que não pode ser responsabilizado, como adulto, pelos seus atos.	Defensores de Criminosos
23/10/2018	Desde o início da campanha meus adversários espalham diariamente que votei contra deficientes, que vou aumentar imposto pra pobre, acabar com bolsa-família, escolas e o 13º salário, que iria armar criancinhas e até proibir vídeo games. A mentira e o desespero não têm limites!	Desesperados

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 13. *Tweets* onde se manifestam as figuras investidas nos inimigos.

Data	<i>Tweet</i>	Figura
23/08/2018	Se ONGs de Direitos Humanos querem dedicar seus esforços na defesa da inversão de valores, aborto, bandidos etc, que o faça, mas NÃO TERÃO UM CENTAVO do Governo se nós chegarmos lá. Boa tarde a todos!	Inimigo
12/10/2018	Repito: no que depender de mim, propostas para liberar o aborto no Brasil terão o meu veto e o dinheiro dos brasileiros não financiará ONGs que promovem esta prática.	Inimigo
24/10/2018	A mamata da folha de são paulo vai acabar, mas não é com censura não! O dinheiro público que recebem para fazer ativismo político vai secar, e mais, com sua credibilidade no ralo com suas informações tendenciosas são menos sérias que uma revista de piada!	Beneficiário
26/10/2018	Há pouco, a Folha de SP publicou uma notícia que não tem nenhuma relação comigo, utilizando uma foto minha com uma montagem vexatória e apagou após repercussão negativa. Qual é o verdadeiro papel de parte da imprensa nestas eleições?	Produtores de <i>fake news</i>
18/09/2018	MAIS UM FAKE NEWS DESCARADO! O cidadão apontado na Veja Online de hoje, NUNCA esteve lotado em meu gabinete!	Produtores de <i>fake news</i>

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 14. Tweets onde se manifestam as figuras investidas nos aliados.

Data	<i>Tweet</i>	Figura
12/09/2018	Bolsonaro lidera entre pretos e pardos https://oantagonista.com/?p=112239	Apoiador
16/09/2018	Essa é nossa diferença! Enquanto uns gastam dezenas de milhões em campanha, nós temos milhões de voluntários movidos pelo sonho de um Brasil mais justo, com segurança e oportunidades. Obrigado povo de Pombo - PE! Obrigado Nordeste!	Apoiador
09/10/2018	Obrigado Senadora Ana Amélia pelo apoio! Parabênzico pela coragem de se posicionar neste momento tão importante e decisivo onde o brasileiro escolherá entre o modelo do PT, que afundou nosso país no mar da corrupção e violência, ou a ordem, o progresso e a liberdade.	Apoiador
16/10/2018	Os mais de 49 milhões de brasileiros que votaram em mim estão sendo xingados dos piores adjetivos. Quem faz isso esquece que essas pessoas há muito sofrem com 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano, além de sentirem no bolso e na vida as consequências da corrupção do PT.	Perseguidos

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 15. Lista de argumentos e premissas usadas.

Nome	Descrição
Adversários são hipócritas	Conclusão a partir da premissa de que os adversários não respeitam a figura de Bolsonaro mesmo sendo ele uma vítima de uma tentativa de assassinato.
Altercação	Ataques diretos ao PT, a Folha de São Paulo a imprensa.
Ameaça ao sistema	Conclusão a partir da premissa de que os adversários estão desesperados e não terão sossego no governo Bolsonaro.
Ameaça comunista	Conclusão a partir da associação da luta de classes como uma estratégia de controle social.
Defesa da liberdade de expressão	Conclusão a partir da premissa de que ao contrário dos opositores Bolsonaro defende a liberdade de expressão.
Bolsonaro é a melhor opção para o Brasil	Na premissa de que possui o melhor plano de governo.

Bolsonaro é a única opção honesta	Ao destacar o registro limpo e que o outro (Fernando Haddad) é um pau mandado de corrupto.
Bolsonaro é honesto	Conclusão a partir da premissa de que o ex-ministro Joaquim Barbosa chancela a honestidade de Bolsonaro.
Bolsonaro é o candidato que representa o brasileiro	Ao destacar que agora o brasileiro tem uma opção que o representa.
Bolsonaro é o vetor da mudança	Na premissa de que Bolsonaro têm a independência para pôr fim a corrupção.
Bolsonaro representa as minorias raciais	A partir da premissa de que é o candidato líder entre as minorias raciais.
Contra o Aborto	A partir da promessa de que qualquer pauta em apoio será vetada.
Contrário a inversão de valores	Na premissa de que ONGs que defendem o aborto e bandidos não terão nenhum centavo.
Defende os direitos do cidadão Brasileiro	Na premissa de que fez seu trabalho como deputado aprovando leis importantes e vetando leis que prejudicariam o povo.
Defesa da igualdade em uma dimensão jurídica	Todos devem ser tratados de forma igual perante a lei.
Em alinhamento com as demandas do povo	Ao destacar que o resumo das pautas tratadas em viagem ao Rio grande do Sul.
Exaltação a figura ética de Bolsonaro	Ao destacar que desde o início da campanha sempre defendeu pautas morais.
Folha de SP é uma produtora de fake news	Na premissa de que a folha de São Paulo produziu uma montagem o difamando.
Haddad é hipócrita	A partir da premissa de que Haddad possui uma conduta moral reprovável. Ex.: Joga Bíblia no lixo
Haddad é suspeito	Ao mencionar que Fernando Haddad visita Lula toda semana.
Imoralidade do adversário Fernando Haddad	Ao destacar que Haddad foi o pai do <i>kit gay</i> .
Imprensa defende criminosos	Na premissa de que a imprensa ficou indignada ao descobrir a morte do chefe do morro.
Imprensa deturpadora da verdade	Na premissa de que usam falas isoladas.
Imprensa deturpadora de informações	Ao destacar a tentativa da Globo de alterar o seu posicionamento em relação ao regime militar.
Imprensa e adversários são deturpadores da verdade	Ao associar a figura pública de Bolsonaro um ataque a uma eleitora do PT.
Imprensa é deturpadora da moral	Ao destacar que a imprensa é contrária ao ensino de valores morais as crianças.
Indignado com a falta de segurança	Ao destacar a indignação com a morte do policial militar.

Ineficiência do governo do PT	Na premissa de que o PT esteve 15 anos no poder e não resolveu o problema da desigualdade salarial entre homens e mulheres.
Militarismo é um exemplo	Ao destacar que os militares são heróis em um país em que os valores estão invertidos.
O Brasil é honesto	Conclusão a partir das premissas de que o Brasil não pode ser governado de dentro da cadeia.
O Modelo educacional militarista é um exemplo	Na premissa de que os valores militares são um modelo educacional de referência.
Os apoiadores são íntegros	Conclusão a premissa de os eleitores de Bolsonaro não são assassinos.
Parte da mídia é tendenciosa	Conclusão a partir da premissa de que existe um descaso da mídia em relação a violência sofrida por Bolsonaro e seus apoiadores.
Possui o apoio popular	Na premissa de que o apoio que recebe do povo é o combustível necessário para mudar o Brasil.
PT é autoritarista	Conclusão a partir da premissa de que o PT possui traços indícios autoritaristas.
PT é uma ameaça à democracia	Conclusão fundamentada na premissa de que o PT não respeita o sistema democrático.
PT é uma organização criminosa	Conclusão fundamentada na premissa de que integrantes do partido estão presos e continuam dando ordens aos apoiadores.
PT fonte da corrupção sistêmica	Conclusão fundamentada na premissa de que ser corrupto era regra para governar nos governos Lula e Dilma
PT fonte da imoralidade	Conclusão sustentada a partir da premissa de que o PT não respeita a família, a democracia, a justiça, criou o kit gay e se vitorioso vai soltar o Lula.
PT fonte da violência	A partir da associação do aumento da violência nos governos do PT.
PT fonte do caos social e econômico	A partir da premissa de que durante o governo do PT o número de crimes, desempregados e escândalos de corrupção alcançou números alarmantes.
Bolsonaro possui medidas para o combate à corrupção	Conclusão a partir da proposição de transparência nas relações do governo.
Rede Globo é deturpadora da verdade	Na premissa de que a rede Globo tenta alterar inclusive a fala dos seus próprios líderes.
Renovação política com apoio popular	Na premissa de que Bolsonaro possui a apoio voluntário de um povo que está cansado de sofrer com a violência.
Urgência de ruptura com sistema político atual	Busca se concluir essa ideia, a partir de premissas que fundamentam a descrença do brasileiro em relação ao sistema político atual.
Superioridade Brasileira	Na premissa de que o Brasil possui um grande potencial turístico.

Urgência por medidas mais enérgicas no combate à violência	Ao destacar a impotência da sociedade frente a ação de criminosos.
Vai buscar medidas de enfrentamento direto no combate ao crime	Não são mencionadas quais medidas, mas o "pegar pesado" denota que em seu governo vai combater diretamente o crime.
Veja online é produtora de fake news	Conclusão a partir da premissa de revelação da verdade sobre o funcionário citado na reportagem da Veja.
A segurança é a prioridade	Argumento fundamentado em uma perspectiva do Brasil como um espaço de violência.
Adversários cúmplices de criminosos	Conclusão a partir da premissa na premissa de que o projeto de Haddad e Manuela é soltar o Lula da cadeia.
Adversários defensores de criminosos	Conclusão a partir da premissa na premissa de que o PSDB, Alkimin e Maria do Rosário querem proteger menores infratores.
Adversários estão desesperados	Conclusão a partir da premissa de que adversários espalham mentiras para tentar se manter no poder de qualquer forma.
Adversários querem censurar quem pensa diferente.	Tenta sustentar a tese destacando que os adversários se inspiram em países onde existe a censura.
PSDB é PT são iguais	Conclusão a partir da premissa de que a narrativa de divisão política entre esquerda e direita sempre foi uma farsa.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.

Anexo 16. Lista de Falácias identificadas.

Nome	Recorrência (Qtd.)	Representatividade (%)
<i>Ad populum</i>	33	31,4%
<i>Ad hominem</i>	15	14,3%
Apelo à opinião comum	11	10,5%
Espantalho	10	9,5%
Sem referência a um argumento	6	5,7%
informação incompleta	5	4,8%
Falso dilema	4	3,8%
<i>No sequitur</i>	4	3,8%
Supressão de dados	4	3,8%
Apelo ao medo	3	2,9%
Apelo à compaixão	2	1,9%
Poço envenenado	2	1,9%
Apelo à autoridade	2	1,9%
Pergunta complexa	1	1,0%
Provincianismo	1	1,0%

Analogia	1	1,0%
Da pessoa que	1	1,0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos *tweets* emitidos por Jair Messias Bolsonaro.