



Uma Análise do Discurso Político de Bolsonaro que Contribuiu para a Chegada da Extrema-Direita Brasileira ao Poder

Camila da Costa Bento

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Estudos Lusófonos
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Professor Doutor Paulo Osório

Setembro de 2020

Dedicatória

Ao meu avô Nino, a pessoa que me ensinou a amar.

Ao meu pai Valdemir, a pessoa que me ensinou a lutar.

Agradecimentos

Agradeço aos meus amigos, sem os quais a jornada longe de casa teria sido muito mais penosa, por tantas vezes terem sido minha companhia mesmo à distância em longas chamadas telefônicas. Natália, Ivi, Stella, Cibele, Bia e Diego, obrigada pelos ouvidos sempre prontos e as risadas que viraram pontes entre o frio português e o calor brasileiro. Natália, obrigada por ter lido sempre meus textos, por ter sido minha revisora não remunerada por dois anos. Obrigada!!!

Agradeço à minha família que tantas vezes foi meu braço longe de casa, ajudando para que eu pudesse viver essa experiência. Em especial à minha irmã Karina que nunca mediu esforços na procura por livros na minha estante e me mandar fotos e mais fotos de páginas enquanto escrevia, em desespero, meus artigos.

Agradeço aos amigos que fiz do outro lado do oceano. Brasileiros, angolanos, portugueses, cada um com suas particularidades linguísticas... Coisa linda de se ver. Obrigada Marta, por todos os cafés e acolhimento, conversas e trocas!!!

Obrigada ao meu orientador, Prof. Paulo Osório, pela atenção dedicada sempre de forma rápida e amistosa. Foi um prazer trabalhar com uma pessoa tão aberta, flexível e dedicada, que conseguiu me dar tamanho suporte mesmo diante das adversidades da distância e da pandemia.

Agradeço a pessoa que conviveu comigo 24 horas por dia durante esses dois anos de dedicação exclusiva ao mestrado. Alex, obrigada pela paciência, parceria, amor e cumplicidade.

Obrigada a todos os professores que fizeram parte da minha jornada como aluna, desde a pré-escola. Sem pessoas que dedicam a vida a ensinar, o mundo seria muito mais difícil.

Resumo

No presente estudo, analisamos a organização dos aspectos ideológicos da extrema-direita brasileira apresentada no discurso eleitoral de Jair Messias Bolsonaro (PSL). Considerando que a campanha do candidato foi ancorada pelo resgate dos valores conservadores no qual se estrutura a sociedade brasileira e que sua vitória produziu mudanças no cenário político do país das últimas décadas, nos propomos a observar quais as estratégias enunciativas que foram adotadas na conquista do eleitorado.

Para tanto, estudamos os enunciados publicados na página do Facebook do então candidato, entre os dias 31 de agosto e 28 de outubro de 2018 (período que compreende o prazo oficial da campanha presidencial), a fim de verificar como as articulações simbólicas deste campo foram empregadas como estratégia da propaganda política bolsonarista.

Palavras-chave: Discurso político, Bolsonaro, Extrema-direita brasileira, Eleições 2018.

Abstract

In the present study we will analyze the organization of the Brazilian's far-right ideological aspects presented in the electoral discourse of Jair Messias Bolsonaro (PSL). Taking into consideration that candidate's campaign was anchored by the rescue of the conservative values in which Brazilian society is structured and his victory produced changes in the country's political scenario of the last decades, we propose to observe which enunciative strategies were adopted in winning the electorate.

Our corpus is composed by the statements published on the candidate's page on Facebook between August 31 and October 28, 2018 (period of time between the start and end of the election campaign), in order to verify how the symbolic articulations of this field were used by Bolsonaro as a propaganda strategy.

Keywords: Political discourse, Bolsonaro, Brazilian far-right, Elections 2018.

Índice

Introdução	1
1. A Análise do Discurso e o Campo da Linguística	5
2. Sujeito, Sentido e Ideologia	9
3. Discurso e Poder	15
3.1 A Análise do Discurso no Cenário Político	20
3.2 Discurso e Legitimação	26
4. Metamorfose do Discurso Político	32
4.1 A midiática da Política	36
4.2 Novas Mídias e as Eleições no Brasil	44
4.2.1 Formação Ideológica da Extrema Direita Brasileira	45
4.2.2 Processo de Crise e a Mídia Eleitoral	50
5. Discurso Bolsonarista Sob Análise	59
5.1 Enquadramento metodológico e constituição do <i>corpus</i>	60
5.2 Bolsonaro e a Extrema-Direita	63
Considerações Finais	82

Introdução

O estudo a seguir tem como objetivo compreender os aspectos ideológicos da extrema-direita brasileira movimentados na produção discursiva do atual presidente da república, Jair Messias Bolsonaro (Partido Social Brasileiro – PSL), enquanto candidato ao cargo em 2018. Após treze anos de uma liderança de agenda progressista, cuja queda esteve envolta em um longo processo de crise política e social, o Brasil viu emergir uma onda de valores ultraconservadores que se materializou com a vitória de Bolsonaro. Tentaremos compreender quais as movimentações simbólicas que foram operadas na propaganda política bolsonarista como ferramenta de legitimação de seu representante. Para tanto, estruturaremos nossa análise a partir dos contributos teóricos da Escola Francesa de Análise do Discurso (AD).

Na AD de linha francesa, a língua ocupa o lugar material onde se dá a produção de sentido. Considerando, na proposta de Pêcheux (2014), que o discurso é estruturado a partir do encontro entre língua e história, o conhecimento da realidade histórica, no qual um discurso está inserido, torna-se ferramenta importante de interpretação dos enunciados a partir da operacionalização dos conceitos de sujeito, sentido, interdiscurso, ideologia e memória discursiva. Nesse sentido, a AD excede os limites da Linguística à medida que não desconsidera os aspectos materiais da língua como sistema formal, mas agrega a esse sistema representável e figurável os aspectos semânticos que constituem a linguagem. Ao falar, um indivíduo não apenas se apropria das unidades e regras formais a que se dedica a Linguística, mas deixa-se interpelar por uma série de outros dizeres já postos que atravessam e dão condição de sentido à sua fala (Souza, 2011).

A partir dessas considerações de âmbito teórico, procuramos compreender o modo como o caráter ideológico do discurso se faz presente nas relações de poder que constituem uma sociedade. Se a ideologia pré-existe ao sujeito, podemos-nos perguntar como se produz a ideologia que circula através do discurso pelo espaço coletivo. Chaui (2008) defende que a ideologia se forma a partir da experiência imediata com o real social processada abstratamente por meio de um sistema de ideias que molda a percepção do indivíduo e cristaliza em “verdade” essa visão distorcida/processada da realidade. Assim, a ideologia substitui o real pela *ideia*, dando ao indivíduo a percepção de autonomia do domínio de seu pensamento¹. A AD de linha francesa denomina esse sistema de ideologias

¹ Assim, “O que ocorre, porém, é o seguinte processo: as diferentes classes sociais representam para si mesmas o seu modo de existência tal como é vivido diretamente por elas, de sorte que as representações ou idéias (todas elas invertidas) diferem segundo as classes e segundo as experiências que cada uma delas tem de sua existência nas relações de produção. No entanto, as idéias dominantes em uma sociedade numa época determinada não são todas as idéias existentes nessa sociedade, mas serão apenas as idéias da classe dominante dessa sociedade nessa época. Ou seja, a maneira pela qual a classe dominante representa a si mesma (sua idéia a respeito de si mesma), representa sua relação com a Natureza, com os demais homens,

que submerge inconscientemente no discurso como “Formação Discursiva” (FD). É por meio da FD que o indivíduo se estabelece no discurso, assumindo a posição de *sujeito* do discurso, interpelado por uma projeção ideológica. A ideologia pode ser entendida aqui, à maneira de Bourdieu (1989), como um produto que serve a interesses particulares que tendem a se apresentar como interesses universais, comuns a todo o grupo.

Bourdieu (1989) argumenta sobre o poder simbólico como um poder de construção da realidade que torna possível a concordância, ou seja, o consenso acerca do mundo social e, por conseguinte, da manutenção da ideologia dominante. É como espaço de produção e de circulação desse poder simbólico que se constitui o campo político que, como *sistema simbólico*, colabora com a difusão ideológica ao mesmo tempo em que atua no reforço de sua legitimação como estrutura dominante. Ora, se é através do Estado que se legitima o poder de agir em nome do coletivo, é nesse espaço que se impõe a luta simbólica, ou seja, uma luta pelo poder, em que seus atores devem elaborar e fixar uma representação de mundo capaz de obter o maior número de adeptos.

É nesse processo de luta por legitimação no espaço social que atua a propaganda política. Dividida em duas situações de comunicação, uma que visa conquista, e outra, manutenção do poder, o discurso político altera-se entre a promessa e a justificativa. Enquanto na primeira o ator político deve defender e promover um projeto de sociedade ideal e convencer a população de que dispõe de meios para realizá-lo e levá-lo até o fim, na segunda, ele deve produzir explicações condizentes com o contrato estabelecido com o eleitorado (Charaudeau, 2016,70). Nesse sentido, podemos considerar que é apenas pelo uso da linguagem que se desenvolve toda a ação política.

A análise que vamos empreender neste trabalho diz respeito à primeira situação de comunicação e, por isso, nosso projeto terá como desafio tentar compreender os recursos simbólicos apresentados pelo candidato na construção de sua imagem como representante dos anseios coletivos. O interesse nesta pesquisa se colocou a partir das especificidades que a candidatura de Bolsonaro apresentou ao cenário político brasileiro. Cristão, homem de família e patriota autodeclarado, Bolsonaro foi o primeiro militar, desde o fim da ditadura em 1985, a assumir o cargo máximo do poder Executivo no Brasil, rompendo também com a tradicional disputa entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). O capitão reformado foi eleito no segundo turno das eleições com 10, 7 milhões² de votos a mais que seu principal oponente

com a sobre-natureza (deuses), com o Estado, etc., tornar-se-á a maneira pela qual todos os membros dessa sociedade irão pensar” (Chauí, 2008, 35).

² Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Fernando Haddad (PT) e um dos menores custos de campanha declarado entre todos os candidatos³.

Sob o slogan “BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE TODOS”, o representante da extrema-direita, que nunca ocupou um cargo no centro do poder nacional - o que o torna um caso único na presidência do país - articulou seu marketing político a partir das redes sociais. Ainda que pouco conhecido, saído de uma posição no chamado “baixo clero” da Câmara dos Deputados, a popularidade de Bolsonaro começou a crescer conforme a imagem da esquerda perdia credibilidade no interior da esfera social. Se a postura agressiva, a falta de apoio e estrutura partidária e as declarações preconceituosas e extremadas faziam com que a figura de Bolsonaro não fosse sequer considerada uma ameaça eleitoral, o crescente antipetismo, a insatisfação com a velha política e o conservadorismo emergente parecem aos poucos ter encontrado no ex-deputado federal a imagem de um líder. Com uma folgada vantagem de apoiantes na internet, Bolsonaro evitou o contato direto com a mídia tradicional e a participação em debates políticos, selecionando, assim, o público a quem se dirigiria, a partir de uma estratégia de afinidade ideológica (Almeida, 2019). Ao justificar a impossibilidade de participação nos programas televisivos, por ter sido vítima de uma facada em um atentado apenas seis dias após o início do período eleitoral, o candidato conduziu sua campanha quase que exclusivamente pela web.

Diante das especificidades do marketing político bolsonarista, julgamos ser necessário analisar, ainda que brevemente, o papel dos meios de comunicação como mediadores entre a instância política e a cidadã. Daremos, deste modo, especial atenção às novas mídias como ferramenta de interação direta entre candidatos e eleitores, uma vez que os novos recursos digitais como instrumento de propaganda eleitoral não apenas operaram mudanças consideráveis na forma de recepção desse discurso, como também formataram o processo de produção discursiva de seus atores.

Ademais, por aceitar que não é possível tomar o discurso que se constitui no campo político e que circula na sociedade independente dos contextos históricos e sociais de produção (Piovezani, 2009, 171), devemos considerar para este estudo, não apenas o processo de crise instaurado na arena política e social do Brasil dos últimos anos - que, como consequência, culminou na derrubada do governo de esquerda em 2016 e promoveu um campo fértil para o resgate dos valores ultraconservadores -, mas também o histórico ditatorial recente pelo qual o país passou. O regime militar, muitas vezes apoiado pelo candidato do PSL, parece ter sido um dos principais momentos históricos que

³ De acordo com a prestação de contas publicada pelo TSE, Bolsonaro (PSL) gastou na campanha R\$ 2,4 milhões contra R\$ 33,6 milhões de Haddad (PT).

promoveram a unificação e o fortalecimento dos valores culturais da direita brasileira (Kaysel, 2015).

Por fim, o *corpus* de pesquisa será constituído a partir das publicações feitas pelo candidato em sua página oficial no Facebook⁴ entre os dias 31 de agosto e 27 de outubro de 2018 (período oficial da campanha presidencial). Uma vez que pretendemos compreender os aspectos semânticos da linguagem de Bolsonaro, a análise se restringirá aos materiais textuais e audiovisuais, cujo sujeito enunciativo seja o candidato. Fica, assim, excluído, nesse sentido, *memes* ou qualquer material de apoio ideológico publicados na referida página.

A dissertação encontra-se escrita na variedade do Português do Brasil, segundo a nova grafia ratificada pelo Estado Brasileiro.

⁴ Rede na qual o candidato movimentou o maior número de apoiadores, segundo pesquisa *Datafolha* publicada em 03 de outubro de 2018 no site G1.

1. A Análise do Discurso e o Campo da Linguística

Ao estudar as contribuições da Análise do Discurso (AD) no campo político se faz necessário uma breve contextualização de sua fundamentação teórica como disciplina inserida no domínio da linguagem, cujos estudos até à primeira metade do século XX tiveram seus esforços centrados nas competências linguísticas e comunicativas, excluindo, de certo modo, o papel do sentido e das condições de produção, do sujeito e da história (Piovezani, 2009, 161)⁵. Nesse sentido, a segunda metade do século XX foi marcada, segundo Piovezani (2009), por novas perspectivas teóricas desenvolvidas a partir das produções científicas anteriores, mas que ao mesmo tempo visavam preencher as lacunas e retificar as falhas da Linguística:

Os postulados de Saussure haviam possibilitado focalizar o funcionamento linguístico e não mais somente a função da fala, [...] em contrapartida, esses mesmos princípios estruturalistas não poderiam ser aplicados indistintivamente à produção de sentidos na sociedade (Piovezani, 2009, 162).

No contexto histórico, a Análise do Discurso, fundada na década de 1960 por M. Pêcheux na França, foi influenciada pelo engajamento político que reclamava a inclusão do ideológico no campo da linguagem (Marques, 2014, 438). Entusiasmado pelas teorias marxistas, Pêcheux que desenvolve e aprofunda as reflexões de Althusser⁶, contraria as teorias da linguagem vigentes na época ao reivindicar a presença da história na Linguística, fazendo com que a ideologia seja determinante de sentido: “[...] a AD nasce nesse percurso e, doravante, instaura-se a possibilidade de inclusão das relações ideológicas de classe na leitura de textos” (Marques, 2013, 348).

Nas palavras de Orlandi (2012, 15), o desenvolvimento da AD parece ter sido impulsionado pelos acontecimentos políticos da década de 60. O autor ressalta as influências impostas por fatores como o contexto da Guerra Fria; as questões postas pela relação entre esquerda e direita; e a política praticada na relação entre USA e a URSS como responsáveis pela crise da esquerda, crise, que por sua vez, promoveu os questionamentos que dariam sustentação à produção da AD desenvolvida por Pêcheux.

Associada aos movimentos de ideias sobre o sujeito, a ideologia e a língua, a singularidade da AD é marcada por pensar a relação da língua com a ideologia, tratando a

⁵ O autor menciona as produções de Hymes, Chomsky e Saussure, destacando o último como maior responsável pela opção da *langue* em detrimento da *parole* nos estudos linguísticos que precederam a Análise do Discurso.

⁶ Na obra *Aparelhos Ideológicos de Estado* publicada em 1967, o filósofo marxista debate a presença e o funcionamento da ideologia na sociedade.

questão discursiva por meio da conjuntura histórica e dos modos de assujeitamento (Orlandi, 2012, 47).

Maingueneau (2015) explica que, embora seja a França um dos principais lugares de desenvolvimento da AD, pelo pioneirismo na definição de sua nomenclatura como um empreendimento ao mesmo tempo teórico e metodológico apoiado no estruturalismo, ainda nos anos 60 as problemáticas que envolviam a disciplina não eram unificadas. Enquanto nos Estados Unidos, o estudo do discurso foi alimentado por correntes diversas, sobretudo pela etnografia da comunicação, muito próxima da antropologia e da análise conversacional, as teorias pós-estruturalistas de M. Foucault e E. Laclau também avançavam com seus contributos (Maingueneau, 2015, 17).

Ainda no que diz respeito aos diferentes campos de estudo que envolveram a AD, Marques (2013) ressalta o papel de Jean Dubois como cofundador da disciplina ao lado de Pêcheux, se afastando desse último, no entanto, por sua preocupação com a lexicografia. Piovezani e Sargentini (2018) parecem compactuar com a ideia que a AD não é fruto de um único ato fundador, mas o resultado da (re)formulação e renovação de teorias do passado.

Para Pêcheux (2014), os mecanismos linguísticos também constituem um pano de fundo de questões filosóficas:

Dizemos que esses dois elementos (a um só tempo, fenômenos linguísticos e lugares de questões filosóficas) pertencem à região da articulação da Linguística com a teoria histórica dos processos ideológicos e científicos, que, por sua vez, é parte da ciência das formações sociais: o sistema da língua e, de fato, o mesmo para o materialista e para o idealista (Pêcheux, 2014, 81).

O autor ressalta que as questões de semântica com que a Linguística se depara constituem um retorno às origens de uma ciência da qual ela teve de se separar “para se tornar o que é nessa mesma ciência”. Nesse sentido, o filósofo estabelece uma crítica quanto às teorias que propõem a separação entre os processos conceituais-científicos e os nocionais-ideológicos existentes no domínio da linguagem (Pêcheux, 2014, 77).

O empreendimento epistemológico de Pêcheux propunha, de acordo com Piovezani e Sargentini (2018, 15), uma desterritorialização e uma articulação disciplinar entre os campos de saber instituídos pela linguística e pelas ciências sociais, no interior das quais foram apontadas insuficiências quando analisadas como territórios independentes. Piovezani e Sargentini defendem que tal articulação fez emergir um domínio teórico em que a língua, o sujeito, a história e o sentido são concebidos no interior das relações sociais de maneira indissociável.

Conforme Orlandi (2012, 15), a AD proposta por Pêcheux se posiciona entre a sociolinguística, a linguística, a pragmática e a teoria da enunciação, que conserva em

torno do corte saussuriano a ideia de singularidade do sujeito na língua, assim como a relação entre língua e ideologia, considerando o inconsciente e “abordando os pontos decisivos do materialismo histórico: a questão do Estado, da prática política e da psicanálise”.

O materialismo a que se refere a teoria de Pêcheux diz respeito, segundo Orlandi (2012, 83), à materialidade da língua e da história, sendo a língua o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido. Em outras palavras, trata-se de estudar a língua como matéria ou objetos representáveis e figuráveis que contribuem para a materialização do sentido e da ideologia. Courtine (2009, 11) sintetiza o conceito, ressaltando que o discurso deve ser entendido como uma das formas materiais da memória histórica.

Sendo assim, a intervenção da filosofia materialista na ciência linguística consiste em fazer com que a Linguística opere “em seu próprio domínio e sobre seus próprios “objetos”, por meio de sua relação com objetos de um outro domínio científico: a ciência das formações sociais”. (Pêcheux, 2014, 80).

A inclinação para as questões filosóficas presentes no cenário social e político, embalada pela publicação de *Arqueologia do Saber* de Foucault em 1969, obra que fundamentou a relação entre história e poder no discurso, foram fatores que influenciaram as primeiras propostas de Pêcheux ao tentar desenvolver uma análise que pudesse resolver questões pertinentes, tanto ao campo político-ideológico, quanto ao campo científico (Marques, 2013, 439).

No que diz respeito às teorias propostas por Foucault, Maingueneau ressalta que o discurso não é apresentado como um território limitado, mas como um espaço incerto entre dois maciços, no ponto onde se desfazem os laços anteriormente instituídos entre as palavras e as coisas, entre a linguagem e o mundo: “A proliferação incontrolável da noção de discurso aparece como o sintoma de uma abertura, nas últimas décadas do século XX, desse espaço incerto” (Maingueneau, 2015, 31).

Uma vez tendo traçado de maneira breve as condições históricas que atuaram como facilitadoras da promoção da AD no domínio da linguagem, devemos considerar, como propõe Maingueneau (2015), que mudanças sociais e históricas como a terceirização crescente da economia e o desenvolvimento dos meios de comunicação pós-internet, aumentaram as técnicas de interações verbais e produção de signos, fazendo com que os contributos teóricos que abarcam a AD sejam constantemente renovados. Esse fenômeno de transformação teórica e metodológica ficou evidente na evolução dos trabalhos de Pêcheux:

As modificações do objeto de análise já havia imposto transformações teóricas e metodológicas: já era o tempo da "heterogeneidade", da busca por novas vias, distanciando-se de uma vulgata do marxismo althusseriano, de novas "materialidades

discursivas", da emergência das noções de *memória discursiva*, de *acontecimento discursivo* etc. (Piovezani Filho, 2007, 114).

Courtine (2009, 14) parece compactuar com a ideia de que é essencial compreendermos o trabalho de Pêcheux e conhecer os contributos de Foucault, mas sem que essas abordagens sejam repetidas infinitamente, uma vez que as próprias condições históricas que a pautaram no passado não existem mais. Basta para nosso objetivo até aqui, compreender de que forma se estabelece a relação entre a AD e a Linguística e de que maneira a linha de pesquisa francesa protagonizada por Pêcheux pensou o papel da língua como elemento material de um discurso político que não é isento de ideologia.

2. Sujeito, Sentido e Ideologia

Em *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* publicado, pela primeira vez, na década de 1970, Pêcheux afirma que “todo processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classe”. Ao considerarmos tal enunciado sob as lentes de nossos tempos, o conceito de “ideologia de classe” pode parecer ultrapassado por uma realidade onde as lutas de classes já não mais existem (Courtine, 2009). Entretanto, por meio de um revisionismo teórico, podemos tentar compreender a ideologia como um contributo epistemológico da linha francesa que, segundo a interpretação de Braga (2011), representa a “anterioridade discursiva que constitui o sujeito”. De modo análogo, Pêcheux propõe uma teoria não subjetivista da subjetividade com a separação entre o pensamento e o objeto de pensamento, que é pré-existente ao sujeito. O autor ressalta que as ideologias não tem sua origem no sujeito, mas são elas que “constituem os indivíduos em sujeito”:

[...] o funcionamento da Ideologia em geral como interpelação dos indivíduos em sujeitos (e, especificamente, em sujeitos de seu discurso) se realiza através do complexo das formações ideológicas (e, especificamente, através do interdiscurso intrincado nesse complexo) e fornece “a cada sujeito” sua “realidade”, enquanto sistema de evidências e de significações percebidas – aceitas – experimentadas (Pêcheux, 2014, 149).

Nasce assim, com a Escola Francesa, a ideia de sujeito, antes ignorada pela linguística, como um indivíduo ligado aos conceitos de língua e ideologia (Souza, 2011). Nessa relação, o discurso atua como forma material da ideologia e da língua, por sua vez, como materialidade específica do discurso.

Assim, segundo Souza, na AD, a fala, mais do que ser uma manifestação do sistema da língua, é um evento discursivo, uma vez que o indivíduo que fala não apenas se apropria da língua em suas unidades e regras formais - como apregoa a Linguística - mas deixa-se interpelar por formas linguísticas “em uma série de ocorrências de dizeres cuja historicidade, ou maneira de fazer sentido, define o discurso em suas condições de possibilidade e em sua forma material de linguagem” (2011, 17). Compreende-se que, ao falar, o sujeito sempre adere a uma formação discursiva (FD) que determina o que pode e deve ser dito de acordo com as ideologias que submergem inconscientemente o discurso, não havendo forma de se estabelecer no discurso sem constituir-se numa posição-sujeito, ou seja, sem se inscrever em uma FD que represente uma projeção ideológica (Orlandi, 2012, 55).

Poderíamos nos questionar como são produzidas as ideologias que pré-existem ao discurso. Marilena Chauí (2008) explica que a ideologia se forma a partir da experiência imediata dos dados da vida social, construindo abstratamente um sistema de ideias ou representações sobre a realidade. Em outras palavras, a autora sugere que a ideologia é a

forma imaginária de interpretar as relações naturais e sociais do indivíduo com o mundo real:

Não se trata de supor que há, de um lado, a “coisa” física ou material e, de outro, a “coisa” como ideia ou significação. Não há, de um lado, a coisa em-si, e, de outro lado, a coisa para-nós, mas um entrelaçamento do físico-material e da significação, a unidade de um ser e de seu sentido, fazendo com que aquilo que chamamos “coisa” seja sempre um campo significativo. [...] São formas de nossas relações com a natureza mediadas por nossas relações sociais, são seres culturais, campos de significação variados no tempo e no espaço, dependentes de nossa sociedade, de nossa classe social, de nossa posição na divisão social do trabalho, dos investimentos simbólicos que cada cultura imprime a si mesma através das coisas e dos homens. Isto, porém, não implica em afirmar o oposto, isto é, se o real não é constituído de coisas, então será constituído por ideias ou por nossas representações das coisas. Se fizermos tal afirmação, estaríamos na ideologia em estado puro, pois para esta última a realidade é constituída por ideias, das quais as coisas seriam uma espécie de receptáculo ou de encarnação provisória (2008, 21).

Nesse sentido, compreende-se que, ao dizer algo, tanto o sujeito, quanto o sentido já estão determinados pelo cruzamento entre a língua e a história a partir de uma identificação involuntária ou inconsciente com determinada formação ideológica (Souza, 2011, 63). As palavras, expressões e preposições não possuem sentidos fixos, mas mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, ou seja, elas adquirem seu sentido em referência às suas formações ideológicas: “Os indivíduos são “interpelados” em sujeitos de seus discursos pelas formações discursivas que representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (Pêcheux, 2014, 146).

Para a AD, todo discurso está em constante relação com um discurso predominante, fazendo com que um enunciado acabe sempre por suscitar outro, constituindo, assim, o que Pêcheux (idem) denominou como interdiscurso⁷. Dessa forma, o sujeito da linguagem não é o sujeito em si, pois se apropria de uma linguagem dita social, ou seja, o sujeito não é a fonte responsável do sentido que produz, mas sim parte do processo (Braga, 2011)⁸.

Entretanto, para que aconteça essa interpelação do indivíduo em sujeito de um discursivo, Pêcheux (2014) propõe que o falante não pode reconhecer sua subordinação ou seu assujeitamento ao discurso do outro, uma vez que essa subordinação se dá “*sob a forma de autonomia*”. Se, como dissemos, o complexo de formações ideológicas fornece -

⁷ Nas palavras de Pêcheux, “Esse ‘todo complexo com dominante’ das formações discursivas, esclarecendo que também ele é submetido à lei de desigualdade-contradição-subordinação que, como dissemos, caracteriza o complexo das formações ideológicas” (2014, 149).

⁸ Os postulados de Foucault parecem-nos ter seguido a mesma direção quanto à origem ou autoria do discurso. Ainda que suas bases teóricas estejam mais direcionadas às engrenagens sociais de poder, em *A Ordem do Discurso*, Foucault entende o autor, não como o indivíduo falante, mas como princípio de agrupamento do discurso e como origem de sua significação (1996, 26).

por meio do interdiscurso - a cada sujeito sua “realidade”, o imaginário do sujeito⁹ necessita se reconhecer como fonte autônoma do que produz (Pêcheux, 2014). Podemos, portanto, compreender que todo discurso é produzido sobre algo já dito¹⁰, sendo o dizer um ato de interpretação, uma tomada de posição em relação a uma memória constitutiva que chamamos de interdiscurso:

Quando interpretamos, interpretamos com sentidos já postos, evidentes, e nem sabemos como eles se formam em nós. Estão lá. Disponíveis. Fazem parte da nossa memória, nosso “saber” discursivo. Desde que ouvimos algo, esses sentidos estão lá prontos para “significarem” (Orlandi, 2012, 148).

Souza explica que, na AD proposta por Pêcheux, é o esquecimento o que torna possível que o sujeito fale como se fosse a origem de si e do sentido do que diz: “É que, ao dizer, ele esquece aquilo que o falante na ordem do discurso¹¹, pela voz de Michel Foucault, não consegue esquecer, isto é, o fato de que ele mesmo e o sentido do que diz vêm de uma ordem que fala antes e o interpela como uma intervenção judicial” (2011, 46). De maneira análoga, Orlandi atenta para o fato de que não há dizer que para fazer sentido não se inscreva na memória ou que não se faça a partir da repetição. Tudo parece, pois, estar ligado com a relação entre acontecimento e memória.

Assim, segundo Orlandi, devemos considerar a memória como feita de esquecimentos, de silêncios e de sentidos não ditos. A autora explica que o processo de inscrição do acontecimento no espaço da memória é frágil e pode ocorrer de duas formas: 1) o acontecimento que não chega a se inscrever na memória; 2) o acontecimento que é absorvido como se não tivesse ocorrido. Desse modo, a memória não pode ser concebida como uma esfera plana, onde o conteúdo seja acumulado como numa espécie de reservatório; mas, se expressa no discurso, como algo que surge como acontecimento e vem reestabelecer implícitos “[...] (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, discursos transversos, elementos citados e relatados etc.) de que sua leitura necessita.” (Orlandi, 2012, 63). Podemos dizer que é por meio dessa relação com a memória que se constrói e reconstrói os sentidos no interior de práticas sociais determinadas. Essa construção, segundo Maingueneau (2015), é feita por indivíduos inseridos em configurações sociais de diversos níveis.

⁹ Ao que Pêcheux (2014, 149) classifica como *EGO*: “lá onde se constitui para o sujeito a relação imaginária com a realidade”.

¹⁰ Conceito de “pré-construído” desenvolvido por Pêcheux, cuja característica essencial é a “separação entre pensamento e objeto de pensamento, com a preexistência desse último” (2014, 93).

¹¹ Foucault sobre a ordem do discurso: “[...]suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (1996, 8-9).

Desse modo, o texto é um “cruzamento de teias”, em que cada sujeito é responsável pela composição de uma parte; cada sujeito é enunciador de um pedaço de um mesmo discurso, cujos elementos discursivos podem se constituir e se deslocar historicamente, ao mesmo tempo em que elementos de outra formação discursiva podem ser metaforizados de uma para outra FD, fazendo com que as referências discursivas possam se transformar ao longo do tempo ou da situação (Orlandi, 2012, 67). Em outras palavras, devemos considerar que, como explica a autora, na repetição histórica, há deslocamentos, retomados e esquecimentos, deslizos para outro lugar de sentido, ou seja, um novo gesto de interpretação, sendo a memória discursiva, ao retomar um acontecimento, um novo evento constituinte de novos significantes.

Para a AD, todo o enunciado é constituído por pontos de deriva, podendo deslizar para outro, diferente de si mesmo, produzindo assim diferentes sentidos para diferentes sujeitos e situações. Esse espaço complexo onde se forma o interdiscurso é responsável, segundo Pêcheux (2014, 149), pelo fato dele estar submetido a uma lei de desigualdade-contradição-subordinação que caracteriza as formações ideológicas.

Por fim, podemos dizer acerca do sujeito que, de acordo com a definição de Cazarin, é ele, mais a complementação do outro, mais o inconsciente: “Nesse “outro”, inclui-se não só o destinatário, mas também a voz de “outros” discursos, historicamente já constituídos que se encontram no nível do interdiscurso” (1999,6).

Em outras palavras, não é possível conceber o sujeito sem considerar a ideologia, ou a ideologia sem a materialidade histórica e os processos de vida social e política (Orlandi, 2012, 85). Sendo o discurso, por sua vez, uma prática simbólica que se inscreve na história e se modifica na medida em que se produz no interior de diferentes campos discursivos ao se confrontarem com outros dizeres que ali circulam (Piovezani, 2009, 152), o sentido pode ser entendido como o efeito de significações produzido por cada sujeito ao se inscrever em determinada posição ou tomada de decisão discursiva (Braga, 2011).

É orientada sob a relação entre produção de sentido e a tomada de posição do sujeito que parece atuar o que Althusser (1985) designou como “Aparelho Ideológico de Estado”¹², teoria que orientou os trabalhos de Pêcheux, no que diz respeito à disseminação da ideologia dominante:

Podemos, de agora em diante dar mais um passo no estudo das condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção dizendo que essas condições contraditórias são constituídas, em um momento histórico dado, e para uma formação social dada, pelo conjunto complexo de aparelhos ideológicos de Estado que essa formação social comporta. Digamos bem, conjunto complexo, isto é, com relação de contradição-desigualdade-subordinação entre seus “elementos”, e não uma simples lista de elementos: na verdade, seria absurdo pensar que, na conjuntura dada, todos os

¹² Inspirado pela teoria marxista, Althusser identifica instituições que atuam como espaço onde as condições ideológicas são produzidas e transformadas. São eles: religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, de informação e cultural (1985, 68).

aparelhos ideológicos de Estado contribuem de maneira igual para a reprodução das relações de produção e para sua transformação (Pêcheux, 2014, 132).

Compreende-se, nesse sentido, que a ideologia funciona como um instrumento de dominação, uma vez que, no sentido marxista adotado pela AD, através do Estado, a classe dominante monta um aparelho de coerção e de repressão social que lhe permite exercer o poder sobre toda a sociedade, fazendo com que ela se submeta às regras políticas (Chauí, 2008).

De maneira resumida, podemos dizer que os indivíduos adotam comportamentos ou participam de práticas regulamentadas por determinado aparelho ideológico, do qual “dependem” as ideias com as quais ele se identifica de acordo com a sua concepção imaginária da realidade. São esses aparelhos que garantem, em grande parte, a relação de produção da ideologia dominante (Althusser, 1985, 86). Sendo a ideologia um produto coletivo e coletivamente apropriado segundo Bourdieu¹³, elas servem a interesses particulares que tendem a se apresentar como interesses universais ou coletivos:

A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções (Bourdieu, 1989, 10).

Aqui consideramos, como propõe Bourdieu (1989), as relações de comunicação como relações de poder, que, por meio de seus instrumentos de comunicação e de conhecimento, cumprem a sua função política de imposição ou de legitimação da dominação, como veremos adiante. Obviamente não é nosso intuito nos determos demoradamente sobre essas questões. Interessa-nos, no entanto, ao contextualizar os postulados da Escola Francesa quanto à interpelação do sujeito pela ideologia, compreender de que forma os veículos de informação modernos podem atuar como instrumento de reprodução ideológica da classe política, ou, como propõe Orlandi (2012), analisar as novas formas de assujeitamento.

Ainda que, para AD, o sujeito seja destituído de escolhas e/ou intenções - uma vez que, devido à natureza inconsciente da determinação ideológica, o sujeito não percebe a vinculação de seu discurso a essa forma-sujeito (Cazarin, 1999, 6) -, devemos considerar que, como atenta Piovezani (2009, 149), há uma falaciosa crença na absoluta passividade da recepção do discurso no âmbito político, ou, de que os indivíduos comuns têm apenas o

¹³ Bourdieu (1989) aborda as relações informais de poder produzidas de maneira invisível ou eufemizada por instrumentos simbólicos (meios de comunicação, língua, cultura, religião) e que contribuem para a violência simbólica exercida pelos agentes da classe dominante.

direito de escuta. O autor pondera que as reações ao discurso político o influenciam de maneira decisiva.

Parece ser sob essa necessidade constante de reforço e legitimação ideológica do discurso dominante que se constrói a propaganda política ou as novas formas de assujeitamento que, em nosso caso, será observado por meio da mídia como difusora do que Orlandi chama de Língua do Estado ou nas palavras da autora: “O que estamos chamando de Língua de Estado [...] é o modo pela qual ele dá sentido a si mesmo. Num gesto político e que, no caso da propaganda, tem a mídia como meio” (2012, 107).

3. Discurso e Poder

Enquanto a natureza política do discurso em Pêcheux foi majoritariamente pensada sob a perspectiva ideológica da luta de classes, em Foucault estabelece-se a relação entre discurso e poder na sociedade de maneira mais ampla (Fairclough, 2001). Para Foucault, o poder está implícito em todas as esferas sociais e práticas cotidianas, sendo o próprio discurso, o poder que se pretende obter:

[...] o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que se manifesta (ou oculta) o desejo; é também, aquilo que é objeto do desejo; e visto que – isso a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (Foucault, 1996, 10)

Nesse sentido, poderíamos conceber o poder de forma ampla, como o fez Charaudeau (2016, 14), como uma situação que permite que alguém decida ou altere “alguma coisa na ordem do mundo” por meio de uma relação coercitiva entre um dominante que goza de legitimidade e um dominado. Assim, se desconsiderarmos as formas de coerção exercidas por meio da força física, verifica-se que todo o processo de dominação se dá através da linguagem, logo o que parece estar em jogo é o controle discursivo por meio do qual a ideologia dominante vale-se para a conquista e manutenção do poder. Podemos compreender a fala de Pêcheux (2014, 84) quanto às contradições ideológicas que se desenvolvem através da unidade da língua na medida em que se inscrevem em relações ideológicas de classes.

Ao se debruçar sobre a hipótese de que em toda a sociedade a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por procedimentos que têm por função conjurar seus poderes, Foucault elenca alguns procedimentos de controle discursivo que se estruturam a partir exclusões, interdições, rejeições ou oposições, todos expostos à interferência de interditos e submetidos à seleção e à dominação presente em todos os níveis sociais: “Enfim, em escala muito mais ampla, é preciso reconhecer grandes planos no que poderíamos denominar a apropriação social dos discursos” (1996, 43).

Ainda quanto à ordem do discurso, de maneira semelhante ao que Pêcheux desenvolveu sob o sintagma de interdiscurso, Foucault chama atenção para os discursos que estão na origem de “certo número de atos novos que o retomam”. São esses discursos que apresentam, segundo o autor, certo prestígio e que, de alguma maneira, exercem seu próprio controle:

[...] os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer. Nós os conhecemos em nosso sistema de cultura: são os textos religiosos, ou jurídicos, são também esses textos curiosos, quando se

considera seu estatuto, e que chamamos de “literários”; em certa medida textos científicos (1996, 22).

Por conseguinte, o autor explica que o controle discursivo não seleciona apenas o conteúdo dos enunciados, como também atua sobre o sujeito que fala: “ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo. [...] nem todas as regiões do discurso são igualmente abertas e penetráveis” (Foucault, 1996, 37). Em outras palavras, podemos dizer que há um sistema histórico regulador, impondo-se às falas públicas e particulares de todas as épocas, que possibilita ou restringe alguns dizeres, ao mesmo tempo em que impõe e interdita tantos outros¹⁴ (Piovezani, 2009, 130).

Fairclough (2001, 35), tendo como base os legados de Foucault quanto à ordem do discurso, leva em consideração a maneira como as relações de poder moldam as práticas discursivas e atenta para as relações assimétricas de poder na sociedade. Tal assimetria é justificada pelo reconhecimento de autoridade de determinado grupo ou instituição social, fazendo com que as relações sejam balizadas por uma contradição de força entre pessoas com poderes institucionais desiguais.

Desse modo, as instituições sustentam e legitimam o discurso, permitindo que alguns discursos estejam em posição de prestígio na estrutura social, enquanto outras formações discursivas estão em uma condição desprivilegiada de poder, em razão da falta de amparo institucional. O autor acrescenta que a assimetria de poder vale-se também dos gêneros, ou seja, do uso em determinada prática social¹⁵.

Nas palavras de Fairclough:

Além disso, a prática discursiva, a produção, a distribuição e o consumo (como também a interpretação) de textos são uma faceta da luta hegemônica que contribui em graus variados para a reprodução ou a transformação não apenas da ordem de discurso existente (por exemplo, mediante a maneira como os textos e as convenções prévias são articulados na produção textual), mas também das relações sociais e assimétricas existentes (2001, 124)

Sendo a sociedade civil o lugar onde essas instituições são pensadas e interpretadas por meio de ideias “jurídicas, pedagógicas, morais, religiosas, científicas, filosóficas, artísticas, políticas”, é nela que se produz, segundo Chauí, uma condição de luta de classes¹⁶, onde a classe dominante lança mão de procedimentos institucionais para manter a dominação:

¹⁴ Esse sistema regulador é designado na obra de Foucault como “ordem do discurso”.

¹⁵ Fairclough (2001) utiliza-se de vários exemplos de assimetria para expressar a relação de poder existente nas práticas sociais. São eles: médico, paciente; professor, aluno; policial, inquerido; etc.

¹⁶ Chauí (2008) entende como luta de classes não apenas o confronto armado, mas todos os procedimentos institucionais, políticos, policiais, legais e ilegais de que a classe dominante faz utilização para manter a

Em outras palavras, a ideologia nasce para fazer com que os homens creiam que suas vidas são o que são em decorrência da ação de certas entidades (a Natureza, os deuses ou Deus, a Razão ou a Ciência, a Sociedade, o Estado) que existem em si e por si e às quais é legítimo e legal que se submetam. Ora, como a experiência vivida imediata e a alienação confirmam tais ideias, a ideologia simplesmente cristaliza em “verdades” a visão invertida do real. Seu papel é fazer com que no lugar dos dominantes apareçam ideias “verdadeiras”. Seu papel também é o de fazer com que os homens creiam que tais ideias representam efetivamente a realidade. E, enfim, também é seu papel fazer com que os homens creiam que essas ideias são autônomas (não dependem de ninguém) e que representam realidades autônomas (não foram feitas por ninguém) (2008, 80).

Nessa relação desigual de força entre poderosos e dominados, parece atuar de maneira quase imperceptível o que Bourdieu (1989) designou como poder simbólico, onde a classe dominante luta pela hierarquia dos princípios de hierarquização por meio de um trabalho de dissimulação que visa impor a definição do mundo social conforme os seus interesses. Desse modo, instrumentos de comunicação e de conhecimento cumprem uma função política de imposição ou de legitimação da dominação de uma classe sobre a outra por meio de uma imposição simbólica que torna possível o consenso acerca do sentido do mundo social.

Em outras palavras, as pessoas são, em grande medida, alvos passivos do discurso de quem detém sobre elas certa autoridade; chefes, professores, agentes policiais ou juízes, em muitos casos, podem dizer o que os indivíduos comuns podem fazer ou no que devem acreditar. Por isso, conhecimento e informação constituem um importante recurso “simbólico” de controle sobre o público (van Dijk, 2005, 24).

Para ilustrar esse conceito, podemos recorrer à materialidade histórica a que se referia Pêcheux. Atentando para a sociedade contemporânea, nota-se que a forma-sujeito-histórica do sujeito moderno é a forma capitalista caracterizada como sujeito jurídico, com seus deveres e direitos e sua livre circulação social, bem como a individualização dessa forma-sujeito-histórico pelo Estado e pelas instituições. Com isso, novas formas de dissimular a sujeição exercida pelo discurso dominante foram desenvolvidas, adaptando o discurso à nova realidade econômica. Uma delas, segundo exemplo de Orlandi (2012), parece estar no laço entre o aparelho político e escolar.

A escola atua, nesse sentido, como instrumento de fortalecimento do discurso capitalista ao reforçar a ideia de esforço individual como garantia de ascensão social, assim, a organização escolar, de modo geral, contribui para o discurso individualista no qual se estrutura o atual liberalismo econômico. Desse modo, podemos compreender a fala de Pêcheux sobre o aspecto ideológico da luta para a transformação das relações de

produção se localizar na luta para impor no interior das instituições¹⁷ novas relações de “desigualdade-subordinação” que acarretaria na transformação do conjunto do “complexo dos aparelhos ideológicos de Estado” em sua relação com o aparelho Estado.

Por uma transformação dessas subordinações na luta de classes: por exemplo, por uma transformação da relação entre a *escola* e a *política*, relação que, no modo de produção capitalista, é uma relação de disjunção (denegação ou simulação), baseada no lugar “natural” da escola, entre a família e a produção econômica (Pêcheux, 2014, 133, grifos do autor).

Por outro lado, os conhecimentos da história também nos são apresentados na escola, onde os “grandes feitos” de “grandes homens” nos são ensinados, segundo Chauí, por meio de um discurso seletivo:

[...] mas simplesmente porque sua ação histórica consiste em eliminar fisicamente os vencidos ou, então, se precisa do trabalho deles, elimina sua memória, fazendo com que se lembrem apenas dos feitos dos vencedores. Não é, assim, por exemplo, que os estudantes negros ficam sabendo que a Abolição foi um feito da Princesa Isabel? As lutas dos escravos estão sem registro e tudo que delas sabemos está registrado pelos senhores brancos. Não há direito à memória para o negro. Nem para o índio. Nem para os camponeses. Nem para os operários.

História dos “grandes homens”, dos “grandes feitos”, das “grandes descobertas”, dos “grandes progressos”, a ideologia nunca nos diz o que são esses “grandes”. Grandes em quê? Grandes por quê? Grandes em relação a quê? No entanto, o saber histórico nos dirá que esses “grandes”, agentes da história e do progresso, são os “grandes e poderosos”, isto é, os dominantes, cuja “grandeza” depende sempre da exploração e dominação dos “pequenos”. Aliás, a própria ideia de que os outros são os “pequenos” já é um pacto que fazemos com a ideologia dominante (2008, 116-118).

Assim, cada nova classe que começa a se desenvolver apresenta suas ideias como únicas racionais e válidas para todos, de modo que a ideologia se encarregue em um primeiro momento de produzir uma universalidade com base real para legitimar o poder, para que, em seguida, ela prossiga visando se tornar senso comum, ou seja, um conjunto de ideias e valores aceite por todos. A partir do momento em que uma ideologia assume a posição hegemônica, ou nível de “consenso”, segundo Pêcheux, o seu conteúdo passa a não ser mais visto como ideológico, mas como verdades auto evidentes, fazendo com que qualquer pensamento que proponha alternativas ou posições contrárias sejam vistos como marginalizados ao se colocarem em posição antagônica à defendida pelos dominantes (van Dijk, 2005).¹⁸

Usemos como exemplo a crise hegemônica do feudalismo que representou a perda de poder do sistema feudal com a consequente ascensão capitalista, modificando o foco da figura dominante representada pelo papa e por alguns homens, cuja fidelidade à igreja

¹⁷ Aqui o autor usa o termo “aparelhos ideológicos de Estado”.

¹⁸ Também considera-se a defesa desse conjunto de ideias pelos dominados que, uma vez interpelados pela ideologia, a reproduzem inconscientemente como se fossem detentores da origem de sentido.

concedia certa autoridade e centralizando o poder no indivíduo livre e com iguais condições e direitos. Chauí (2008) questiona como foi possível que a partir de uma teoria de desqualificação do trabalho (servidão) se pudesse encarnar uma nova valorização do trabalho como forma de ascensão social:

No início do processo de ascensão é verdade que a nova classe representa um interesse coletivo: o interesse de todas as classes não dominantes. Porém, uma vez alcançada a vitória e a classe ascendente tomando-se classe dominante, seus interesses passam a ser particulares, isto é, são apenas seus interesses de classe. No entanto, agora, tais interesses precisam ser mantidos com a aparência de universais, porque precisam legitimar o domínio que exerce sobre o restante da sociedade. Em uma palavra: as ideias universais da ideologia não são uma invenção arbitrária ou diabólica, mas são a conservação de uma universalidade que já foi real num certo momento (quando a classe ascendente realmente representava os interesses de todos os não dominantes), mas agora é uma universalidade ilusória (pois a classe dominante tornou-se representante apenas de seus interesses particulares) (2008, 91).

Segundo a autora, foi nesse cenário de interesses antagônicos que o Estado parece ter surgido como figura unificada e unificadora; uma comunidade ilusória, cuja dominação impessoal e anônima é exercida através das leis ou do Direito Civil.

Uma vez tendo levantado tais considerações, fica evidente que não pretendemos excluir as contribuições teóricas que dizem respeito às instituições de controle social, negar a ideia de “omnipresença do poder” ou as relações históricas que influenciam na produção discursivas. Acreditamos ser importante compreender como funciona o jogo de manipulação estruturado a partir das práticas discursivas em vários níveis da sociedade, bem como esse jogo se estruturou a partir das modificações apresentadas pela história.

Entretanto, tentaremos delimitar para nosso estudo, como também o fizeram outros autores, como é o caso de Piovezani (2009) e Marques (2000), a busca pela conquista e manutenção de poder que ocorre especificamente no campo político, uma vez que suas práticas não parecem ter sido imunes às transformações históricas que influenciaram as demais instituições de controle social.

Piovezani (2009, 64) explica que as configurações históricas que possibilitaram a ascensão burguesa se estruturaram a partir da instauração e circulação de ideias pretensamente emancipatórias e às constringentes práticas políticas, fazendo com que a ordem de nascimento e a hierarquia do sangue passassem a dar lugar à produtividade e à linguagem. Ainda que no contexto político absolutista não fosse possível conceber a existência da fala pública como compreendemos hoje, cujo conteúdo é composto por promessas e anúncios de obras dirigidas a um público com poder decisório, essas falas estavam envolvidas por relações de força que podiam influenciar as esferas decisórias:

Considerando a existência dos três grandes estratos sociais dessa época, a saber, o clero, a nobreza e o terceiro estado, é preciso sublinhar que eles relacionavam-se cada um a sua

maneira com a linguagem ou, antes, com a “emergência da expressividade”, isto é, esse processo pelo qual a linguagem vai tornar-se pouco a pouco a medida de todas as coisas (idem, 65).

3.1 A Análise do Discurso no Cenário Político

Visto que todos os discursos da sociedade se estruturam a partir de um conjunto de relações sociais de força e, sendo a política uma atividade de poder, poderíamos conceber que todo o discurso é político¹⁹. Essa concepção, no entanto, é controversa, na medida em que há diferentes modos e intensidades de controle do dizer, distintas formas de enunciação e de legitimação institucional que se produzem no palco político em relação aos demais discursos cotidianos (Piovezani, 2009, 141). Segundo o autor, o discurso na esfera política pode ser entendido, de maneira resumida, como uma prática simbólica dirigida ao coletivo e produzida em circunstâncias públicas por um indivíduo legítimo ou que busca legitimidade.

Marques (2000, 27) ressalta que, ao delimitarmos o território da política, não estamos imunes a equívocos e flutuações. No entanto, a autora sintetiza que são dois os critérios de que permitem chegar ao conceito de discurso político, a saber: “a) o estatuto social dos interlocutores, b) a situação (espaço) de comunicação: o espaço público ou aberto ao público, por intermédio dos meios de comunicação”. Desse modo, o discurso político é um discurso público, de “exercício de influência”, cujos interlocutores são socialmente atuantes e cidadãos detentores de um papel social especial, enquanto agentes de renovação social.

O fenômeno político, segundo Charaudeau (2016), resulta de um conjunto de fatores complexos ligados à questão da autoridade e da legitimidade de seus atores; às relações sociais, morais e jurídicas, sendo a fala política o local onde se misturam esperanças e ações por meio de um contrato de idealidade social entre dirigentes e cidadãos:

Assim sendo, é preciso que ela produza um discurso que siga duas lógicas: uma simbólica, que coloca os princípios de uma vida política como fundadores dessa idealidade, ao falar de valores coletivos que estão a serviço do bem comum e que devem legitimar a ação política; e uma lógica pragmática, que proponha um modo de gestão de poder, e os meios que permitam realizar o bem-estar social, dando crédito ao projeto de idealidade social (2016, 19).

¹⁹ Piovezani (2009), Marques (2000) e Fiorin (2009) fazem alusão à filosofia Foucaultiana quanto à “onipresença do poder”, ao mesmo tempo que questionam em que medida a ideia de que, não tendo o poder um lugar demarcado na tópica social, e estando a política estreitamente relacionada ao conceito de poder, todas as relações de poder que se exercem na vida cotidiana configuram relações políticas. Entretanto, os dois primeiros autores vão à contramão do que propõe Fiorin (2009), ao delimitar o uso do sintagma “discurso político” ao produzido em condições públicas na conquista e conservação do poder governamental.

Como já dissemos, uma vez que os tempos modernos foram edificados a partir de ideais individualistas, com a divisão de classes sociais e interesses particulares contraditórios, o Estado aparece como a instituição que encarna a ideia de interesse geral ou comum (Chauí, 2008)²⁰. Assim, se existe na esfera social outros tipos de legitimidade e intervenção, é a esfera política que reivindica o monopólio do poder de agir e decidir sobre toda a sociedade (Piovezani, 2009, 137).

A ação política se dá apenas pelo uso da linguagem, uma vez que a oportunidade pedida e atribuída ao cidadão através do voto reflete um ato de confiança baseado em promessas e expectativas criadas no discurso e pelo discurso: “A legitimidade do poder é conseguida pelo(s) podere(s) do discurso” (Marques, 2000, 37). Desse modo, a discursividade assume, segundo Bourdieu (1989, 174), uma forma de luta pelo poder simbólico de fazer ver e fazer crer, de predizer e prescrever, ou seja, uma luta pelo poder sobre os poderes públicos.

Para garantir uma mobilização duradoura, a instância política divide-se em partidos que elaboram e impõe uma representação do mundo social capaz de demover o público e conquistar postos capazes de assegurar o poder por meio de propostas que “só podem ser impostas por profissionais capazes de manipular ao mesmo tempo ideias e grupos, de produzir ideias capazes de produzir grupos manipulando estas ideias de maneira a garantir-lhes a adesão de um grupo” Bourdieu (1989, 175). Em outras palavras, Bourdieu (idem) parece propor que o discurso político procura angariar, por intermédio dos partidos, grupos de representação que funcionem como propagadores de suas ideias em grupos distintos.

Bourdieu compara o campo político ao mercado de bens e consumo, ou seja, um monopólio de produção controlada por profissionais e limitada por uma lógica censitária, no qual o consumidor tem suas escolhas regidas por uma fidelidade indiscutida:

O campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de “consumidores”, devem escolher, com probabilidades de mal-entendido tanto maiores quanto mais afastados estão do lugar de produção (1989, 164)

Longe de querer limitar o poder da linguagem à ação da palavra, uma vez que as imagens do corpo, gestos e os signos do rosto produzem efeito em consonância com o verbo (Courtine, 2009, 15), a palavra política, segundo Charaudeau, atua com o intuito de seduzir e persuadir um público heterogêneo visando atrair a aderência de um maior

²⁰ Na abordagem marxista, a autora defende que o Estado é a preservação dos interesses particulares da classe dominante: “Ele exprime na esfera da política as relações de exploração que existem na esfera econômica” (Chauí, 2008, 66).

número possível de pessoas, lançando mão de recursos que se dirigem ora à razão, ora à emoção do público:

As palavras nada significam em si. Isoladas, só apontam para o que dizem, não para o que significam. Pois há as palavras e o que está implícito nas palavras, e o que está implícito nas palavras depende de outras palavras, das condições em que foram enunciadas, de sua enunciação. É na situação de enunciação que as palavras revelam os pensamentos, as opiniões e as estratégias daquele que as emite (Charaudeau, 2016, 21).

Marques (2000) considera que para produzir o efeito de manipulação, o discurso político faz uso de uma linguagem que parte de saberes partilhados e comuns à comunidade linguística, *doxas* compartilhados pelos interlocutores, saberes muitas vezes implícitos que, por meio de subtentendidos, mascaram o poder de manipulação (Marques, 2000, 35). Desse modo, a fala da instância política deve ser também apreendida pelo que ela não significa, ou não pode ser levada ao pé da letra sob a ótica de uma ingênuia transparência, uma vez que ela é um produto estratégico que visa intervir na persuasão e na gestão de conflitos de opinião em seu proveito (Teles, 2017, 44).

Por conseguinte, podemos dizer que a manipulação no discurso político não depende exclusivamente da autoridade de seus oradores, estando sujeita também às adaptações quanto ao público a quem se dirige (Marques, 2000). Nesse sentido, resgatamos Piovezani (2009) no que diz respeito à não absoluta passividade do público, uma vez que o discurso político é influenciado por sua audiência. Marques aborda a dependência do auditório da seguinte forma:

[...] é preciso ter em conta que a manipulação do discurso político não pode ser determinada em abstracto, independentemente de seu auditório específico. A desadequação do discurso pode ser um fator de manipulação. A sobre-abundância de dados, indispensáveis para um perito, pode inundar o raciocínio de um público ignorante, da mesma forma que pode ser neutralizada pelo efeito de compreensão dessa mesma situação por parte do público (2000, 36).

Dessa maneira, a manobra do locutor político não é de sua total responsabilidade, mas está subordinada, em certa medida, a um público que se deixa enganar. Aqui pode estar o que Bourdieu (1989, 15) designa de poder simbólico, uma vez que o trabalho de dissimulação ou “eufemização” ideológica presente no discurso garante uma alteração da percepção de relações de força, fazendo o sujeito ignorar o poder simbólico a que está sendo submentido:

Na realidade, o que faz com que esta cultura propriamente política permaneça inacessível à maioria das pessoas é, sem dúvida, menos a complexidade da linguagem em que ela se exprime do que a complexidade das relações sociais que constituem o campo político que nela se reexprime: esta criação artificial das lutas de Cúria afigura-se menos inteligível do que disprovida de razão de ser aos que, não participando no jogo, << não vêem nele

interesse >> e não podem compreender que este ou aquele *distinguo* entre duas palavras ou entre dois rodeios de frase de um discurso-jogo, de um programa, de uma plataforma, de uma moção ou resolução, dê lugar a tais debates, visto que não aderem ao princípio das oposições que suscitam os debates geradores desses *distinguos* (Bourdieu, 1989, 179, grifos do autor).

Considerando as estratégias que abarcam o todo da fala política, quer quanto aos meios, quer quanto ao conteúdo, Piovezani explica que o século XIX já apresentava certos aspectos de variedade de estilo discursivo que estão na origem dos traços característicos do discurso político da atualidade. Em outras palavras, verificava-se, já nesse período, o desenvolvimento de maneiras de falar em público adaptadas à emergência da classe média, das trocas comerciais e das relações políticas e sociais de uma sociedade democrática de massa, cujo “idioma democrático”²¹ se estrutura a partir do declínio da grandiloquência e do constante desenvolvimento dos estilos dialógicos, conversacionais e até íntimos (2009, 116-119). O autor elabora um panorama histórico da metamorfose do discurso político e, embora o objeto central de seu estudo seja a fala política televisiva brasileira, podemos compreender de que forma as mídias contribuíram para o aperfeiçoamento das técnicas de manipulação, por meio da construção psicológica dos homens públicos, em particular dos candidatos, e com uma crescente despolitização dos agentes políticos na progressão das políticas da personalidade.

Assim, se no passado, como explica Courtine, a AD floresceu da necessidade de desvendar as “simulações e dissimulações” ideológicas presente nos textos e mensagens políticas, hoje ela deve estar atenta para novas materialidades do discurso e atuar com o objetivo de desconstruir esses novos recursos de exercer dominação política ou, nas palavras do autor, “desfazer os dispositivos complexos de palavras, imagens e sons nos quais formas inéditas exercem a dominação política, de deslindar os simulacros da emoção, de derrubar as máscaras da convicção e de resistir às seduções da voz” (Courtine, 2009, 16).

Orlandi (2012) parece compactuar com a ideia de que os estudos acerca da AD no campo político não mais se restringem à batalha ideológica entre esquerda e direita, já que essa instância vem se aperfeiçoando constantemente como um “negócio de psicologia” voltado à propaganda que se faz por meio de imagens, palavras, sentimentos e gestos. Vemos aqui, novas formas de assujeitamento que fazem com que a AD, ao se debruçar sobre a política contemporânea, deva levar em conta o “marketing político” ou a propaganda como forma de anestesiar a resistência: “Levar em conta o que as pessoas têm na cabeça, saber como se endereçar a elas, saber tocá-las, saber comunicar, se ajustar às

²¹ Segundo Piovezani, as falas públicas desse período começaram a mesclar formas “nobres” e “plebeias”, constituindo um modo “burguês” de se dirigir ao público.

peças para ajustá-las, para mirar o alvo de suas cabeças. A psicologia é a base científica da propaganda” (Orlandi 2012, 108).

Segundo a autora, a propaganda política contemporânea continua progredindo quanto aos novos modos de assujeitamento, que se dá ao jeito do discurso neoliberal, mundializado, homogeneizante, “no qual o sujeito contribui ativamente para o seu assujeitamento²², através de um sinistro jogo de palavras sobre o termo *liberdade*, a qual eu acrescento *democracia, cidadania* etc.” (2012, 131, grifos do autor).

Enquanto a sociedade moderna promove a individualização do sujeito por meio das instituições, o discurso político reconhece que há em todo o indivíduo uma necessidade de laço social e pertencimento coletivo: “A aspiração ao laço, à sustentação, à proteção, poderiam ser compreendidas como vindo preencher um déficit de laços nascido do isolamento e do caráter impessoal da lei na democracia” (Orlandi 2012, 190). Como consequência, uma das ilusões necessárias ao discurso político, segundo Piovezani (2009), recai sobre a construção de identidade do ouvinte:

[...] o discurso político parece cada vez mais imputar uma identidade aos seus interlocutores fundamentadas em uma pertença ideológica ou talvez antes, na inscrição a determinados grupos, ou seja, procura-se estabelecer uma espécie de contrato de comunicação que define a posição política e social a partir do qual o discurso deve ser recebido (Piovezani, 2009, 138).

O autor sugere que o discurso político convida o público a esquecer as especificidades pessoais e a lembrar-se dos interesses profissionais, étnicos, de classe, de gênero, etc., em nome de um ideal de coletividade. De maneira análoga, Charaudeau defende que a fala dos representantes políticos se desenvolve na busca constante pela conquista da opinião coletiva, como forma de homogeneizá-las para melhor se apropriar delas:

Os julgamentos que fazemos sobre o mundo e as opiniões que acreditamos serem individuais (mas também as normas que sustentam nosso comportamento) fundem-se nas do grupo, tornando-se mais globais. Quanto mais o grupo for importante em número de indivíduos, tanto mais essas representações são gerais e abstratas: a opinião de um grupo representa o menor denominador comum das opiniões de cada um, ocultando assim suas particularidades (2016, 37).

Grosso modo, podemos dizer que a instância política não visa exercer dominação sobre indivíduos ou sobre cada cidadão. Em vez disso, concentra a mira de seu discurso em grupos representados pelo maior número de indivíduos possível, pois “Todos os grandes políticos disseram, ou deram a entender, que a arte política reside em uma boa

²² Nesse ponto, podemos resgatar as palavras de Marques (2000), quanto à participação da audiência em sua própria manipulação sob o conceito de “co-produção” e “co-enunciação”.

gestão das paixões coletivas, isto é, um “sentir com os outros” que, é preciso acrescentar, os torna cegos ++quanto às suas próprias opiniões e motivações pessoais” (Charaudeau *apud* Teles, 2017, 45). Charaudeau (2016) completa que os atores políticos utilizam-se desse sentimento de unidade para justificar suas declarações e ações em nome do povo, atribuindo-lhes julgamentos, sentimentos e intenções como uma espécie de porta-voz de valores coletivos. Nas palavras de Piovezani (2009, 137), o discurso político não se dirige aos indivíduos, mas aos “brasileiros e brasileiras”, “parceiros do campo”, aos “desempregados”, etc.

Ainda que a fala pública tenha de estabelecer uma espécie de relação pessoal com uma multidão de indivíduos, uma vez que, com o advento das massas, a personalidade individual adquiriu um estatuto de categoria social de grande relevância, o campo político é o território da *polis*; desse modo, diferentemente de uma conversa entre duas pessoas, o discurso político instaura uma troca simbólica entre dois sujeitos coletivos que não correspondem nem se limitam a duas individualidades: “Hoje eu gostaria de falar com você, meu amigo...que sofre com o desemprego/com a insegurança” (Piovezani, *idem*). Em outras palavras, a ilusão de que “a soma dos cidadãos constitui uma comunidade” recai sobre a construção de identidade de seu ouvinte por meio de um jogo de pronomes pessoais em que o locutor político, mesmo enunciado em primeira pessoa do singular, legitima sua fala por meio da referência a um “nós” que a possibilita (Piovezani, 2009, 137).

Evocando a dimensão pública da fala política, sua existência depende da propagação e “publicização” feita através de um meio que proporcione o encontro entre a produção e a recepção discursiva (Piovezani, 2009, 150). Nesses termos, o autor sustenta que para que um conjunto de enunciados seja considerado um discurso político, ele não pode atingir um único indivíduo, mas chegar ao seu “público” pretendido. Assim, os modos de transmissão e o alcance de circulação são fatores fundamentais de constituição discursiva da esfera pública. Seguindo esse trajeto, Marques (2000, 51) defende que a abordagem do discurso político fica incompleta se não for incorporada às questões do meio de comunicação de massa, uma vez que o espetáculo²³ político não está mais confinado ao pequeno espaço parlamentar, mas submetido às regras midiáticas.

É evidente que o alcance e o peso da ação discursiva na esfera política dependem, em grande medida, do regime exercido em cada sociedade, a lembrar, as diferenças entre os regimes autoritários e democráticos. Entretanto, podemos considerar que, ainda que durante a história da humanidade, não raras foram as variações de força e poder em diferentes governos e, embora tenhamos observado uma crescente perda de autoridade da

²³ Piovezani (2009) condensa o fenômeno de “espetacularização” como um fenômeno midiático, no qual se inscreve uma espécie de despolitização e apagamento da ideologia em prol da sedução das massas.

figura política durante um longo processo de democratização, a admissão de impotência de seus atores parece inconcebível (Piovezani, 2009, 132).

Tudo acontece, então, na relação que se estabelece entre o político e a opinião dos cidadãos por meio do discurso, visto que é pela palavra que se regula a vida política nos regimes democráticos, onde se institui uma espécie de contrato social entre os dirigentes e cidadãos (Charaudeau, 2016). É evidente que para isso ocorra, é necessário que o agente político goze de uma legitimidade que deve ser construída numa espécie de jogo de reconhecimento, pela sociedade, do direito de agir em nome do coletivo.

3.2 Discurso e Legitimação

Bourdieu (1989) defende que os símbolos são instrumentos de integração social, uma vez que atuam como instrumento de comunicação e conhecimento, tornando possível o consenso acerca da realidade e do mundo social. Nas palavras do autor, podemos compreender que é por meio da crença coletiva (“*consensus*”) criada em torno dos símbolos de poder que se torna possível a reprodução da ordem social: “O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” Bourdieu (1989, 15). Assim, na relação que se estabelece entre os símbolos de poder e a esfera coletiva por meio do discurso, a legitimidade desempenha função determinante como aquilo que permite a quem quer exercer um poder ou “agir sobre o outro”, fazê-lo de acordo com uma posição atribuída por uma fonte exterior, incorporada a ele e reconhecida por todos (Charaudeau, 2016, 15).

Sendo a legitimidade o principal capital simbólico da esfera política, Piovezani (2009, 131) concebe todo o discurso político como uma espécie de “mito” que, na busca por legitimidade, pressupõe um conjunto de crenças que lhe dá sustentação, ao mesmo tempo em que nele se reforça o saber sobre o mundo:

Considerando que a busca pela legitimidade é um fator essencial da política, o discurso político contribui para a legitimação do próprio campo em que se inscreve, na medida em que, de modo explícito ou latente, apresenta as seguintes propriedades: o agente político possui uma visão clara e ordenada da realidade social; pressupõe sua credibilidade e fundamenta seu dizer e seu fazer na vontade de uma coletividade que lhe reconhece a competência e lhe outorga a legitimidade (Piovezani, 2009, p. 347).

Uma vez que é por meio da opinião pública fragmentada pela diversidade que o saber coletivo de crença a respeito dos interesses sociais se constrói (Charaudeau, 2016, 37), o campo político anuncia-se como aquele que pode abrandar as insatisfações, pois apenas seus locutores têm a capacidade de explicar o mundo e decidir sobre a sociedade. Nesse sentido, a fala política atua de modo a reforçar a hegemonia da própria classe

política, uma vez que seus atores participam, direta ou indiretamente, da conservação do mito que os legitima ao advogar a supremacia do poder político em gerir a sociedade: “Decorre daí que a denúncia da impotência de um agente político realizada por seu adversário dirige-se não ao seu cargo, mas à incapacidade de desempenho de sua função: as críticas e os ataques incidem sobre seu titular, mas não sobre ela própria” (Piovezani, *idem*, 136).

Ao mesmo tempo em que a atuação do sujeito político transita entre a promessa e a justificativa (Charaudeau 2016, 20), o seu poder de legitimidade está intimamente ligado à autoridade e à veracidade, ou antes, à capacidade de fazer crer na veracidade de quem a pronuncia (Bourdieu, 1989, 186). Considerando que a produção do discurso político é influenciada por duas situações de comunicação, a saber, a candidatura ou conquista do poder e a situação de governança ou manutenção do poder (Charaudeau, *idem*), é na oposição entre o dizer e o fazer que se justifica o estigma de mentiroso que envolve a figura política (Piovezani, 2009). É, portanto, na relação que se estabelece entre o domínio da linguagem e da ação que, segundo Piovezani (2009, 157), a esfera política remete-nos ao lugar-comum da *memória* e cristalizado no *interdiscurso*, segundo o qual “os políticos falam, mas não fazem nada”.

Orlandi (2012) propõe que entre a memória coletiva e a história há uma distância que separa a realidade de seu “fato de significação”, uma vez que a memória conserva a força das relações sociais numa relação simbólica com a representação da realidade. Assim, ainda que a figura política contemporânea goze, segundo Piovezani (2009), de uma áurea de confiança que a legitima²⁴, seu discurso necessita se valer de estratégias constantes na busca pelo efeito de verdade. O autor propõe que, devido ao descrédito que o torna vítima de suspeitas, o discurso político deve contribuir para legitimar a ordem política a partir de enunciados onde a certeza sobredetermine a possibilidade.

Ao considerar o cenário político como um local onde se confrontam uma instância de poder e uma instância cidadã que, por meio de uma consciência coletiva, pode apoiar ou ocupar o papel de contrapoder (Charaudeau, 2016, 20), o sujeito político não pode pestanejar, deve ter respostas imediatas como forma de fazer sobressair sua competência (Marques, 2013, 442).

Os saberes pressupostos apontam que, no espaço público, as trocas não se dão entre indivíduos, mas entre entidades ou instâncias coletivas que se definem por meio de papéis sociais, de modo que os candidatos devem compartilhar seu projeto de sociedade com um vasto público movido por opiniões, interesses e sentimentos diversos e opostos, ao mesmo tempo em que defendem sua posição numa disputa com a figura adversária,

²⁴ Propomos estabelecer aqui a relação com a força da memória coletiva como responsável pelo crédito firmado, segundo Bourdieu na crença e no reconhecimento atribuído aos poderes políticos: “É um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe” (1989, 187).

formando assim uma relação triangular²⁵ que o obriga a usar estratégias (Charaudeau, 2016, 70).

Como consequência desse cenário de disputa, Bourdieu (1989) ressalta que o discurso político visa sempre tirar proveito das ambiguidades de seu programa para manter seu campo de influência e conquistar o maior número de adeptos possível, alargando suas bases e atraindo a clientela dos partidos concorrentes, nem que para isso seja necessário transigir a pureza da linha defendida: “[...] o partido, se não quer ver-se excluído do jogo político e da ambição de participar senão do poder, pelo menos do poder e de ter influência na distribuição do poder, não pode consagrar-se a virtudes tão exclusivas” (Bourdieu, 1989, 184). De maneira análoga, podemos dizer, de acordo com Teles (2017, 45), que embora a instância política almeje sempre a aderência do cidadão, para ela basta que seus ideais sejam partilhados, não pelos indivíduos singularmente, mas por um número mínimo de pessoas, uma vez que a própria discussão entre apoiadores e oposição já é “fundamento de legitimação”.

Por conseguinte, a autolegitimação no concorrido campo do poder implica, entre outras coisas, no apagamento das falhas e no realce dos acertos de seus candidatos, ao mesmo em que age de maneira contrária com os sujeitos em posição antagônica (Marques, 2013). Podemos afirmar, então, que uma das características de legitimação da figura política se apoia na desqualificação de seus opositores:

De tal sorte, se por um lado o sujeito afirma a própria capacidade, por outro tentará retirá-la de seus oponentes [...] Nesse ínterim, a ridicularização é o aspecto pertinente acerca da caracterização do discurso político e que acreditamos emergir sob regularidades na análise que se apresentará. A desqualificação se revela nas denúncias ou, simplesmente, desconfianças marcadas pela ironia e zombaria, mas que se apresentam “atenuadas” em face dessas acusações, tidas como “incontestáveis”. (Marques, 2013, 442).

Resgatemos, nesse sentido, a importância do conceito de identidade de grupo, uma vez que a rivalidade no mundo político parece se valer, segundo Piovezani (2009, 138) da pertença ideológica, ou antes, da segmentação do público baseado na inscrição em determinados grupos. Sendo a identidade social algo frágil e que precisa ser constantemente defendida, o confronto com a diferença do outro é uma forma de afirmação da própria identidade sob o processo de *diferenciação* (Charaudeau 2016, 29). Desse modo, entendemos que o poder político parece apoiar-se na instauração e consolidação dessas diferenças como forma de reforçar a linha defendida em seu projeto de governo, ao mesmo tempo em que ataca a do oponente:

²⁵ Que se estabelece entre “instância política, instância adversa e instância cidadã” (Charaudeau, 2016, 70).

A instauração e a consolidação da identidade coletiva erigida pelo discurso político podem apoiar-se ainda na identificação de um “outro” e de um “alhares”, contrapondo ao “nós, que aqui convivemos...”, um “eles, que lá estão...”. Para tanto, evoca-se um vizinho, rivaliza-se com um concorrente ou ataca um inimigo (Piovezani, 2009, 138).

O “nós” aí impresso tem, segundo Marques (2000), papel central na construção de pontos de vista que, por associação ou contraste, credibiliza o ator político ao integrá-lo no coletivo por meio da pluralidade de outras vozes, ou, na relação de adesão ou afastamento que se estabelece com as vozes que ele convoca: “Na diferença de vozes, e de enunciadores, há em comum o reforço da autoridade do locutor/porta-voz e da refutação-contestação do adversário” (Marques, 2000, 225).

É evidente que, como já dissemos, a busca persistente por poder mostra-se sensivelmente adaptada às alterações históricas²⁶ (Piovezani, 2009). Em uma sociedade midiaticizada em que as transformações tecnológicas interferem direta ou indiretamente nas esferas sociais estruturadas e ambientadas pela comunicação, uma vez que, o consumo de mídia se tornou um processo coletivo com a participação intensa e ativa do público, torna-se cada vez mais necessário a intensificação de novos procedimentos de legitimação, cujo objetivo seja legitimar não somente as instituições da instância política, mas também a ocupação pessoal do cargo a ser exercido (Piovezani, idem).

Com o aumento do fenômeno de “personalização” da figura política, estabelece-se, segundo o autor, um apagamento das rivalidades público-institucionais em proveito dos confrontos entre “personalidades”. O autor explica que a justificação de um campo ou de um segmento da função pública eletiva emerge de um “nós” que se apoia no Estado, no regime ou na ideologia, a legitimação do titular ou candidato ao cargo público podendo manifestar-se como um “eu” que se fundamenta no *ego* (Piovezani, 2009, 134)

Nesse aspecto, a fala pública transita entre dois modos distintos e complementares de legitimação: um que promove suas competências como gestor dos anseios coletivos, enquanto o outro busca a promoção de uma imagem pessoal de uma figura com quem o povo possa se identificar:

Fabricar e expor o “eu” (reivindicação de uma paradoxal “privatização-publicização” da política contemporânea) são ações que apontam para o deslocamento relativo da fonte de legitimidade; passa-se da função pública aos atributos pessoais: “sinceridade”, “honestidade”, “simplicidade”, “generosidade” são elevadas à condição de valores essenciais daqueles que estão destinados a exercer cargos públicos. Sua suposta posse e exibição constituem um “eu”, ator político legítimo, e concorrem para a produção de efeitos de identificação, isto é, a de proximidade confessada e ostentada com “o povo” (Piovezani, 2009, 134).

²⁶ “Do sangue derramado ao sangue hereditário, do nascimento ao voto e do voto até os signos pessoais, muitas foram as vias de legitimação predominantes no decurso da história” (Piovezani, 2009, 134).

Uma vez que se faz necessária conquistar a opinião pública, o ator político contemporâneo visa constantemente se aproximar de seus eleitores por meio de uma imagem de homem comum, cujo bastidor da vida pessoal está sempre em destaque na mídia, produzindo uma ilusão de transparência total, a qual Charaudeau denomina como “discurso de peopolização”: “A peopolização é um fato midiático, que procura mostrar o que se passa nos bastidores da cena, assim como nas profundezas da personalidade de seus atores, que se tornam seus cúmplices” (Charaudeau, 2016, 124). Considera-se que, na busca por votos, o político deve ser um influenciador, o que pode acarretar no desrespeito aos limites e na perda de bom senso (Marques, 2013, 442).

Aqui, podemos retomar Piovezani (2009) no que diz respeito à espetacularização midiática da esfera pública:

Em uma palavra, poderíamos afirmar que as metamorfoses do discurso político estão condensadas no fenômeno da “espetacularização política” que, por seu turno, envolve fatores de diversas temporalidades históricas, como a queda dos regimes totalitários, o “fim das ideologias”, a despolitização e a dissolução das massas, a intensificação do individualismo, o predomínio do âmbito privado sobre a esfera pública, o advento de novas tecnologias que acelerou os ritmos de vida e diminuiu os espaços do mundo, a apropriação de estratégias publicitárias pela falta política, as mudanças retóricas e as novas configurações semiológicas (Piovezani, 2009, 172).

Embora essa exposição pública da vida cotidiana objetive atrair credibilidade à figura política, ela reduz, segundo Charaudeau (2016), a aura simbólica que envolve seus atores. Assim, se considerarmos que somos, em ampla medida, governados por espectros, ou, nas palavras de Courtine, “por um universo virtual de figuras de poder, por imagens insistentes, dotadas de uma estranha ubiquidade, simples manchas de sombra, luzes e cores que preenchemos, porém, com o peso de uma realidade da qual elas são, em grande parte, desprovidas” (2009, 16), a insistente aproximação pessoal do poder público com seu público, pode produzir efeito contrário. Nas palavras de Charaudeau (2016, 123), ainda que a ausência de distância possa introduzir humanidade numa função que por definição é desumanizada, ela também pode contribuir com a dessacralização da função, fazer o ídolo cair de seu pedestal e o colocar no mesmo nível de todo mundo. Por isso, as estratégias de persuasão e perpetuação do poder apresentada pelos agentes políticos expressam uma dependência e uma relação de interpenetração constantes com as instâncias privadas, uma vez que sua produção é condicionada às reações e respostas dos cidadãos: “O *remetente* e o *destinatário* de um discurso político são *públicos*, na medida em que nem a fala do primeiro, nem a escuta do segundo são particulares, individuais e privadas” (Piovezani, 2009, 148, grifos do autor)²⁷.

²⁷ O autor refere-se ao esquema de comunicação de Jakobson: *remetente, contexto/referente, mensagem, contato, código e destinatário*.

Enquanto a produção endógena dos recursos de legitimidade política se dá, entre outras coisas, a partir das variadas formas que o poder público tem de estabelecer uma identificação entre eleitor e candidato, outros lugares de poder atuam, em consonância com a fala dos governantes, de modo a reforçar a produção desse processo legitimador sempre reivindicado pela classe política (Piovezani, 2009, 135).

[...] no discurso escolar, a instauração e a difusão na crença nos “vultos notáveis”, nos “grandes homens” da política regional, nacional ou mundial; no discurso midiático, a denúncia de suas fraquezas, mas também a reiteração de suas forças, mediante a ampla divulgação de seus atos e deliberações; no discurso social, ONGs e movimentos sociais ratificam os poderes políticos, mesmo quando, ao revelarem suas faltas, atestam também sua potência de realização; e no discurso jurídico, por meio do qual o poder político fundamenta legalmente sua existência.

O poder de fala ou as reivindicações das instituições de controle social podem contribuir, de acordo com a nossa interpretação, para reforçar a potência da instância política, uma vez que, considerando Charaudeau (2016, 14), o “agir sobre o outro” é justificado sob três pontos: legitimidade, autoridade e potência²⁸. Assim, não basta ter o direito de agir em nome de alguém, mas é preciso ser reconhecido como digno de agir.

Seguindo esse trajeto, Piovezani (idem) explica que, apesar da realidade social mostrar miséria e insegurança, o discurso político afirma sua potência interventora e ratifica a cisão entre os que sabem, podem e fazem e aqueles que não possuem essa capacidade. Para tanto, é preciso que os símbolos de poder fabriquem em seu discurso o que Piovezani (2009) denomina como “efeito de verdade” e Charaudeau (2016, 73) parece definir como “credibilidade”, ou seja, é necessário que a figura política convença o eleitor de que ele é digno de crédito, de modo que a legitimidade dependa constantemente do reforço de um alto grau de confiança por parte da opinião pública.

Bourdeau ressalta que, não sendo a verdade uma questão verificável, uma vez que o discurso político se vale de promessas, ou seja, dum futuro nunca verificável se não pela confiança nas probabilidades de êxito de quem as pronuncia, “O capital político é uma forma de capital simbólico, *crédito* firmado na *crença* e no *reconhecimento*” (1989, 187, grifos do autor).

²⁸ “Em nome do que se tem o direito de agir - é a questão da *legitimidade*; qual a possibilidade de ser reconhecido como digno de agir - é a questão de *autoridade*; quais são os meios de agir - é a questão de *potência*” Charaudeau (idem).

4. Metamorfose do Discurso Político

Ao pensar no formato do discurso político contemporâneo não podemos deixar de mencionar que o modelo de democracia das sociedades ocidentais remonta às origens gregas, cujo discurso deliberativo, ainda que sujeito a progressivas mudanças no decorrer da história, sempre teve a “visibilidade” como fundadora do sucesso de seus atores (Marques, 2000, 21). A difusão do discurso político e a consequente conquista da opinião pública sempre estiveram, em maior ou menor escala, relacionados com os regimes democráticos. Por isso, podemos considerar Piovezani (2009), ao dizer que o discurso da esfera política, ainda que tenha assumido novos contornos a partir das modificações históricas a que foram submetidas à produção e recepção da fala pública, só pode ocupar seu lugar de direito se sua propagação e “publicização” forem realizadas através de um meio que possibilite o encontro entre um produtor e um receptor.

Se da cidade-estado às civilizações modernas, a esfera pública sofreu constantes mudanças por meio da metamorfose histórica, o processo de difusão e alargamento de seu discurso esteve intimamente ligado ao processo de desenvolvimento tecnológico que permitiu que a fala política fosse estruturada por novos valores, meios materiais de transmissão, novas cenas enunciativas, novas dinâmicas e formulações semióticas, uma vez que, como sugere Piovezani (idem), o surgimento de novos instrumentos técnicos acarretou a gradual emergência de novos modos de pensar e agir na sociedade e, consequentemente, novos modos de produção discursiva:

A História cultural ensina-nos, por exemplo, que o aparecimento da prensa e dos tipos móveis, na Europa do século XV, em conjunção com a supervalorização da escrita, nos séculos XVI e XVII, não implicou a extinção e nem mesmo provocou uma drástica mitigação das práticas sociais fundamentadas na tradição oral. [...] Porém, os pensamentos e ações dos homens transformaram-se consideravelmente à medida que se relacionam com esses objetos (Piovezani, 2009, 20)

Ainda que, como propõe Piovezani (idem), falar em público seja uma prática histórica e, por essa razão, presente inegáveis continuidades, muitas foram as alterações sofridas pelo discurso político ao se fundirem com novos recursos materiais de produção e de propagação da fala pública desde o aparecimento da imprensa até ao uso da internet. Desse modo, o autor ressalta que a referência ao panorama histórico serve ao analista do discurso como forma de estabelecer uma relação entre sociedade, práticas discursivas e instrumentos técnicos. Dito isso, propomos um breve e necessário recuo na história contemporânea, para que possamos tentar compreender em que medida as novas manifestações discursivas da era digital, ora se estruturam nas continuidades da fala pública, ora se adaptam às metamorfoses históricas e instrumentais.

Ainda que a segunda metade do século XIX tenha acompanhado o surgimento de diversos inventos relacionados com a promoção da comunicação, sobretudo no que diz respeito à transmissão da voz à distância, esses novos recursos não significaram o abandono imediato de antigas práticas e representações sociais. Até ao início do século XX, as performances retóricas eram muito utilizadas nos palanques que constituíam o lugar mais privilegiado da fala pública, “no qual o orador amiúde não contava senão com seu verbo, com seu corpo e sua voz para manifestar seu discurso”²⁹ (Piovezani, 2009, 227). A escrita, que representava um recurso mais exato, era dramatizada por uma leitura performática em voz alta, cujos gestos e volume da voz intensificavam o estilo predominantemente monológico, visando atingir um número cada vez maior de pessoas.

Entretanto, sendo a influência dos meios de comunicação em massa cada vez mais determinantes no desenvolvimento da sociedade moderna, a instância política, para manter seu domínio, não poderia ficar indiferente (Marques, 2000). Piovezani (2009) ressalta que se as tecnologias não alteraram imediatamente as práticas de fala pública no século XIX, o seu surgimento somado a fatores históricos, políticos e sociais não demorariam muito a fazê-lo. No decorrer do século XX, a formação e o crescimento das massas veio acompanhada de um fenômeno paradoxal de isolamento dos sujeitos. Marcada pelas novas tecnologias de linguagem, o contato direto com as massas, que requeria o domínio de estratégias linguísticas, foi pouco a pouco sendo adaptada: “Dispersas as massas, os oradores tradicionais deixaram cada vez mais de ter a importância de outrora e as maneiras de falar em público seriam progressiva e profundamente modificadas” (Piovezani, 2009, 125).

Nesse contexto, o rádio assumia, gradativamente no início do século XX, o papel de destaque da propaganda estatal e dos pronunciamentos oficiais. A expressividade corporal foi limitada ao uso da voz, ao mesmo tempo em que o número de pessoas atingidas tornava-se impensavelmente maior³⁰. Piovezani ressalta que, se o aumento de audiência ocasionou uma considerável ampliação da heterogeneidade do público, em contrapartida, essa nova forma de comunicação dificultou a troca entre locutor e interlocutor e promoveu a irreversibilidade da fala pública:

A expressividade corporal do orador, no rádio, limita-se a sua voz, cujas propriedades são amplamente ressaltadas; os ouvintes estão distantes do falante e dispersos uns dos outros, mas podem chegar a um número impensável para um mesmo espaço; esse notável aumento do público ouvinte também tende a conduzir a uma considerável ampliação de sua heterogeneidade, de modo que a projeção da imagem do outro a quem se fala torna-se mais complexa; o conforto de receber o discurso em domicílio contrapõe-se às grandes

²⁹ No ajuntamento popular, o homem público encontrava a sua própria razão de ser e o seu espaço privilegiado diante das multidões e ele podia valer-se de suas mais poderosas armas: seu verbo, seu corpo e sua voz (Piovezani, *idem*, 122).

³⁰ Piovezani (2009, 244) relembra que já nas décadas de 1930 e 1940, a programação era ouvida não apenas nas casas das famílias, mas nas fábricas, no comércio e, em alto, pelos falantes instalados em praças públicas.

dificuldades de reversibilidade dialógica, ou seja, a possibilidade de troca de papéis entre o locutor e o interlocutor é mínima. A chama, essa recorrente metáfora empregada para caracterizar a dinâmica e enérgica retórica das interlocuções face a face, passa a ser concebida como uma espécie de água morna, quando se começa a observar a quase total irreversibilidade da fala pública transmitida pelo rádio e a mitigação da grandiloquência (Piovezani, 2009, 242).

Vemos, nesse sentido, que a própria noção de fala pública começa a ganhar novos contornos com os discursos, tornando-se mais breves, simples e claros; o pronunciamento político, como defende Piovezani (idem), passa a se apresentar como se fosse uma conversa pessoal, até mesmo íntimas, uma vez que seu pronunciamento deixa de ser produzido em espaços públicos e passa a ser recebido pela audiência dentro de suas casas.

A quase impossibilidade de relação dialógica expressa pelos pronunciamentos no rádio tornou-se, anos mais tarde, uma característica também observada na televisão. Aproximando-se, no entanto, mais do modelo de palanque do que do rádio, por sua natureza visual e sonora, a televisão é um local de *monopólio da fala*³¹, onde o discurso político tenta produzir o efeito de realidade:

O discurso político na tevê simula a realidade de seu dizer e a sinceridade no que diz: sua enunciação passa-se por uma interlocução autêntica ou, antes, por uma interlocução realmente natural e espontânea, e seus enunciados, por um conjunto de declarações sinceras. [...] a televisão tenta “compensar” esse alijamento causada por ela mesma, produzindo efeitos de real, ao apresentar o mundo que se presentifica na tela do aparelho (2009, 247).

O autor explica que se por um lado a televisão trouxe o benefício da ampla circulação e da produção do efeito de verdade, por outro, o estigma de mentiroso que cerca a figura política parece ter aumentado consideravelmente a partir dela. Além disso, a aura de espontaneidade do discurso oral, produzido e verbalizado de forma simultânea, apresenta, em contrapartida, o inconveniente da irreversibilidade discursiva que, assim como no rádio, pode ser uma armadilha para o locutor: “Muitos políticos experimentaram já o desconforto de uma carreira bloqueada por um momento de distração, um *lapsus linguae*, talvez inofensivo ou reparável perante a um auditório restrito” (Marques, 2000, 52).

Como consequência da tentativa de controlar os contratempos do meio, conquistar a opinião pública e ainda lidar com a realidade pluripartidária, o discurso político tem cada vez mais negligenciado o conteúdo em prol da forma, fazendo com que os pronunciamentos se projetem na sociedade de maneira homogeneizada em diferentes programas de governo (Piovezani 2009, 249). Em outras palavras, o autor parece dizer que, no jogo de manipulação, os discursos políticos, ainda que em situação de

³¹ Pois expressa a impossibilidade da real e efetiva interlocução; local onde o poder de quem fala sobre quem ouve é absoluto (Piovezani, idem, 247).

concorrência, tenham se tornado cada vez mais parecidos a partir de sua adaptação ao meio televisivo, daí que, na luta por visibilidade e legitimidade de seus atores, o discurso político tenha se descaracterizado em direção à espetacularização midiática:

Na tevê, a política como espetáculo parece ter atingido um nível possivelmente sem precedentes. O auge da espetacularização da política não significa evidentemente sua eficácia persuasiva, nem tampouco o fim definitivo da esfera pública, mas indica o refinamento de suas técnicas e estratégias, e aponta para uma relativa descaracterização. Os procedimentos técnicos e os estratagemas de manipulação foram aperfeiçoados (Piovezani, *idem*).

Ainda que tais alterações no modo de produção discursiva não tenham passado despercebidas pelos estudiosos do discurso político, Piovezani (2009) defende que houve um descompasso entre as transformações do objeto e o alcance interpretativo da teoria e do método que tentam compreendê-lo. Se no início dos anos de 1960 a AD centrava-se na análise da produção dos discursos políticos e nas formas de constituição do sujeito ao formular seus enunciados, só a partir da década de 80 a circulação dos textos tornou-se pauta incontornável (Sargentini, 2015). A esse propósito, Piovezani (2009) ressalta que as diversificações dos objetos de análise na altura dos anos de 1980 impunham reformulações teóricas e metodológicas, que afastavam a AD do marxismo althusseriano e a direcionava às novas *materialidades discursivas*, ao papel da *memória* e do *acontecimento discursivo*:

Tivemos de esperar até o início dos anos de 1980 para que Michael Pêcheux começasse a apontar as mudanças sofridas pelo discurso político. Em seus últimos textos, Pêcheux fala dessas metamorfoses, reiterando que o campo discurso político estava, já naquele período, decididamente midiático. A *língua de madeira* (dura e hermética) havia se transformado em *língua de vento* (flexível, cotidiana, mas quase nada referencial) e as eleições pareciam cada vez mais manifestações esportivas transmitidas pela mídia (Piovezani, *idem*, 173, grifos do autor).

Ao considerar, como propõe Gregolin (2007, 13), a mídia como prática discursiva, produto da linguagem e do processo histórico, apreender o seu funcionamento depende da análise da circulação dos enunciados, das posições dos sujeitos nela inscritos, das materialidades que dão corpo aos sentidos e das relações estabelecidas entre os enunciados, a história e a memória. Por isso, compreende-se a fala de Marques (2000) ao propor que a análise do discurso contemporânea fique incompleta se não abarcar os meios de comunicação de massa, uma vez que são os *mass media* que passam a ditar as regras do jogo político, pois, ao modificarem a audiência, modificam também as regras de comunicação, de construção textual e também de conteúdo discursivo (Marques, *idem*, 52).

Assim, se as transformações tecnológicas do último século impactaram direta e progressivamente os modos de produção do discurso político, de modo que, como sugere Piovezani (2009, 176), torna-se impossível fazermos a mesma AD quando se trata de analisar o discurso político tradicional escrito e quando se trata de examinar as novas formas³², no qual, em consonância com a linguagem verbal, o corpo e a voz participam constitutivamente da produção de sentidos, as últimas décadas do século XX viram, com o advento da internet e dos modos de interação *on-line*, a fala política ganhar novos predicados e se tornar, como veremos, ainda mais “refém dos meios de circulação” (Sargentini, 2015, 217).

4.1 A Midiatização

A relação dos seres humanos com a realidade se dá com base no significado que atribuem a essa realidade por meio da interação social ou, antes, por meio da linguagem como elemento estruturante das relações sociais (Correia, 2005, 9). Se, como vimos, os efeitos de sentido são materializados num texto cujo interdiscurso não é transparente e cujo sujeito não é a origem de sentido, podemos ponderar, na esteira de Gregolin (2007), que a coerência visível em cada discurso é efeito de uma construção discursiva em que o sujeito é capaz de interpretar apenas fragmentos de sentidos que circulam no real social, fazendo com que a mediação desempenhe um papel fundamental na constituição da experiência que temos do mundo (Correia, *idem*). Em outras palavras, podemos compreender que a construção de um discurso/texto depende de um trabalho de controle, delimitação, classificação, ordenamento e distribuição de acontecimentos discursivos dispersos que são unificados por um mediador, de modo a produzir uma ilusão de “unidade” do sentido. É por meio desse processo que, de acordo com Gregolin (2007), as mídias desempenham seu papel de mediação entre seu público e a realidade³³.

Assim, se ao partirmos da ideia de que o indivíduo não tem acesso direto aos sentidos, ou antes, que é próprio de toda a formação discursiva dissimular a objetividade material contraditória do interdiscurso - uma vez que a interpretação ou atribuição de sentido se realiza através do complexo de formações ideológicas que fornece “a cada sujeito” sua “realidade” enquanto sistema de evidência e de signações percebidas, aceitas e experimentadas (Pêcheux, 2014, 149) - nos sentimos impelidos a reconhecer a função da

³² O trabalho de Piovezani aborda especificamente a produção discursiva televisiva. Todavia, consideramos, no que diz respeito ao uso dos recursos áudio visuais, que a internet (nosso objeto de pesquisa) se vale, ainda que de maneira particular, dos mesmos mecanismos de produção de sentido que outrora eram exclusivos da TV.

³³ O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta. Na sociedade contemporânea, a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente (Gregolin, 2007, 16)

mídia como representante da formação discursiva dominante, pela qual o indivíduo é interpelado em sujeito por meio da identificação. Grosso modo, podemos compreender o espaço midiático como o articulador do que é dado a ver e perceber³⁴, uma vez que é ele o responsável por *materializar* na linguagem os efeitos de sentido que circulam no espaço social (Gregolin, 2007). Para isso, a mídia (como acontecimento discursivo) propõe um ponto de encontro entre uma atualidade e uma memória que intervêm, como um gesto de interpretação, no real do sentido (Orlandi, 2012, 57). Para significar um acontecimento, os meios de comunicação³⁵ colocam em contradição o que se esquece e o que não é para esquecer sob um efeito de presentificação (atualidade) que, de acordo com Orlandi (2012), é produzido pelo jogo do interdiscurso (memória discursiva) e da memória institucional (a de arquivo). Segundo Gregolin (2007), memória e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação do presente por meio de figuras que são constantemente recolocadas em circulação, permitindo, assim, movimentos interpretativos, retomadas de sentidos e seus deslocamentos:

Esse efeito de “história ao vivo” é produzido pela instantaneidade da mídia, que interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado (Gregolin, *idem*, 16).

Desse modo, o autor propõe que podemos pensar a mídia como prática discursiva, produto da linguagem e processo histórico, cuja apreensão do funcionamento depende da análise da circulação de seus enunciados, da posição dos sujeitos nela assinalados, das materialidades que dão corpo aos sentidos e das articulações que os enunciados estabelecem com a história e a memória.

Localizado na esfera pública entre a instância política e a instância cidadã³⁶, a instância midiática, que completa a tríade, é um suporte organizacional que se apossa das noções de “comunicação” e “informação” para integrá-las em suas diversas lógicas - econômica, tecnológica e simbólica³⁷ (Charaudeau, 2013, 15). Considerando a sociedade um local de intensos movimentos, onde micropoderes sintetizam e põem em circulação as

³⁴ “O “pré-construído” corresponde ao “sempre já aí” da interpelação ideológica que fornece-impõe a “realidade” e seu “sentido” sob forma da universalidade (o “mundo das coisas”), ao passo que a “articulação” constitui o sujeito em sua relação com o sentido, de modo que ela representa, no interdiscurso, aquilo que determina a dominação da forma sujeito” (Pêcheux, 2014, 151, grifos do autor).

³⁵ Orlandi (2012) aborda o documentário como acontecimento discursivo.

³⁶ “Em toda sociedade, a relação mídias—democracia implica três instâncias: a instância política, a instância cidadã e, espremida entre as duas, se é que se pode falar assim, a instância midiática propriamente dita. E dessa realidade que é preciso tomar consciência: não há relação dual entre o midiático e o político, como não há relação dual entre o midiático e o cidadão. Trata-se de uma relação triádica entre o político, o midiático e o cidadão, sendo que cada uma dessas entidades se define através das outras, o que traz várias consequências: seria ingênuo acreditar que poderia haver uma relação sem ambiguidade entre a instância de informação e a instância política; além disso, seria presunçoso pensar que é fácil delimitar o que é a consciência cidadã; e, por fim, seria enganoso fazer crer que a instância midiática pode dominar a totalidade dos efeitos que saem da máquina de informar” (Charaudeau, *idem*, 277).

³⁷ Segundo o autor, as lógicas se estruturam da seguinte forma: econômica (fazer viver uma empresa), tecnológica (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólica (servir à democracia cidadã).

vontades de verdade de determinados grupos sociais, os discursos nela produzidos se confrontam e se digladiam em batalhas em torno do dispositivo identitário (Gregolin, 2007, 17). Desse modo, ainda segundo a autora, sendo a mídia um elemento social, não poderíamos considerar que a construção discursiva que dela emerge seja isenta desse trabalho de produção de identidade ou, em outras palavras, do estabelecimento de verdades que, sendo históricas, são relativas, instáveis e estão em permanente reconfiguração³⁸:

Ao mesmo tempo, o trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos mitos – a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos. Essas funções são asseguradas pela ampla oferta de modelos difundidos e impostos socialmente por processos de imitação e formas ritualizadas. Esses modelos de identidades são socialmente úteis, pois estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e pensar que simbolicamente inserem o sujeito na “comunidade imaginada” (Gregolin, *idem*).

É nesse contexto que parece estar inserida a lógica simbólica que integra o papel da mídia; trata-se, segundo Charaudeau (2013), da maneira pela qual os indivíduos regulam as trocas sociais, constroem as representações dos valores que subjazem às suas práticas, criando e manipulando signos e, por conseguinte, produzindo sentido. Para Correia, o processo de mediação linguístico operado pela mídia tornou-se um elemento incortornável na formação das culturas, na socialização e na constituição da personalidade: “a modulação das consciências individuais e coletivas é, cada vez mais resultado de uma actividade que implica, decisivamente, a mediação simbólica exercida de modo institucional e profissional, pelos meios de comunicação” (2005, 13).

É, justamente, por ocupar um espaço amplo de atuação no sistema de relação social que, assim como propõe Marques (2000, 52), a esfera midiática se ligou ao mundo político produzindo um dos mais importantes fatores de transformação da sociedade moderna³⁹. Correia (2005, 13) ressalta que diminuído o poder da religião, da família e da escola, e das formas de mediação que as acompanhava, enquanto mecanismos que asseguravam a regularidade nas dinâmicas sociais, os meios de comunicação em massa e os novos *media* passaram a exercer uma expressiva capacidade de controle:

Os sistemas de relação social tornaram-se inseparáveis da formulação de um imaginário, pelo que a atividade dos *media* faz parte do cerne do seu funcionamento. A acção política,

³⁸ Evidentemente que, sendo nosso objeto de estudo a análise do discurso político, tais considerações acerca do dispositivo midiático poderiam ser delegadas à competência dos estudos de mídia, no entanto, como propõe Gregolin (2007), consideramos pertinente a articulação entre os dois campos, uma vez que ambos têm em comum o interesse pelas produções sociais de sentido.

³⁹ “É esta capacidade de decidir da vida pública, pelo que, nomeadamente, se decide transmitir, que faz da comunicação social o quarto poder” (Marques, 2000, 52).

com toda a actividade social, é, de modo crescente, povoada de crenças, de convenções e símbolos (Correia, idem)

Ainda que, como propõe Charaudeau (2013), as mídias não sejam uma instância de poder, uma vez que não são dotadas de meios restritivos (regras de comportamento, normas ou sanções), o poder que delas emerge é o poder da influência no saber⁴⁰, no pensar e no sentir. É justamente o poder de arbitragem do espaço midiático que, para (Marques, 2000, 52), dá aos seus atores autoridade para ser interlocutor à altura dos políticos ou até mesmo para superá-los: “É esta capacidade de decidir da vida pública, pelo que, nomeadamente, se decide transmitir, que faz da comunicação social o quarto poder”.

Marques (idem) ressalta ainda que ao mudar o palco de atuação discursiva dos governantes - antes restrita, agora heterogênea, anônima e ilimitada - a máquina midiática muda também a relação que se estabelece sobre a opinião pública, agora mensurada por sondagens e estatísticas, o que, por consequência, interfere diretamente na forma de fazer política/discurso político e, no caso dos meios de comunicação, de produzir discurso sobre a política. Entretanto, como aborda Charaudeau (2013, 58), ainda que os *media* apresentem-se como um organismo especializado que, por vocação, respondem a uma demanda social por dever de democracia, não se deve desconsiderar que o espaço midiático, além da lógica simbólica, também se sustenta por uma lógica econômica, ao fabricar um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de troca e dos bens de consumo.

O problema que daí emerge é que, segundo Correia (2005), ao mesmo tempo em podemos pensar os *media* como uma instância de competição na luta pela definição e construção da realidade social, sem a qual seria utópico falar em decisão democrática, é esse espaço também que, muitas vezes, representa um obstáculo real às possibilidades dessa mesma deliberação, isso porque, entre outros fatores, a introdução das regras do espetáculo e a pressão das normas publicitárias produziram os já mencionados efeitos de despolitização no conteúdo midiático:

Os governos, na sequência do aparecimento da publicidade imediatamente criaram taxas e impostos que garantissem a propriedade burguesa da imprensa. Os anunciantes mantiveram uma relação com os novos *medium* que privilegiou as publicações que sublinhassem os valores estabelecidos discriminando jornais que contrariavam os seus preconceitos políticos. Muitos jornais da esfera pública plebeia acabaram por se despolitizarem deslocando a sua relação com as classes populares para o plano do sensacionalismo (Correia, idem, 105).

⁴⁰ “O discurso informativo não tem uma relação estreita somente com o imaginário do saber, mas igualmente com o imaginário do poder, quanto mais não seja, pela autoridade que o saber lhe confere. Informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade de transmissão (“poder de dizer”)” (Charaudeau, idem).

Assim, se por um lado, como é evidente em qualquer instrumento de poder, a mídia se vale da linguagem para exercer sua dominação e, por isso, não é indiferente quanto ao discurso como objeto de desejo⁴¹ ou, em outras palavras, quanto a obter o reconhecimento de seu ponto de vista; por outro lado, como propõe Correia (2005), a lógica de concorrência e de livre mercado imposta aos meios de comunicação pode ser responsável por delegar ao posicionamento ideológico um papel secundário: “a existência de concorrência pode prejudicar a representação dos interesses dos vendedores de mensagens na distribuição de uma mensagem que apenas reflecta os seus pontos de vista” (Correia, idem, 7). Ao contrário, perante as pressões da economia da atenção, as informações tornaram-se subordinadas ao envolvimento emocional do público, uma vez que, como propõe Charaudeau (2013), o espaço midiático se vê condenado a mobilizar a afetividade do espectador, a fim de desencadear o interesse pela informação que lhe é transmitida⁴².

A necessidade em se projetar a um número cada vez maior de ouvintes, leitores e telespectadores é responsável, como sugere o autor, pela divisão da atuação midiática entre a função de informar e a preocupação em atrair/interessar o público. Ao ter como foco a atenção de um número planetário de espectadores, a mídia abandona seu pretensão papel de contra-poder e reflexo da sociedade e se transforma em um espelho infiel da realidade, ao expor acontecimentos selecionados por critérios de visibilidade. É nesse ponto que, como sugere o autor, a esfera política tem a mídia como objeto de suas atenções, uma vez que é por meio dela que as figuras de poder ganham notoriedade:

A obrigação de escolha segunda a notoriedade, e particularmente no mundo político, faz com que as mídias se tornem o receptáculo da palavra do *establishment*, seja quando funcionam como transmissores, seja quando provocam o processo evenemencial ao suscitar declarações por parte desses mesmos atores. Vê-se assim que os acontecimentos não residem nos próprios fatos, mas nas reações dos políticos ou das personalidades notáveis. Pois aqui é como brincadeira de gato e rato: as mídias só podem relatar o visível das ações e do discurso político; como os políticos sabem disso, mostram o visível que querem, o qual, verdadeiro ou falso, está destinado a mascarar uma outra coisa, com fins estratégicos (Charaudeau, 2013, 193).

Assim, se por um lado os acontecimentos são suscitados pelo poder político com fins estratégicos, uma vez que, ao selecionar as informações a apresentá-las, os meios de comunicação impedem que outro acontecimento chegue ao conhecimento do cidadão, por

⁴¹ Resgatemos Foucault (1996, 10) quanto ao discurso como objeto de desejo: “Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder”.

⁴² “O efeito produzido por essa visada encontra-se no extremo oposto ao efeito de racionalidade que deveria direcionar a visada de informação.[...] Para satisfazer esse princípio de emoção, a instância midiática deve proceder a uma encenação sutil do discurso de informação, baseando-se, ao mesmo tempo, nos apelos emocionais que prevalecem em cada comunidade sociocultural e no conhecimento dos universos de crenças que aí circulam - pois as emoções não são um inefável aleatório” (Charaudeau, 2013, 92).

outro lado, antes de as próprias mensagens políticas selecionadas serem emitidas, elas são sujeitas a estratégias no interior dos *media*, uma vez que “os fatos são relatados como histórias de interesse humano, as informações mesclam-se com entretenimento, o material mais complexo é repartido em fragmentos mais pequenos” (Correia, 2005, 66). Com isso, Correia (idem) pontua que uma parte substancial dos temas sociais da agenda pública dificilmente ganharia relevância sem as estruturas comunicativas da esfera pública que competissem com o centro do sistema político e com a influência do dinheiro, fato que faz com que os próprios *media* confrontem-se com interesses conflitantes entre si, ao verem-se obrigados a conciliar pontos de vista econômicos, culturais, profissionais, ideológicos e políticos:

Apesar de serem empresas que implicam normas rígidas de especificação produtiva destinadas a conseguir a melhor adequação possível entre os seus produtos e as necessidades de mercado, os *media* geram espaços onde se confrontam pretensões de validade conflituais que contribuem, de modo decisivo, para equacionar a legitimidade do sistema político (Correia, idem, 67).

Charaudeau (2016) chama a atenção para procedimentos de encenação da atualidade que faz com que a mídia atue em um jogo de desinformação da opinião pública, por meio do que o autor denomina como “superatualização”, repetindo incessantemente os acontecimentos e notícias mais dramáticas. Essa necessidade de audiência, somada à relação de interesses, expressa na aliança, segundo Charaudeau, muitas vezes necessária entre mídia e política, produzindo o já mencionado efeito de espetacularização em volta das figuras de poder:

A “superdramatização” (a dramatização exacerbada) é uma característica do discurso de informação das mídias na maneira de relatar e comentar os acontecimentos. Para atrair o público, trata-se de construir o acontecimento numa narrativa suscetível de ter um impacto emocional, como se vê em algumas manchetes [...]. Uma superdramatização que, usando como o amálgama, a descrição das causas apresentadas de maneira sucinta e as interpelações denunciantes, constrói uma encenação em torno da tríade vítima/agressor/salvador. Esses procedimentos concorrem para tratar a informação com uma tendência a acentuar a *peopolização* do mundo político, transformando os atores políticos em verdadeiras “estrelas” (Charaudeau, 2016, 121)⁴³.

Na medida em que o processo de democratização da atividade política deu aos meios de comunicação um importante lugar - que não é neutro nem amorfo - de mediação e divulgação (Marques, 2000, 53), a atuação midiática impulsionou a mistura entre público e privado que se até ali esteve de certa forma relacionada com as notícias do mundo das celebridades, a partir das eleições pelo sufrágio universal, se estendeu progressivamente

⁴³ Entendemos serem idênticos os procedimentos que caracterizam o fenômeno de *peopolização* (Charaudeau, 2016) e espetacularização (Piovezani, 2009).

ao mundo político, produzindo o que Piovezani (2009) denomina como processo de despolitização e espetacularização.

Se por um lado a validação supostamente isenta, ou antes, a simples menção constante da imagem de figuras políticas pelos meios de comunicação pode atuar como recurso legitimador das figuras de poder, por outro, os discursos veiculados pela mídia operam um jogo de constituição de identidades “assegurada pela ampla oferta de modelos difundidos e impostos socialmente por processos de imitação e formas ritualizadas” (Gregolin 2007, 18). A autora sugere que a mídia, por meio da circulação constante de enunciados que promovem modelos de comportamento, fornece verdadeiras próteses de identidade, levando os sujeitos a viver uma tensão constante entre o desejo de singularização e a necessidade de pertencimento⁴⁴.

Nesse ponto, podemos resgatar Orlandi (2012) quanto ao progresso dos novos modos de assujeitamento do marketing político contemporâneo, cuja gestão da subjetividade atua, de modo semelhante ao das demais propagandas, com base na aspiração ao laço nascido do isolamento e do caráter impessoal da lei na democracia. Assim, se como vimos em Piovezani (2009), uma das ilusões necessárias ao discurso político recai sobre a construção de identidade do ouvinte, a mídia auxilia de modo a reconstruir, reformatar e propor novas identidades, ainda que, como propõe Gregolin (2007), não haja apenas passividade diante desse agenciamento coletivo da subjetividade, mas, havendo, pelo contrário, pontos de fuga, de resistência e de singularização:

Ao mesmo tempo, há uma tensa relação entre a mídia e seus leitores: a subjetividade é fabricada e modelada no registro social, mas os indivíduos vivem essa subjetividade tensivamente, reapropriando-se dos componentes fabricados e produzindo a singularização, criando outras maneiras de ser. Se só houvesse submissão, não haveria produção de novos sentidos. Acontece que não há agenciamento completo das subjetividades, mas um permanente entrelaçamento móvel entre as forças de territorialização e as de desterritorialização, ambas agindo e provocando contradições (Gregolin, *idem*, 23-24).

Desse modo, por meio da mediação linguística, a linguagem dos media suscita perplexidades visíveis que se fazem sentir nas contradições instaladas entre o desejo de sintonia dos meios de comunicação de massa com as normas consensualmente aceitas e as influências dos mesmos na segmentação e na fragmentação cultural, “designadamente as resultantes da composição, recomposição e formação de identidades sociais” (Correia, 2005, 11). Num contexto de mediatização generalizada, muitas das identidades

⁴⁴ “A subjetividade não se situa no campo individual, mas no de todos os processos de produção social e material e, conseqüentemente, o sujeito moderno é um consumidor de subjetividade: ele consome sistemas de representação, de sensibilidades. A subjetividade está em circulação, é essencialmente social, assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares. Colocando em circulação enunciados que regulamentam as formas de ser e agir, os meios de comunicação realizam um agenciamento coletivo de enunciação, entrecruzando determinações coletivas sociais, econômicas, tecnológicas etc” (Gregolin, *idem*, 21).

emergentes, do imaginário e da visão de mundo dependem dos meios de comunicação que, sob o signo do multiculturalismo, se organizam por segmentos alvos e subculturas de consumo para capitalizar em diferentes grupos identitários (Correia, *idem*).

Considerando o que a identidade se constitui em um campo de forças conflituais entre os processos de afirmação da individualidade e a intervenção de uma consciência coletiva (Correia, 2005), o discurso da figura política, segundo Piovezani (2009), parece ter-se moldado às regras da comunicação de massa, de modo que o locutor deva-se dirigir ao espectador, construindo o efeito de que está-se dirigindo a cada um dos indivíduos que compõem a imensa multidão invisível e anônima⁴⁵. Ora, estando somado a isso o fato de que os meios de comunicação parecem contribuir, segundo Gregolin (2007, 21), com um agenciamento coletivo de enunciação, entrecruzando determinações coletivas sociais, econômicas, tecnológicas ao colocar em circulação esses enunciados que regulamentam as formas de ser e agir, a identificação do público com determinado ator/partido político, tendo a mídia como mediadora, parece fazer, de acordo com Piovezani (2009), com que o espetáculo político se assemelhe ao produzido pelo esporte, pois em ambos há o vencedor e o vencido, as equipes, os líderes e os árbitros que se apresentam em um jogo repleto de livre concorrência de mercado:

O esporte político é a continuação da guerra por outros meios. A luta de classes, os embates ideológicos, o recuo das paixões bélicas e da veemência verbal promoveram uma “democracia esportiva”, na qual a assistência se parece mais com simpatizantes de uma determinada tendência ou com torcedores eventuais de um time interessante do que com militantes apaixonados por uma causa (Piovezani, 2009, 273).

Do mesmo modo, como consequência da imagem “artificial” dada aos pronunciamentos gravados, uma vez que, com a metamorfose dos meios técnicos de produção e distribuição do discurso político a desconfiança que ronda a fala pública se agravava (Piovezani, 2009)⁴⁶, o marketing político parece ter passado a depender cada vez mais da interferência jornalística, cujo estatuto de mediador e testemunha, segundo Marques, pode contribuir para a criação do efeito de verdade:

A mediatização das sociedades modernas faz deles não só observadores mas também testemunhas, em sentido mais complexo – porque estão a testemunhar, a conhecer um determinado acontecimento – mas, e primordialmente, vão dar testemunho do que

⁴⁵ “A regra e, ao mesmo tempo, o desafio consistem em instaurar uma relação pessoal com uma massa praticamente desconhecida. Nesse contexto, a conversação apresenta-se como um gênero discursivo bastante propício para o estabelecimento dessa estranha identificação entre o político que fala e a multidão de indivíduos isolados que a recebe separadamente: “Ele pode falar em meu nome, porque fala como eu e para mim” (Piovezani, 2009, 270).

⁴⁶ “Falar francamente, em uma autêntica situação de interlocução, é um dos efeitos mais almejados por um discurso frequentemente taxado de mentiroso. Esse estigma que persegue o discurso político, pelo menos desde a Antiguidade, é reforçado por fatos históricos mais recentes, pelo funcionamento do próprio campo discursivo político nas democracias representativas, pelas denúncias midiáticas de escândalos políticos e pelo atual processo de produção dos discursos políticos na *têve*” (Piovezani, 2009, 271).

viram, do que observaram, do que ouviram e, também, do que pensaram, porque os jornalistas não são meros veículos de (re)transmissão. Eles entram no círculo comunicativo e marcam seu ponto de vista, pela função seletiva que exercem em relação aos excertos discursivos a transmitir, mais ainda, pela perspectiva que os mostram, construindo um novo mundo polifônico através do discurso relatado (Marques, 2000, 170).

Ainda que a estreita relação entre os campos político e midiático seja inegável, a literatura acerca do tema é repleta de contrastes. Enquanto alguns autores atribuem à esfera política o papel de dominância, restando aos meios de comunicação quase nenhuma autonomia ou impacto significativo sobre a primeira, no outro extremo, defende-se uma submissão persistente da política à mídia (Rubim e Colling, 2005, 22). Nesse jogo entre quem detém o maior poder, Charaudeau (2013) parece considerar que a mídia, ao seguir uma lógica comercial, não apenas colabora com a pretensa manipulação dos meios políticos, como contribui com sua própria manipulação⁴⁷.

4.2 Novas Mídias e as Eleições no Brasil

Consideramos pertinente dar atenção ao papel da mídia como fator importante de constituição do discurso dos atores políticos não apenas pelos motivos já mencionados, de ser ela o meio que proporciona o encontro entre a produção e a recepção discursivas (Piovezani, 2009, 150-151), mas também e, sobretudo, porque os chamados novos meios de comunicação parecem exercer, cada vez mais, um protagonismo nos movimentos e reconfigurações que envolvem o discurso político (Sargentini, 2015).

O surgimento das ferramentas tecnológicas, em particular das plataformas de comunicação digital, transformou o sistema de emissão – antes de um para muitos, agora de muitos para muitos – e modificou o modelo de produção do discurso político, hoje intimamente ligado ao processo de consumo (Correia, Jerônimo & Gradim, 2019, 629). Em outras palavras, Sargentini (2015, 217) explica que a internet possibilitou a apreensão de todos os materiais de suporte⁴⁸ do discurso político, simplificou a captação desses produtos de divulgação e, como consequência, constrangeu a forma de produção desse

⁴⁷ As mídias têm pouca margem de manobra, estando presas a uma concorrência comercial que as leva a manter a visibilidade de sua grade de informação para, ao mesmo tempo, fazer como os outros e ser diferente, a fim de evitar a mudança de canal dos telespectadores ou o abandono, ainda que provisório, de leitores ou ouvintes. O efeito de retorno perverso que ressalta desse estado de fato é que, para o consumidor de informação, o mundo é apresentado através de uma visão espacial e temporal fragmentada, embora as mídias pretendam fornecer uma visão coerente e inteligível. O poder político é também parte interessada na construção da agenda midiática e, de maneira geral, no jogo de manipulação. Há uma guerra entre políticos e jornalistas, guerra simbólica, mas cujo objetivo é influenciar a opinião pública. Dessa guerra, desse jogo, as duas partes beligerantes têm consciência (Charaudeau, 2013, 257).

⁴⁸ “Diante desse grande arquivo que é a internet, é possível rever a qualquer tempo os programas do HGPE; mas também conversar com o candidato e ter acesso aos diálogos entre os candidatos e seus eleitores, por meio das várias redes sociais como Twitter, Facebook, MySpace, Badoo [...] É ainda possível ao eleitor acessar os sites nos quais há conversas ao vivo com os internautas; ouvir, a qualquer momento, as produções do discurso político, bem como são mais facilitadas as formas de acesso e captação desse discurso” (Sargentini, 2015, 216-217).

discurso: “A construção discursiva das atividades políticas são produzidas na conjunção do marketing político e nesta fórmula produzem o acontecimento”.

De modo análogo, podemos referir que os recursos da internet nas redes sociais transformaram o marketing político, na medida em que possibilitaram uma espécie de contato direto entre candidatos e eleitores (Sargentini, *idem*) e promoveram uma maior participação do público na dinâmica do espaço político com a criação e compartilhamento de conteúdo e, não raro, no engajamento e na mobilização social (Almeida, 2019). A interatividade possibilitada nas redes e o conseqüente aumento de capilaridade do discurso político junto à população fazem dos recursos tecnológicos ferramentas cada vez mais expressivas na condução de campanhas e estratégias eleitorais:

Diferentemente das limitações impostas pelo rádio e pela TV, cujo número reduzido de emissoras e o controle prévio da programação pelos editores restringe, a rigor, o tempo e o alcance do discurso político, as MSD (mídias sociais digitais) proporcionam meios de conexão efetivos e representam um avanço inédito em matéria de interatividade e difusão. [...]O recurso à opção “curtir” e “reagir” no *Facebook*, por exemplo, assim como os comentários e compartilhamentos, permite aos responsáveis por perfis, páginas e publicações avaliar a recepção de suas produções de modo mais célere e distinto das modalidades de *feedback* da esfera midiática”(Oliveira, 2018, 231).

Oliveira (*idem*, 240) explica que a internet, longe de configurar um espaço neutro, impõe-se como um fator produtor e aglutinador capaz de contribuir para incrementar novas formas de participação política, uma vez que o comportamento coletivo influencia cada vez mais na esfera política, seja pela perspectiva de seus atores na formulação das estratégias eleitorais, seja pela do eleitor, ao agir politicamente.

A emergência dos eventos políticos e sociais que culminaram no cenário de crise e, conseqüentemente, nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil não está, nem de longe, à parte dessa influência dos novos recursos digitais (Almeida, 2019). O que fez do pleito presidencial de 2018 no Brasil um caso particular, foi o rompimento político-partidário que configurou a disputa eleitoral nas últimas seis eleições - organizada em torno do Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) - e promoveu uma troca radical no poder governamental com a queda da esquerda tradicional e a ascensão da direita ultraconservadora⁴⁹ (Abranches, 2019,12).

4.2.1 Formatação Ideológica da Extrema-Direita Brasileira

Compreender o funcionamento do discurso requer uma compreensão prévia de uma realidade múltipla que, afetada pela história, funciona pelo simbólico: “Logo,

⁴⁹ “Pela primeira vez a direita tem uma candidatura explícita no Brasil e encontra, também de forma inédita desde o fim da Segunda Guerra, movimentos de direita organizados partidariamente por toda a Europa, com destaque para os ultranacionalistas Ukip do Reino Unido e AfD na Alemanha, e, nos Estados Unidos, para a ala da ultradireita no partido Republicano ligada ao presidente Donald Trump” (Abranches, *idem*, 17).

entender o funcionamento do discurso requer circunspeção e análise profunda do próprio discurso e seu meio de difusão (a história)” (Teles, 2017, 38). Dito de outro modo, mais do que compreender o conceito de interpelação do indivíduo em sujeito do seu discurso por uma ideologia que pré-existe a esse sujeito (Pêcheux, 2014), trata-se de considerar a materialidade histórica a partir da qual se constrói o sentido social do discurso e sobre a qual o analista do discurso não pode deixar de se ater (Orlandi, 2012).

Em nosso entendimento, Pêcheux sugere que é a partir do conceito de “anterioridade” ou, do já mencionado “pré-construído”, que se forma o que o autor chama de “domínios de pensamento”:

O que chamamos de “domínios de pensamento” se constitui socio-historicamente sob a forma de pontos de estabilização que produzem o sujeito, com, simultaneamente, aquilo que lhe é dado ver, compreender, fazer, temer, esperar etc. É por essa via, como veremos, que todo sujeito se reconhece a si mesmo (em si mesmo e em outros sujeitos) e aí se acha a condição (e não efeito) do famoso “consenso” intersubjetivo por meio do qual o idealismo pretende compreender o ser a partir do pensamento (Pêcheux, 2014, 148).

Orlandi (2012) aborda a ideia de “memória social” a partir da qual as representações simbólicas do espaço coletivo são construídas. Nessa abordagem, a relação criada por meio do discurso entre memória e imagem é a base da constituição do que a autora chama de “*eficácia simbólica*”. Assim, como já dissemos no início deste trabalho, a linguagem tem o papel de mediador entre o sujeito e a realidade natural e social (Orlandi, *idem*), ou seja, um poder simbólico de construção da realidade por meio da qual se estabelece a luta pela hierarquia dos princípios de dominação (Bourdieu, 1989).

Dito isso e, considerando que a eleição de Bolsonaro foi resultado de uma série de processos estruturais e complexos que configuraram parte da conjuntura brasileira pelo menos desde 2013, momento que recrudescer, segundo Almeida (2019a, 207), um *amalgama de valores culturais* e uma concentração de forças políticas que deram origem à chamada “Nova-Direita”, devemo-nos perguntar qual o espaço simbólico que os aspectos ideológicos da direita ocupam no imaginário político do povo brasileiro. Evidente que abarcar as fronteiras ideológicas que demarcam o campo da direita no Brasil apresenta certas complexibilidades, em primeiro lugar, por que o país não passou pelos mesmos processos históricos que moldaram as visões de política no continente europeu (Tarouco & Madeira, 2013, 157); em segundo lugar, por que mesmo na Europa (berço da fronteira ideológica entre esquerda e direita) a história da direita abrigou muitas vertentes políticas particulares - desde o nazismo e o fascismo até ao liberalismo clássico (do tipo humanista) - (Cepêda, 2018, 44)⁵⁰. No entanto, Kaysel (2015) considera que a trajetória da direita no

⁵⁰ Cepêda (2018) defende que o aspecto unificador deste amplo espectro da direita é a aceitação, ou antes, a defesa da desigualdade como ordem natural e limite de toda a ação política.

Brasil parece ter nascido junto com o próprio processo de independência do país, sendo o conservadorismo, ainda que não radical, o “maciço central” de constituição cultural: “Assim, a direita, ou melhor, as direitas têm no Brasil uma longa história, sem a qual a atual onda reacionária se torna incompreensível, como “um raio em céu azul” (Kaysel, 2015, 51).

Para Almeida (2019), a atual onda reacionária pode ser compreendida a partir das reações regressivas e de distinção social, sobretudo entre a classe média, resultante da ruptura com o *status quo* social, econômico e cultural desencadeados pelos programas políticos da era petista. O descontentamento da alta classe média com as políticas igualitárias dos governos de esquerda ficou evidente já nas eleições de 2006, momento em que ocorreu um realinhamento eleitoral que destacou as tendências conservadoras que viriam a ser reforçadas durante o processo de crise⁵¹ e que se projetou nos anos seguintes: “Essa eleição é importante por explicitar dois movimentos fundamentais subjacentes ao “lulismo” na política brasileira: a adesão do subproletariado e o afastamento da alta classe media em relação a plataforma política representada pelos governos do PT” (Cavalcante, 2015, 178).

Ressaltemos, nesse sentido, o princípio de alteridade abordado por Cepêda como uma forma de compreender o reposicionamento do campo conservador como resposta à evolução da igualdade:

Temos aqui tanto o pressuposto da alteridade das fronteiras, definidas pelo princípio da recusa, quanto a percepção de resignificação contínua dos campos ideológicos que se movimentam em torno do eixo da igualdade/inclusão: se a esquerda avança incluindo, a direita organiza-se recusando (Cepêda, 2018 48).

Cavalcante (2015) propõe que o maior aglutinador da oposição ou, antes, do reposicionamento da ala conservadora contra a esquerda, representada pelo PT, foi a pauta anticorrupção. Ainda que a corrupção seja estrutural, como propõe o autor, a qualquer sistema político que esteja inscrito no interior da luta entre frações da classe dominante e grupos econômicos - sendo as particularidades do processo de formação do Brasil uma mola propulsora desse mal - para que a luta contra a corrupção ganhe projeção entre camadas sociais, outros interesses precisam ser despertados. Desse modo, o antipetismo se projetou no discurso anticorrupção e contra a velha política e agiu como porta de entrada para as discussões no campo das moralidades que marcou a campanha de Bolsonaro (Almeida, 2019a). Alonso (2019) defende que o tema da corrupção se espalhou em todos os segmentos conservadores do tabuleiro político e social, dando

⁵¹ O autor reitera o acirramento da oposição da classe média e a radicalização dos grupos liberais e conservadores durante as manifestações de 2013.

origem ao que a autora chamou de comunidade moral Bolsonarista, a representação mais emblemática da atual extrema-direita brasileira.

Cepêda (2018) propõe uma análise que se mostrou útil na compreensão de alguns aspectos que permitem delinear algumas diferenças entre a direita dita moderada e a extrema-direita. A Autora propõe algumas delimitações lexicais que permitem nos aproximar de maneira menos abstrata do que pode ser entendido como extrema-direita ou direita radical:

Nas teses centrais da personalidade autoritária ressalto a adesão à moral dominante (convencionalismo e submissão acrítica), a agressividade pautada na recusa do outro e no seu controle, a beligerância e a inclinação ao binômio submissão/ dominação (submissão ao mais forte e reconhecido como centro de autoridade de um lado e opressão aos demais ou aos “de baixo” por outro (Cepêda, 2018, 45-46).

Lowy (2015) ressalta que se os contextos pós-guerra pareciam ter atenuado o marco histórico das políticas de extrema direita, detidamente as correntes fascistas na Europa da década de 1930, promovendo um período do chamado Estado de bem-estar social (Codato, Bolognesi & Roeder, 2015), o novo levante do radicalismo de direita, não apenas no cenário europeu como no latino-americano nas últimas décadas, merece detida atenção. Guardadas as devidas proporções, já que nenhuma das políticas de extrema-direita na atualidade repete o fascismo totalitário vivido pela Itália e pela Alemanha do século passado, é a primeira vez que a extrema-direita alcança tamanha influência na política europeia:

O tema da luta contra a corrupção não é específico da extrema-direita, mas tem sido demagogicamente manipulado, com certo sucesso, por setores conservadores, na Europa e, sobretudo, no Brasil. No Brasil é uma velha tradição, desde os anos 1940, dos conservadores: levanta-se a bandeira do combate à corrupção para justificar o poder das oligarquias tradicionais e, segundo o caso, legitimar golpes militares (Lowy, 2015, 662).

Lowy (idem) propõe que, ainda que a intolerância com as minorias sexuais, a ideologia repressiva e o culto da violência policial sejam aspectos comuns entre a nova extrema-direita europeia e brasileira, o apelo aos militares é o que diferencia o caso brasileiro. Para muitos autores, no entanto, essa e outras particularidades da atual extrema-direita no Brasil tem suas raízes em um momento histórico ainda não superado. Marcado por um passado ditatorial recente, o Brasil viveu sob a influência da direita conservadora remanescente do regime militar por pelo menos duas décadas após a transição democrática (Codato, Bolognesi & Roeder, 2015)⁵². A inserção de antigos entusiastas e

⁵² Os autores ressaltam que uma parte importante da sustentação do governo FHC veio da direita tradicional que garantiu, politicamente, a agenda de reformas neoliberais. Importante apontar que, como sugerem Tarouco & Madeira (2013), a transição democrática brasileira se valeu da inserção de apoiadores do regime na

apoiadores do regime na nova realidade pluripartidária dos anos de 1980 deu ao governo militar, ainda que de forma precária, o leme do processo político (Reis, 2019, 274).

Foi entre os anos de 1980 e 1990 que o conservadorismo de costumes, com o intuito de preservar a família tradicional, somado a uma ética econômica baseada na teologia da prosperidade, em que a ascensão social é sinal da ação divina, promoveram numa fatia da população, cada vez mais representada na instância política, disposições empreendedoras de caráter individualista (Almeida, 2019a, 42). Vemos, nesse sentido, a influência do neoliberalismo econômico norte americano que, adaptado ao conservadorismo de costumes, foi incorporado à direita e passou a moldar o pensamento político da sociedade brasileira pós-ditadura:

Os anos 1980 também testemunharam uma importante mudança nas clivagens ideológicas que delineavam o campo da direita. Se antes da transição democrática, o apoio à ditadura era a principal baliza que definiria o pertencimento à direita, durante o processo de democratização, em especial no bojo do momento constituinte (1987-1988), a direita abraçaria a defesa de políticas de liberalização econômica, ditas “neoliberais”, como seu principal traço programático (Kaysel, 2015, 68).

A igreja católica, matéria prima principal na construção identitária do Brasil colônia, ainda exercia seu protagonismo e também abraçou uma ampla fatia dos projetos moralizantes e de controle social durante o período ditatorial brasileiro (Kaysel, 2015, 64); no entanto, foi a teologia da prosperidade dos neopentecostais, que segundo Almeida (2019), fortaleceu o discurso de prosperidade material e defesa do patrimônio privado. Kaysel, por seu turno, defende que ainda no período ditatorial os preceitos cristãos resgataram a aversão ao comunismo como mais uma bandeira da direita brasileira:

O poder de convocatória dessa prédica, que associava o anticomunismo à defesa da fé e dos valores cristãos, ficou patente nas multitudinárias “Marchas Com Deus, Pela Família e a Liberdade”, da qual a marcha paulistana de 19 de março de 1964 é a mais conhecida, mas nem de longe o único exemplar (Kaysel, 2015, 64).

Nesses moldes, a direita brasileira pouco ou nada mudou em sua fase democrática. Com um processo de transição que preferiu silenciar o passado de repressão, a opção pelo esquecimento desse período, motivada por um otimismo no porvir, impediu o debate no processo de reformulação democrática, o que permitiu que muitos dos alicerces que sustentavam o regime ditatorial deixassem seu legado na política e na sociedade civil (Reis, idem). A própria militarização da polícia, promulgada na Constituição de 1988 (Reis, 2019) e o papel moderador das forças militares, frequentemente aclamadas pela

instância cidadã como mão interventora no processo político e social, reforça a presença da direita nas bases da estrutura política brasileira⁵³.

Almeida reforça a ideia de que os temas controversos em circulação hoje e na década de 1980 são muito semelhantes. O que se transformou foi a legitimação de campo, enquanto no período pós-ditadura havia uma defesa envergonhada às pautas da direita, hoje a esquerda é o nome que não se diz.

Além do tempo da crise, a disputa política remeteu à reflexão sobre a democracia hoje e a ditadura militar, espectro que sempre sombreou os momentos críticos dos últimos anos. Esse tempo mais estendido denomino de *tempo da democracia*; afinal, o que está em jogo são, de um lado, os direitos civis e sociais assegurados pela Constituição de 1988 e, de outro, a tentativa de desconstrução da memória histórica oficial do que foi o regime militar (Almeida, 196).

Quanto à extrema-direita atual, Almeida (2019) explica que a religião reconfigurou-se e passou a atuar sobre as normas em forma de leis ou de costumes, do mesmo modo em que os militares foram aos poucos sendo inseridos no centro de poder (com a aprovação da opinião pública); debates acerca do papel do Estado na economia tornavam-se cada vez mais inflamados⁵⁴, ao mesmo tempo em que a ideologia anticomunista (re)emergia⁵⁵ nos debates da opinião pública, produzindo o palco social ideal para a apresentação do *ethos* discursivo de Bolsonaro.

4.2.2 O Processo de Crise e a Mdiatização Eleitoral

Evidente que a compreensão do resultado que se apresentou nas urnas depende de uma série de questões que merecem estudos específicos, entretanto, podemos dizer que os movimentos políticos, em paralelo com a ampla participação popular nos meios digitais, foram responsáveis por ampliar as fissuras que desencadearam uma crise que não apenas se estendeu até as eleições, como parece ter desenhado o cenário eleitoral (Almeida, 2019, 194).

⁵³ Kaysel (2015) aborda a genealogia das direitas brasileiras, considerando que a novidade que se apresenta nesse momento político e social brasileiro é a emergência de uma corrente assumidamente “de direita”, uma vez que o “orgulho direitista” parecia ter sido ofuscado, até agora, como uma consequência do período ditatorial.

⁵⁴ “O discurso a favor do “Estado mínimo” ancora-se, em grande medida, na recusa da corrupção, dos privilégios e da morosidade do setor público mais do que no apoio as agendas neoliberais, que tem pouco apelo popular. Não por acaso, são frequentes as alianças estratégicas entre liberalismo econômico e conservadorismo moral como forma de melhorar o desempenho eleitoral” (Almeida, 2019, 208).

⁵⁵ A aversão ao comunismo está, segundo Cepêda (2018), entre as variáveis mais comuns que ordenam os modelos do vasto campo da direita. Kaysel (2015) associa o anticomunismo aos preceitos religiosos, sobretudo católicos, que tiveram papel de destaque na aliança das direitas no Brasil: “O conservadorismo católico ainda era poderoso, controlando a hierarquia eclesíástica. O poder de convocatória dessa prédica, que associava o anticomunismo à defesa da fé e dos valores cristãos, ficou patente nas multitudinárias “Marchas Com Deus, Pela Família e a Liberdade”, da qual a marcha paulistana de 19 de março de 1964 é a mais conhecida, mas nem de longe o único exemplar” (Kaysel, 2015, 65).

Ainda que a atividade política raras vezes tenha gozado de prestígio na opinião pública nacional, estando, ao contrário, majoritariamente subordinada às suspeitas e desconfianças, a perda da bandeira da ética do campo da esquerda, representado pelo Partido dos Trabalhadores (PT), que começou a se acentuar em torno do escândalo do Mensalão (2011/2012) e foi seguido pela divulgação dos esquemas de corrupção da Petrobrás (Petrolão), parecem, segundo Almeida (2019), ter aprofundado o descrédito dos políticos e da própria política, gerando em parte da população o desejo por opções vindas de fora do sistema político e, até, contrárias a ele. Somado a isso, assistiu-se ao protagonismo político e midiático da Procuradoria Geral da República (Ministério Público) e da Polícia Federal conquistado por meio das investigações e indiciamentos de empresários da construção civil, representantes do Executivo e Legislativo, burocratas de partidos e diretores de empresas estatais resultantes do processo político-jurídico da Lava-Jato (2014):

As delações premiadas contra políticos e empresários; as manifestações de rua em 2013, 2015, 2016 e 2018; o impeachment de Dilma Rousseff; o julgamento no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) da chapa Dilma-Temer; os dois pedidos de impeachment contra Michel Temer; a intervenção federal no Rio de Janeiro com as Forças de Segurança; o assassinato da vereadora Marielle Franco, do Partido Socialismo e Liberdade (psol-rj), e de seu motorista Anderson Gomes; a prisão de Lula; o locaute dos caminhoneiros que paralisou o país; a ameaça autoritária nas eleições de 2018; entre outros. Tudo tem se passado como se estivéssemos em um mesmo processo social que se desdobrou em duas grandes coordenadas: na horizontal, o movimento de perda de legitimidade do sistema político com a judicialização da política e a politização da justiça, e, na vertical, o descompasso entre esse sistema e a sociedade (Almeida, 2019, 192).

Durante este longo e complexo⁵⁶ processo que, como dissemos, parece ter fortalecido as pautas conservadoras, o discurso antipetista e o apelo das candidaturas antissistêmicas, a instância cidadã se movimentava virtualmente por meio das redes que, se inicialmente serviram como ferramenta de organização e engajamento nas mobilizações sociais, no período eleitoral parecem ter-se transformado em instrumento de guerra na militância virtual (Abranches, 2019). Nesse sentido, a comunicação digital, cujas características⁵⁷ possibilitaram a interação e a participação social, favoreceu que as novas mídias se tornassem um palco de discussão política por meio de opiniões e compartilhamentos, numa espécie de bombardeio de informações altamente polarizadas. Como consequência, a crise que atravessou o país tanto ocorreu no plano do sistema

⁵⁶ “Desorientação e imprevisibilidade têm ditado a dinâmica política desses anos. Inúmeros foram os momentos de incapacidade tanto de compreensão do que se passava quanto de previsibilidade em relação a um futuro próximo. Entre 2013 e 2018, foram frequentes os momentos nos quais acadêmicos, políticos, burocratas estatais, jornalistas, militantes, entre outros, pouco ousaram traçar cenários, mesmo os de curta duração, tal o grau de instabilidade política, em período eleitoral ou fora dele” (Almeida, 2019, 191).

⁵⁷ Por uma série de características da comunicação virtual — a não copresença, a construção de uma face virtual, a pouca oralidade, os limites da escrita digital, enfim a mediação tecnológica —, as convicções pessoais nas redes digitais são mais contundentes e excessivas do que quando em situações face a face (Almeida, 2019, 189).

político como também deslizou para as relações interpessoais, fazendo com que a tensão tenha desencadeado uma série de fendas não apenas na relação entre os agentes de poder, como nas interações sociais em situação de forte antagonismo político (Almeida, 2019, 209).

Enquanto o governo de esquerda, em cena desde 2002, começava a mostrar o desgaste do relacionamento com a sociedade, o qual foi decisivo para sua manutenção no poder por catorze anos (Abranches, 2019, 15), a direita conservadora se fortalecia, segundo Almeida (2019), a partir de quatro linhas de forças sociais: econômica, moral, securitária e social. Os debates que circulavam na instância cidadã se articulavam ora pela crítica às políticas de proteção social em detrimento ao esforço individual, ora pelas mudanças consideradas progressistas em torno das pautas relacionadas à sexualidade, ao aborto e às questões gênero em oposição à moralidade religiosa e ao tradicionalismo de costumes e ora às críticas contra a violência, que fortaleceu a demanda por ações mais restritivas e punitivas por parte do Estado. Todos esses conflitos fizeram emergir, segundo Almeida (2019), a intolerância contra as diferenças na esfera social.

Se, a despeito dos escândalos de corrupção envolvendo o Partido dos Trabalhadores, o ex-presidente Lula (PT) seguia liderando as pesquisas de intenção de voto (Lula com 39% seguido de Jair Bolsonaro do Partido Social Liberal (PSL) com 19%)⁵⁸, foi a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de rejeitar a candidatura de Lula – preso pelo processo da Lava Jato – um dos fatores que parece ter dado ao representante da extrema-direita a visibilidade que definiu sua vantagem no primeiro turno. Merece menção nesse tabuleiro do jogo político que determinou a primeira rodada dos jogos eleitorais, a facada sofrida por Bolsonaro no dia 6 de setembro, apenas cinco dias antes de Lula ter sido impedido de concorrer ao cargo, tendo Fernando Haddad, também do PT, sido indicado como substituto na esquerda.

Ainda que com alta rejeição, Bolsonaro começou a crescer nas pesquisas após o atentado; ao mesmo tempo, Haddad também apresentava um crescimento significativo ao receber a transferência dos votos de Lula (Almeida, 2019, 201). Haddad, no entanto, tinha contra ele o fato de ser pouco conhecido⁵⁹, enquanto Bolsonaro manteve um eleitorado mais ou menos estável durante todo o período. De qualquer modo, se em algumas semanas antes do primeiro turno as pesquisas estavam abertas a pelo menos cinco candidatos, nas últimas semanas se fechou entre duas correntes de polos diametralmente opostos: de um lado Bolsonaro como candidato da extrema-direita, militar reformado e apoiador das pautas religiosas, de costumes e da atuação repressiva da força policial; de

⁵⁸ Pesquisa *Datafolha* publicadas pelo portal G1 em 22 de agosto de 2018.

⁵⁹ Em pesquisa publicada pelo jornal *Folha de São Paulo* em 22 de agosto de 2018, Haddad não era conhecido por 27% dos eleitores, contra 59% que já tinham ouvido falar do candidato.

outro lado, um defensor dos direitos humanos e democráticos e que carregava consigo o estigma da corrupção do partido:

Com o discurso contra a corrupção da *velha política*, a bandeira do antipetismo consolidou-se na candidatura Bolsonaro. Por esses e outros motivos, o cenário a duas semanas da votação do primeiro turno já estava praticamente consolidado e a dúvida passou a ser qual seria a diferença de votos entre Bolsonaro e Haddad, ou, para muitos bolsonaristas otimistas, se haveria ou não necessidade de segundo turno (Almeida, 2019, 202).

Outro aspecto do tabuleiro político parece ter delineado as especificidades do pleito presidencial em 2018 no Brasil; com a proibição do financiamento empresarial de campanha em 2015, a tecnologia se tornou uma alternativa às limitações colocadas pelo tempo de propaganda eleitoral e à escassez dos recursos partidários de determinadas candidaturas (Oliveira, 2018, 231), fazendo com que a corrida pelo poder migrasse para as redes, aumentando, como propõe Abranches (2019), seu caráter polarizado e radicalizado:

Foi nossa primeira campanha efetivamente digital. A primeira característica desse tipo de campanha, no estágio de incipiente digitalização da política em que nos encontramos, é que não permite controle da trajetória, conteúdo e intensidade das mensagens disseminadas. A disseminação, que tem origem organizada, com impulsões por agências profissionais usando bots e sockpuppets, avança de forma descentralizada e independente, espalhando-se por contágio (Abranches, idem, 18-19).

Ancorado pelas plataformas digitais, a campanha de Bolsonaro encarnou de forma mais completa e violenta esse antagonismo entre os dois grupos em oposição (Abranches, idem); a disseminação indiscriminada do discurso ideológico da moralidade conservadora contra a esquerda parece ter guiado sua estratégia eleitoral. Evidente que, como propõe Oliveira (2018, 231), o sucesso de campanhas eleitorais decorre de vários fatores além do alcance do discurso do candidato, como por exemplo, coligações partidárias e *status* político. No entanto, no que diz respeito à projeção midiática, o representante da extrema-direita, Jair Bolsonaro (PSL) parece ter sido o candidato que melhor soube tirar vantagem da polarização social, do alcance e da força das plataformas digitais (Almeida, 2019).

Justificando a convalescença após a facada que sofreu um mês antes do início do primeiro turno⁶⁰, o candidato do PSL evitou o confronto com os adversários numa espécie de controle quase absoluto sobre sua mensagem. Evitar a mídia tradicional foi uma constante na campanha de Bolsonaro que, segundo Almeida (2019, 190), não apenas colocou em suspeição as informações dos grandes meios de comunicação, como legitimou o acesso à informação vinda de redes fechadas ou ancoradas em relação de afinidade.

⁶⁰ Em uma *live* exibida no Facebook em 18/08/2018, o candidato do PSL mostra a bolsa de colostomia utilizada após o atentado para justificar sua ausência na campanha televisiva: “eu não posso me expor, eu não pertencço a mim mesmo [...] é um jogo da esquerda para me tirar do combate” <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/580531589030275/?v=580531589030275>

A celeridade de crescimento no número de brasileiros conectados à internet⁶¹, somado à ausência da limitação imposta pelos meios de comunicação tradicionais e à possibilidade de criação de grupos de interesses, fez das redes sociais, segundo Oliveira (2018, 233), uma “câmara de eco” que permitiu o acirramento das diferenças e alimentou a intransigência e o extremismo⁶². Resgatemos, nesse sentido, Maingueneau (2015, 172) ao considerar que a internet não segue os recortes sociais tradicionais, mas pressupõe e reforça as comunidades, favorecendo uma espécie de “tribalização”.

Ainda que o uso das redes sociais em campanhas eleitorais não seja uma novidade no Brasil, o emprego dessa ferramenta na corrida política de Bolsonaro merece destaque em relação ao apresentado pelos demais candidatos, uma vez que o representante da extrema-direita parece ter escolhido esse canal como meio exclusivo de propagação de seu discurso (Almeida, 2019). Uma pesquisa do *Datafolha*, publicada pelo site de notícias G1⁶³ em 03 de outubro de 2018, afirma que os eleitores de Jair Bolsonaro (PSL) representavam o índice mais alto de usuários de alguma rede social com 81%, contra 59% de seu principal oponente Fernando Haddad (PT). Dentre os entrevistados, a pesquisa também aponta que os eleitores de Bolsonaro representavam a maioria dos que se informavam sobre política a partir de redes sociais, sendo 61% pelo Whatsapp e 57% através do Facebook:

Nenhum outro presidenciável teria publicado mais conteúdo audiovisual. A existência de uma audiência receptiva ao seu discurso, bem como usuária de mídias sociais digitais certamente responde pelo sucesso de sua campanha junto ao plano virtual. Afinal, sucessivos *feedbacks* positivos não somente estimulam novas produções como fornecem orientação a seus responsáveis na adoção de estratégias com vistas à consecução de maiores dividendos político-eleitorais (Oliveira, 2018, 239).

⁶¹ De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), publicado no site G1 em 20 de dezembro de 2018, o número de internautas no Brasil cresceu cerca de 10 milhões em um ano.

⁶² “A precisão dos sistemas responsáveis por selecionar e direcionar conteúdos específicos aos usuários com base em suas preferências pessoais acentua ainda mais o problema, vindo a favorecer a intensificação de padrões de comportamento políticos mais propensos à polarização do que à interação construtiva” (Oliveira, 2018, 233).

⁶³ <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/datafolhaquantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml>

Leitura de notícias sobre política nas redes

% dos eleitores de cada candidato que diz ler sobre política e eleições nas redes sociais

Facebook



WhatsApp



Twitter



Instagram



Fonte: Datafolha - 2 de outubro

Infográfico elaborado em: 02/10/2017

Se um ano antes das eleições, Bolsonaro já era o candidato com maior popularidade nas redes sociais, de acordo com pesquisa publicada pelo jornal *Folha de São Paulo* em novembro de 2017, às vésperas do pleito o ex-militar liderava com cerca 8 milhões de seguidores no *facebook*⁶⁴, tendo dobrado sua popularidade virtual em menos de um ano. Nas demais redes como *Twitter* e *Instagram*, ainda que Bolsonaro não liderasse em números de seguidores, no quesito engajamento seu perfil listou o primeiro lugar nas duas plataformas:

MILITÂNCIA VIRTUAL

Desempenho de pré-candidatos em redes sociais

No Facebook

Candidato	Seguidores
1º - Jair Bolsonaro (PSC)	4.719.576
2º - Lula (PT)	3.045.933
3º - João Doria (PSDB)	2.804.040
4º - Marina Silva (Rede)	2.328.801

Candidato	Reações
1º - Jair Bolsonaro (PSC)	3.261.647
2º - Lula (PT)	1.197.938
3º - João Doria (PSDB)	1.060.737
4º - Ronaldo Caiado (DEM)	541.926

No Twitter

Candidato	Seguidores
1º - Marina Silva (Rede)	1.802.306
2º - Geraldo Alckmin (PSDB)	867.880
3º - João Doria (PSDB)	692.640
4º - Jair Bolsonaro (PSC)	670.580

Candidato	Interações
1º - Jair Bolsonaro (PSC)	986.842
2º - Lula (PT)	249.020
3º - Ronaldo Caiado (DEM)	87.511
4º - Álvaro Dias (Pode)	79.607

No Instagram

Candidato	Seguidores
1º - João Doria (PSDB)	741.493
2º - Jair Bolsonaro (PSC)	612.043
3º - Geraldo Alckmin (PSDB)	94.310
4º - Marina Silva (Rede)	88.408

Candidato	Curtidas
1º - Jair Bolsonaro (PSC)	1.693.030
2º - João Doria (PSDB)	1.009.612
3º - Ronaldo Caiado (DEM)	76.273
4º - Lula (PT)	62.487

Fonte: Zeeng Data Driven Platform. Período analisado: 23.set a 23.out.2017

⁶⁴ Dados publicados em matéria do site do jornal *El País* em 26 de outubro de 2018.

Não é difícil compreender que a alta popularidade virtual do representante da extrema-direita tenha-se refletido na projeção de sua imagem fora das redes sociais (Oliveira, 2018, 238). O autor observa também a colaboração de uma rede de apoiadores responsáveis por gerenciar páginas empenhadas em promover a figura do candidato nos meios digitais; cabe aqui menção ao uso expressivo de plataformas fechadas, em especial o *Whatsapp*, como ferramenta de militância.

O problema que daí emerge está relacionado com o grande apelo seletivo apresentado pelas interações virtuais. Ainda que, como sugere Oliveira (2018), o potencial democrático do universo *on-line* não possa ser negado ou invalidado, a tendência dos meios digitais de criação de grupos homogêneos e até hostis às opiniões contrárias impacta o processo pelo qual a democracia se realiza. Na medida em que, como sugere Almeida (2019, 204), a possibilidade de propagação de conteúdo deu aos eleitores - agora não mais no papel de apenas receptores de notícias - uma ideia de empoderamento, o espaço virtual se transformou em um campo de guerras identitárias: “Como nas torcidas organizadas violentas que não se satisfazem em vencer o competidor, querem destruir todos que se identificam com ele. É o caldo de cultura perfeito para a violência política” (Abranches, 2019, 24).

A pré-disposição do público a se expor mais facilmente às notícias com as quais estão de acordo, produziram o crescimento do fenômeno intitulado *fake news* (Correia, Jerônimo & Gradim, 2019, 630). Articulada com o conceito de proximidade e do desejo de integração no grupo, as notícias falsas são subordinadas à proximidade ideológica de uma determinada comunidade e não condicionadas a qualquer relação com a verdade, reforçando assim ideologias ou, antes, deslegitimando correntes ideológicas contrárias:

Decorre do já dito sobre contextos de proximidade, tantas vezes elogiados pelas suas potencialidades democráticas, o fato de estes poderem favorecer situações de manipulação e propaganda resultantes do desejo de integração no grupo, sendo, pois, associadas, em alguns casos, à potência carismática de líderes totalitários ou à minimização da capacidade crítica do que é entendido como sendo “nosso”. As *fake news* associam-se ainda a uma forma de proximidade que se caracteriza em particular pela ausência de distanciamento crítico (Correia, Jerônimo & Gradim, 2019, 643).

O uso de notícias falsas parece ter sido uma das estratégias centrais da campanha de Bolsonaro. Ainda que não tenha sido uma exclusividade do candidato da extrema-direita, foi Bolsonaro quem mais se valeu desse expediente em seu marketing político:

O uso das redes sociais na campanha de Bolsonaro destoava das demais pela intensidade, pelas inversões de sentido e pela divulgação de falsas notícias, a exemplo da suposta distribuição do chamado kit gay em escolas públicas por Fernando Haddad quando ministro da Educação do governo Dilma. Durante o primeiro turno, a campanha de Bolsonaro chegou a ser condenada pelo TSE (Almeida, 2019, 203).

Por fim, vale ressaltar como mais uma característica dos meios digitais no suporte ao discurso político, a capacidade das plataformas de oferecer *feedbacks*, ou seja, transmissão de reações do receptor de volta ao emissor, na possibilidade de orientação quanto à produção de conteúdos com maior potencial repercussivo (Oliveira, 2018, 230).

5. Discurso Sob Análise

Considerando que um analista do discurso não pode estudar textos, a menos que eles sejam convertidos em *corpus* - que pode ser constituído por um arsenal de textos ou fragmentos de textos, arquivos e transcrições a fim de responder um questionamento explícito - a diferença entre texto e *corpus* é tida por Maingueneau como essencial na medida em que “Ela marca a fronteira entre, de um lado, as práticas de comentário tradicionais que tentam interpretar textos legados por uma tradição e, do outro, as abordagens em termos de discurso, que se pretendem resultado das ciências humanas e sociais” (Maingueneau, 2015, 40).

Para a seleção de *corpus*, no entanto, o analista deve levar em consideração uma série de critérios que variam de acordo com os objetivos de pesquisa. Tendo como objeto de análise do nosso trabalho a produção discursiva de Jair Bolsonaro que, dentre outros fatores, foi responsável pela ascensão do campo da extrema-direita na esfera política brasileira, alguns componentes pertencentes ao universo do discurso, como os modos de transmissão e o alcance dessa produção discursiva, tiveram de ser pensados. Nesse processo, as novas mídias digitais se colocaram como elemento fundamental a partir do qual se dá o encontro entre a produção e recepção desse discurso e, por isso, como ferramenta importante de seleção dos *corpora*.

Entretanto, analisar o discurso político produzido na nova realidade virtual pode colocar o analista do discurso em contato com desafios de grandes dimensões no que diz respeito à seleção de material. Isso porque, como propõe Maingueneau (2015), as novas tecnologias possibilitam a integração de uma gigantesca quantidade de conteúdo, dando às bases de dados o estatuto de intermediário entre as produções discursivas e os *corpora* de pesquisa:

Bastam transformações ideológicas ou inovações tecnológicas (as duas estão, em geral, associadas) para modificar profundamente as condições da textualidade e, conseqüentemente, a relação entre texto e discurso. Ela deve ser levada em conta em cada e tipo e gênero de discurso que se estuda, em função das questões que o pesquisador se põe e de suas escolhas metodológicas (Maingueneau, *idem*, 41)

Ademais, o autor sugere que a multimodalidade da internet suscitou novas práticas verbais e alterou a própria concepção de discursividade, em especial, de gêneros de discurso. Esbarramo-nos, aqui, com os níveis de categorização com os quais, segundo Maingueneau (2015), os analistas do discurso têm de lidar em função das restrições e dos objetivos da pesquisa, são eles: *gêneros e tipos de discurso, campo discursivo, esfera de atividade e lugar de atividade*. Maingueneau explica que os gêneros de discurso constituem os átomos da atividade discursiva, no entanto, eles só adquirem sentido se intregados a unidades de classe superior, ou seja, os *tipos de discurso*. Nas palavras do

autor, *tipos de discurso* caracteriza um termo utilizado para designar práticas discursivas ligadas a um mesmo setor de atividade ou a agrupamentos de gêneros estabilizados por uma mesma finalidade social: “tipos de discurso administrativo, publicitário, religioso...” (Maingueneau, *idem*, 66).

Nesse sentido, o tipo de discurso político, sobre o qual nos debruçamos, é a rede mais complexa a partir da qual vários gêneros de discurso (panfletos, comícios, debates) podem ser integrados, de modo que, como propõe Maingueneau, tipos e gêneros de discurso sejam tomados por uma relação de reciprocidade, no qual todo tipo se estrutura por uma rede de gêneros e todo gênero se reporta a um tipo.

Por fim, o autor explica:

Pode-se fazer um gênero de discurso entrar em três modos de agrupamento segundo o ponto de vista que se privilegia: a esfera de *atividade*, o *campo discursivo* e o *lugar de atividade*. Os gêneros políticos, por exemplo, podem ser tratados segundo os objetivos da pesquisa:

- (i) como gêneros da esfera da *atividade política*;
- (ii) como decorrendo de um *posicionamento*, pelo qual se raciocina em termos de “esquerda”, de “direita” e de “centro”;
- (iii) como gêneros produzidos no interior de diversos *lugares de atividade* política (a sede de um partido, um congresso, a Câmara dos Deputados...) (Maingueneau, 2015, 67, grifos do autor).

No entanto, essa classificação no universo *on-line* possui contornos não tão definidos. Como explica Maingueneau (*idem*), a heterogeneidade do tipo de discurso político na nova realidade virtual multiplicou não apenas os gêneros dessa esfera de atividade - uma vez que os gêneros da Web fogem ao modelo clássico de gênero - mas, também, alterou a classificação de *lugares de atividade* à medida que se generalizou o uso da internet. O autor ilustra como, a partir dos recursos digitais, o lugar de troca da esfera política passa a ser duplicado:

Retomemos o caso dos deputados que enviam tuítes durante as sessões do Parlamento. No começo, trata-se de uma prática marginal, quase clandestina; a partir do momento em que ela se generaliza, tende a modificar o gênero do discurso que se chama “sessão de Assembléia”. Ela, de fato, duplica o recinto do Parlamento - lugar de trocas orais de diversos tipos (entre deputados, entre o orador e seus colegas, entre o presidente e a Assembléia etc.) - com um espaço virtual, de contornos impossíveis de definir (Maingueneau, 2015, 173).

5.1 Enquadramento metodológico e constituição do *corpus*

Diante da impossibilidade, imposta pela internet, de recorrermos aos critérios tradicionais de distinção dos elementos discursivos e, da conseqüente complexidade de delimitação do *corpus* de pesquisa, selecionamos alguns traços que permitiriam demarcar nosso material de estudo. No entanto, ainda que, de acordo com a classificação de

Maingueneau (2015), podemos dizer que nossa pesquisa trata do tipo de discurso político, cujo campo discursivo é a direita, tais critérios de classificação não seriam suficientes para neutralizar o caráter heterogêneo desse tipo de produção discursiva. Por isso, optamos por singularizar ainda mais esse objeto, a partir da delimitação do período cronológico no qual esse discurso foi produzido.

Desse modo, fizemos um recorte do período eleitoral, por entender, na esteira de Piovezani (2009), que ainda que todo o palco político seja marcado por propagandas e disputas, a conjuntura eleitoral consiste em um contexto particular de maior efervescência e, por conseguinte, os discursos que desse momento emergem parecem não apenas reforçar as regras do jogo, como também produzem gêneros específicos.

Se todo ato e discurso público dos atores político não seria “propaganda partidária” de si, em nome dos seus, e “debate” contra os adversários [...] A partir de representações ambivalentes que rondam a política, em geral, e as eleições, em particular, instaura-se ou intensifica-se um clima de suspeição e esperança quase nunca equitativamente distribuídas. Nesse ambiente, os agentes políticos, por meio de práticas e discursos, tentam apagar ou, ao menos, abrandar os cetiscismos e os descréditos, e potencializar a confiança e as expectativas, anunciando suas competências e virtudes e evidenciando a ausência desses junto aos seus antagonistas (Piovezani, *idem*, 154).

Sendo as eleições um rito periódico que dá visibilidade ao campo político, com a participação da população que delega poder e legitima seus governantes através do voto e da atuação militante em campanhas, ela se torna um momento singular na (inter)relação entre comunicação e política (Rubim & Colling, 2005, 14). Para Almeida (2019, 196), é no período eleitoral ou no chamado “tempo da política” que os governantes precisam conquistar votos de uma população diversificada em que, como é o caso do Brasil, mesmo aqueles indivíduos que pouco se interessam pela atividade política são convocados a se manifestarem pelo voto obrigatório. Parece ser nesse momento da dinâmica política, que boa parte da população é alçada pelo discurso político (Almeida, *idem*) que, como consequência, tende a multiplicar-se quanto à diversidade de gêneros e à variedade de meios, o que implica em semelhante variedade de modalidade de recepção (Piovezani, 2009, 155).

No Brasil, o chamado “tempo da política” tem seu início oficial cerca de um mês antes das eleições que ocorrem no primeiro domingo de outubro. As eleições presidenciais de 2018 tiveram início, de acordo com o calendário do TSE, no dia 31 de agosto⁶⁵. Evidente que, como pontua Oliveira (2018, 238), apesar das restrições quanto à exposição de candidaturas antes dos prazos legais determinados, os presidenciais, por meio da internet, acabam por lograr as regras eleitorais e informam suas pretensões ao cargo

⁶⁵ Data de início das propagandas eleitorais gratuitas no rádio e na televisão de acordo com o TSE.

antecipadamente; entretanto, uma vez justificadas as particularidades do período eleitoral, utilizaremos para nossa pesquisa o intervalo de tempo entre o último dia de agosto e o dia 28 de outubro de 2018, data do 2º turno que, com a vitória de Bolsonaro, encerrou a fase de campanha da corrida presidencial.

Embora tenhamos conseguido refinar uma vez mais nossa pesquisa, a esfera digital acrescenta ao analista do discurso político eleitoral um desafio não menos importante na medida em que o jogo de conquista de poder na nova realidade virtual torna imperativa a diversificação dos meios de produção e difusão desse material discursivo, uma vez que, como propõe Sargentini (2015, 226), a necessidade de manter uma proximidade com o eleitorado exige que o candidato ocupe diferentes espaços enunciativos na web. Dessa forma, como sugere Maingueneau (2015), a mesma atividade verbal pode dar lugar a um número ilimitado de textos.

Como forma de driblar as dificuldades de delimitação que se apresentam nessa quase infinita capilaridade do meio, optamos, em um primeiro momento, por restringir nosso alvo de pesquisa ao ambiente virtual no qual o candidato tivesse apresentado o maior índice de popularidade; essa estratégia, no entanto, foi refreada por uma segunda característica das ferramentas de comunicação *on-line*, a saber, a complexa noção de identidade dos enunciados (Maingueneau, 2015).

Sendo nosso objetivo, analisar o discurso de Bolsonaro, como figura dotada de poder simbólico na busca por legitimidade de agir em nome do coletivo, parte de nosso estudo dependeria de analisar a forma como suas ideias foram encenadas no que Charaudeau (2016) chama de dramaturgia política. Tal empreitada, no entanto, seria impossibilitada por uma pesquisa, cuja seleção dos *corpora* fosse estruturada a partir de critérios exclusivamente quantitativos, uma vez que, com 81% de seu eleitorado conectado à internet, foi por meio do Whatsapp, ou seja, uma rede fechada, que o discurso ideológico da campanha bolsonarista obteve maior êxito de projeção:

Merecem destaque nessa arena de interação política os efeitos crescentes da plataforma digital WhatsApp, por meio da qual circulam informações, *fake news* e *memes* em múltiplos grupos fechados que se sobrepõem as pequenas redes sociais: núcleo familiar, família extensa, grupos de trabalho, de amigos, de comunidades religiosas ou temporários com propósitos pontuais etc. Em resumo, o WhatsApp favorece uma interatividade mais instantânea, próxima e circunscrita. Uma socialidade mais ampla quantitativamente do que as relações face a face e, no entanto, fechada e menor do que a proporcionada pelo Twitter e pelo Facebook (Almeida, 2019, 190).

Não é raro que a atuação do marketing político especializado conte com a colaboração de redes de apoiadores em diferentes canais (Oliveira, 2018), sobretudo nas redes fechadas, como é o caso do *Whatsapp*, onde a relação de proximidade facilita o compartilhamento das *fake news* como estratégia de deslegitimação do discurso da

oposição. No entanto, ao selecionarmos um espaço enunciativo tão heterogêneo, nos depararíamos com o que Maingueneau (2015) classificou como “locutores problemáticos”:

O modelo implícito que governa nossa representação habitual da fala é aquele em que o locutor é um ser único e identificável, ao mesmo tempo, agente da enunciação e responsável por ela. No entanto, tal representação não basta para dar conta da multiplicidade de enunciados de autores indetermináveis: textos publicitários, administrativos, políticos, jornalísticos... são, na maior parte das vezes, o produto de instâncias coletivas (Maingueneau, 2015, 175)

Considerando a premissa de que um discurso só é discurso se estiver relacionado a um sujeito ou, em outras palavras, “a um EU, que se coloca ao mesmo tempo como *fonte de referências* pessoais, temporais e espaciais (EU – AQUI – AGORA)” (Maingueneau, 2015, 27, grifos do autor), optamos por recolher como *corpus* de pesquisa, as publicações atribuídas a Bolsonaro em sua página no *Facebook*. Ainda que, como sugere Maingueneau (*idem*), muitos dos enunciados reivindicados por indivíduos do mundo político na Web sejam produzidos por acessores, preferimos analisar o conteúdo da rede supracitada por presumir uma maior facilidade de distinção da autenticidade do discurso lá produzido.

Cientes de não estarmos isentos das armadilhas impostas pelo caráter eminentemente sincrético das novas mídias (Piovezani, 2009) e pela participação, já mencionada, do que Maingueneau (2015) chama de autores coletivos, faremos um outro recorte de análise que se centrará na recolha de arquivos de textos escritos e vídeos de pronunciamentos do candidato postados na referida plataforma digital. Desse modo, a pesquisa consistirá na seleção e análise de mensagens textuais e materiais audiovisuais publicadas entre os dias 31 de agosto e o dia 28 de outubro de 2018, tendo como critério de seleção a produção discursiva cujo sujeito enunciativo seja Jair Bolsonaro. Fica excluída, nesse sentido, qualquer postagem entendida como coletiva ou de origem não identificada, como é o caso de *mêmes* e *reposts* de conteúdo de apoio ideológico.

Por fim, ao emprendermos esse projeto, se coloca como desafio, considerando o *corpus* em questão, analisar as questões históricas que constituem o discurso político do candidato estudado. Estando a AD de linha francesa intimamente relacionada com os conceitos de ideologia, sujeito, sentido e condições de produção (Braga, 2011), se quisermos compreender os efeitos enunciativos que o discurso bolsonarista produziu na situação da campanha eleitoral, não podemos desconsiderar as condições sócio-político-ideológicas na qual esse discurso foi produzido.

5.2 Bolsonaro e a Extrema-Direita

O que torna a vitória do 38º presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, um caso particular na história do país, além da já referida ruptura no antigo embate entre PT e

PSDB, é sua trajetória política. Formado pela Escola Militar das Agulhas Negras, Bolsonaro foi o primeiro nome oriundo das Forças Armadas a assumir o posto presidencial, desde o fim da ditadura militar em 1985. Ocupando a função de deputado federal desde 1991, Bolsonaro saiu de um cargo do chamado “baixo clero” para a posição de poder máximo do Executivo, carregando consigo o nome do partido que, para Abranches (2019), só existe por força de sua candidatura. Com um discurso assumidamente de direita, ancorado pelas novas formas semiológicas do discurso político eleitoral pela internet, Jair Messias Bolsonaro venceu as eleições no dia 28 de outubro de 2018 com 57,8 milhões de votos⁶⁶ e impulsionou o crescimento do pequeno partido ao qual se filiará, com 52 deputados (a segunda maior bancada da Câmara), quatro senadores e três governadores eleitos; além disso, vários candidatos de outros partidos que associaram sua imagem à do militar reformado saíram vencedores nas eleições para governadores de estado, como é o caso de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais (Almeida, 2019, 202).

Se o nome de Bolsonaro pouco apareceu no cenário político brasileiro nos 28 anos em que ocupou o cargo na Câmara dos Deputados, sua figura foi ganhando destaque à medida que as pautas anticorrupção cresciam na discussão pública do país. O tom particularmente autoritário de seus pronunciamentos, somado à defesa de uma proposta econômica liberal ortodoxa e uma pauta de valores ultraconservadores promoveram, de acordo com Abranches, a definição do caráter ideológico da direita no processo político brasileiro: “Embora assumindo o papel de candidatos contra a esquerda, nem Jânio Quadros nem Fernando Collor aderiram de forma tão clara e manifesta a um ideário tipicamente de direita como Bolsonaro” (Abranches, 2019, 17).

Ancorada pelas pautas anticorrupção, a candidatura do ex-militar parece ter encarnado a luta contra o *establishment*, como uma das principais estratégias de legitimação. Uma pesquisa publicada pelo jornal *Valor Econômico* em 21 de setembro de 2017, um ano antes das eleições, já demonstrava o favoritismo de Bolsonaro que seguia atrás apenas de Lula, ainda espiado como candidato pelo PT. Um dos motivos para essa popularidade, segundo apontou o jornal, foi o descontentamento da população com a própria classe política. Tal insatisfação parece não ter sido ignorada na estratégia eleitoral bolsonarista que se articulou, em vários momentos, na negação de pertencimento do candidato ao sistema ou, como uma opção nova, vinda de fora do já conhecido jogo eleitoral.

Vejamos agora:

(I) Boa noite a todos, a nossa última live antes de começar as eleições pra valer,

⁶⁶ 55,13% dos votos válidos de acordo com dados do TSE.

daqui aproximadamente onze horas. Serei bastante breve. O momento é de agradecimento a todos vocês, que confiaram em mim, acreditaram no nosso trabalho, nas nossas propostas... é... que tem esperança de realmente... de termos uma maneira diferente de fazermos política, dessa velha prática que temos que aposentar (Bolsonaro, 06 de outubro de 2018, transcrição).

A “velha prática” aí referida traz consigo toda a carga semântica negativa atribuída ao campo político na sociedade brasileira. Considerando o contexto recente no qual o enunciado foi produzido, a simples menção à “velha prática” produz o resgate de uma imagem socialmente partilhada da instância política como espaço marcado pela corrupção, pela mentira e pela falta de compromisso com o povo. Relembrando Marques (2000), o processo de argumentação se apoia na partilha de saberes, neste caso implicados, entre todos os indivíduos envolvidos no ato da comunicação.

- (II) Você vem para o Brasil e olha o que nós temos. Nós temos tudo. Eu acho que ninguém tem no mundo o que nós temos, o que que nos falta? Nos falta realmente, políticos comprometidos com o nosso país e não com grupos político-partidários (Bolsonaro, idem, transcrição).

A construção argumentativa desse enunciado é suportada pelo diálogo que estabelece com uma fala recorrente na sociedade: “O Brasil tem tudo pra dar certo, se não fosse os políticos”. É pelo compartilhamento de visão de mundo que se estrutura a estratégia de legitimação do candidato, uma vez que sua fala é reconhecida ou, antes, identificada pelo eleitor como um pensamento próprio – “ele fala o que eu penso”. A crítica inferida nesse discurso tem estreita relação com o caráter institucional da política. Ao sugerir que os sujeitos políticos são negligentes com os interesses do povo em prol dos interesses de seu próprio grupo, o locutor estabelece uma relação simbólica com o seu público a partir da qual será desenvolvido o processo de idealidade social baseado na promessa e na esperança.

Ainda que a crítica ao sistema político do país seja mais explícita no excerto supracitado, o locutor não se apresenta de forma clara como solução. É por meio do não dito que o candidato se coloca como uma opção nova e diferente do que houve até agora. No entanto, interessa-nos observar a alternância entre locutor individual “eu/vocês” no enunciado (I) e o locutor coletivo expresso pelo emprego insistente do pronome “nós” no enunciado (II). Piovezani (2009) ao considerar que, ainda que a identificação com o povo dependa da promoção de um conjunto de atributos pessoais e do compartilhamento da visão de mundo, o ator político sempre excede os limites de pertencimento ao povo, pois ele deve-se apresentar como um indivíduo com saber especializado e um poder diferenciado de intervir na realidade social. Ou seja, ainda que um governante ostente uma proximidade com o povo, opondo-se, muitas vezes, ao caráter institucional do

funcionalismo público, ele não abre mão da posição-sujeito-político socialmente constituída (Orlandi, 2012)⁶⁷, na medida em que dele depende a imposição da ordem e a administração dos interesses coletivos. Nesse sentido, podemos dizer que os dois enunciados caracterizam modos complementares de legitimação, na medida em que, enquanto no primeiro a prevalência do “você” marca a distinção do locutor como indivíduo que transcende a ideia de grupo, é através do “nós”, expresso no segundo enunciado, que sua ação como representante do coletivo se torna possível.

No dia 31 de agosto de 2018, primeiro dia oficial de campanha, Bolsonaro compartilhou em sua página, o *print* de uma manchete do Jornal *Estado de São Paulo* que noticiava a proibição do pedido de votos por candidatos militares em áreas dominadas pela facção Comando Vermelho no Ceará. Como legenda da foto, o candidato postou o seguinte conteúdo:

- (III) O Crime Organizado ameaça quem defende a liberdade do cidadão de bem. O sistema tenta nos manter pagando os absurdos impostos e sem liberdade alguma, isto se sobrevivermos nesta guerra que estamos sendo massacrados!” (Bolsonaro, 31 de agosto de 2018).

Vemos que, nesse enunciado, o locutor se posiciona em dois lados da esfera social, ora se legitimando como autoridade na gestão do coletivo, ora como indivíduo identificado com o povo e externo aos desmandos institucionais (sistema). Em um primeiro momento, ele representa uma espécie de força interventora, um ator político legítimo de quem depende a defesa da liberdade do “cidadão de bem”; num segundo momento, ele não apenas se coloca, por oposição, como elemento não integrante do grupo denominado “sistema”, como também se torna vítima deste sistema, num efeito de identificação com o povo, criado pelo emprego pronominal em “nos manter”. É interessante observar que a importância do papel do Estado não deixa de ser validada, no entanto, se valida a imagem de Estado interventor (defensor) representado pelo “eu político” do locutor, enquanto deslegitima-se o Estado como instituição que cobra “absurdos impostos” e nada faz pelo “cidadão de bem”, grupo com o qual ele não apenas se identifica, como ao qual ele representa⁶⁸.

A estrutura argumentativa se dá pela relação sintática entre o “sistema” e o “crime organizado”; há o efeito de convivência ou, antes, participação do sistema na guerra que massacra o povo, pela justaposição entre as duas orações: “O crime organizado ameaça”/

⁶⁷ A autora defende que a posição-sujeito-presidente no Brasil é uma posição que se constitui histórico-politicamente, tendo como base de significação a República e o Positivismo do século XIX. Por isso, é uma posição-sujeito já marcada a partir da prevalência dos fortes sobre os fracos, da regeneração dos cidadãos e da imposição da ordem para que haja progresso (Orlandi, 2012, 133).

⁶⁸ Resgatemos aqui Piovezani (2009, 134), no que diz respeito aos dois modos complementares de legitimação, um que visa afirmar a pretensão de ocupar uma função, enquanto o outro quer empreender uma boa apresentação de “si”.

“O sistema tenta nos manter pagando os absurdos impostos e sem liberdade alguma”. Nesse sentido, a manipulação da informação é construída na inferência de que a classe política não está atenta ao sofrimento do povo.

A deslegitimação da política tradicional é reforçada pela negação do caráter público-institucional de sua candidatura. Tendo como arma contra seu principal oponente o crescente desprestígio do Partido dos Trabalhadores (PT), Bolsonaro busca fortalecer sua imagem pessoal ao defender que seu compromisso com o povo está acima de qualquer vinculação partidária. Em uma foto do candidato em frente à bandeira do Brasil, publicada em 11 de setembro de 2018, Bolsonaro sorria, vestindo uma camiseta verde e amarela, onde se lia o seguinte enunciado: “MEU PARTIDO É O BRASIL”.



Fonte: Facebook

Como legenda da imagem o candidato postou:

- (IV) Não são poucas as vezes que achamos que é o fim. Ninguém está imune a isso, mas todos podemos nos reerguer e seguir adiante. Não deixemos que nos digam que é impossível vencer sem trapaças, sem vender a alma. Isso pode ser alcançado se partir de cada um de nós. Estamos todos, sem exceção, no mesmo barco! Contem comigo, e eu conto com vocês para enfrentarmos este desafio! Estamos do lado da verdade. Boa noite a todos, e fiquem com Deus! (Bolsonaro, 2018).

No excerto acima, podemos verificar algumas similaridades com o enunciado (III), no que diz respeito à postura antissistêmica como estratégia de legitimação do candidato. Nos dois casos, o locutor reitera o caráter repreensível da política tradicional, ao mesmo tempo em que se posiciona do lado de fora deste círculo, identificando-se com o eleitorado pela honestidade e vitimização diante do sistema. Há também, como característica em

comum, a criação de dois grupos antagônicos que representam valores completamente opostos: um que está do lado da verdade e o outro que vence pela trapaça e propaga imoralidades.

O que o caracteriza o discurso antissistêmico em todos os enunciados analisados até aqui é fruto de uma imagem política inscrita na memória⁶⁹ social do povo brasileiro. Vemos emergir, neste conjunto de falas, o efeito de pré-construído (Pêcheux, 2014) pela referência que se faz à classe política como trapaceira, corrupta e negligente. Com isso, o locutor resgata a imagem coletiva construída em torno do sujeito político, deslocando seu discurso do âmbito institucional (“nós”/políticos) para a esfera popular (“nós”/povo), que compartilha destes mesmos símbolos, ou seja, ao se colocar na posição de crítico da esfera política, o locutor cria uma espécie de laço com o eleitor, pois compartilha com ele a mesma visão de mundo.

O cunho apelativo típico do discurso eleitoral pode ser visto, portanto, apenas no excerto (IV), a partir do apelo que se faz à “consciência cidadã”⁷⁰ (Charaudeau, 2016, 62). Sendo a nacionalidade brasileira o principal vínculo identitário entre todos os indivíduos a quem o locutor se dirige, o voto torna-se uma responsabilidade social que implicará no futuro de todos os cidadãos. Nesse sentido, a benefício de “todos” só pode ser alcançado a partir da consciência de pertencimento de grupo de “cada um”. A metáfora do barco vem estabelecer essa relação simbólica com a possibilidade de um naufrágio, do qual serão vítimas todos os que estão a bordo. Assim, se o Brasil afundar, “todos, sem exceção” terão o mesmo destino. É, pois, nessa parte do discurso que se estabelece, pelo ideal de patriotismo, a relação de sentido, entre a imagem e o texto.

A luta contra o sistema parece não ter se restringido ao espaço político, a guerra contra os meios de comunicação foi fundamental no reforço da identificação com o eleitorado ideologicamente alinhado. Ao se colocar como vítima de uma espécie de teoria da conspiração por parte da imprensa, o candidato reagiu com declarações extremadas e incitação a boicotes contra os veículos que noticiassem qualquer informação contrária a ele, isolando, assim, a comunicação com seus apoiadores exclusivamente por meio das redes sociais.

- (V) O que está em jogo no Brasil é a nossa liberdade, é a nossa democracia. Eu vejo a imprensa aí... grande parte elogiando o cara (Haddad). Eu sou um risco pra democracia, mas ele não. Parece que o pessoal da imprensa, esses que apoiam,

⁶⁹ Lembremos que, como aponta Orlandi (2012, 63), a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto, surge como acontecimento que vem reestabelecer os implícitos: “A condição do legível em relação ao próprio legível”.

⁷⁰ Charaudeau explica que a consciência cidadã é de ordem simbólica e baseia-se numa concepção idealizada de vida política que insufla no cidadão o dever de agir em nome do coletivo por um ideal de pertencimento: “A consciência cidadã, antes mesmo de ser um dever, deveria ser um “cuidado natural” com o outro, um cuidado em se sentir solidário com os outros que vivem no mesmo espaço apesar das opiniões divergentes, uma solidariedade em nome de uma ética social que ultrapassa as diferenças (2016, 64).

são analfabetos (Bolsonaro, 24 de outubro de 2018, transcrição).

Com o título de “Novas informações e mentiras que estão sendo difundidas a meu respeito”, o vídeo publicado pelo candidato refuta uma série de informações supostamente falsas das quais ele tem sido vítima por uma espécie de aliança entre a oposição e a imprensa. A construção argumentativa se estrutura pela crítica implícita a essa possível aliança, uma vez que o locutor faz alusão aos riscos que o controle político da imprensa pode representar à democracia. Ao iniciar sua fala, colocando os direitos democráticos em jogo, o candidato chama a atenção do ouvinte para a ameaça que essa ligação pode representar, movimentando, para isso, uma série de pré-construídos em torno dos regimes ditatoriais, em que as informações são selecionadas pela lógica da ideologia de Estado.

Por outro lado, inferimos que ao sugerir a ligação do PT com determinados meios de comunicação, Bolsonaro transfere a imagem negativa atribuída ao partido para as empresas de notícias, deslocando também, para essas últimas, um grande índice de rejeição. Há a separação específica no enunciado do tipo de veículo que deve ser rejeitado e “essa grande parte” diz respeito aos “que apoiam” a oposição. É a partir dessa distinção que o locutor estabelece uma fronteira ideológica entre seus apoiadores e os meios de comunicação.

Os elementos não verbais desse discurso contribuíram com o reforço da credibilidade do enunciado. Enquanto o locutor tenta refutar as supostas mentiras que estão sendo propagadas contra ele, um de seus filhos arruma a bandeira do Brasil colada de forma descuidada com fita adesiva na parede ao fundo, criando o efeito de improviso e de participação do público na cena. Há, nesse sentido, um apelo ao real que pode ser compreendido como legitimador do espaço virtual e como ambiente de compartilhamento da verdade em detrimento aos meios de comunicação tradicional.

Seguindo uma lógica de discurso informal, no qual cabiam temas corriqueiros como piadas sobre futebol e sobre a vida conjugal, a exposição da vida íntima como fotos na cama do hospital ou exibição da bolsa de colostomia⁷¹ em vídeos ao vivo, Bolsonaro desburocratizou a linguagem institucional e provocou, em nossa interpretação, o que Piovezani (2009) chama de despolitização do espaço político em prol da legitimação da imagem individual. Se a despeito dos pronunciamentos televisivos, onde a necessidade de se adequar às regras de vestimenta e manter o decoro na fala (típicos do mundo político) dificultariam a representação de seu caráter antissistêmico, a internet, em geral, e as redes sociais em particular, se tornou o espaço ideal para a construção dessa imagem.

⁷¹ Acessório utilizado por Bolsonaro após a cirurgia a que foi submetido quando vítima do atentado em Juiz de Fora.

Ao tirar da imprensa o papel de mediador entre seu discurso e o eleitorado, Bolsonaro atraiu para sua rede um grupo de eleitores simpatizantes com a sua fala, o que permitiu que a imagem do inimigo fosse seletivamente construída a partir de uma perspectiva específica.

- (VI) Ensinam o tempo todo nas escolinhas que o capitalismo é um inferno, o socialismo é o paraíso. Ensinam tudo que não presta. Formam mais que militantes, estão formando guerrilheiros aos milhares por ano. Ensinam que eles num têm futuro, tem problemas, tendo em vista o fazendeiro do seu lado, que tem que ter a terra invadida. [...] Nós vamos tipificar como terrorismo qualquer invasão de terra de qualquer propriedade privada. Sabe por que esses picaretas detestam a propriedade privada? Porque eles nunca trabalharam na vida e querem sempre tomar o que é dos outros para eles ou para o Estado (Bolsonaro, 18 de outubro de 2018).

Dentro dessa perspectiva, o espectro da esquerda é definido pelo viés da manipulação ideológica que se sustenta pelo conhecimento compartilhado da teoria marxista acerca da propriedade privada. Há, nesse discurso, a distorção típica do discurso anticomunista, uma vez que ao associar a imagem da esquerda progressista brasileira com o terrorismo e a guerrilha comunista, o locutor sugere o risco iminente contra os valores da família, da moral e da fé cristã. Vemos agir nesse enunciado a forma de assujeitamento através do discurso neoliberal a que se refere Orlandi (2012), uma vez que, pela lógica desse discurso, é a conquista do patrimônio e ascensão social que possibilitam a individualização do sujeito dentro do espaço coletivo.

Desse modo, a ameaça que se impõe é a quebra com o *status quo* político, econômico e social:

- (VII) A união de todos, meu povo. Vamos nos unir, vamos unir esse Brasil aqui, né? [...] Unir, pelo exemplo, pela dedicação, pelo amor à pátria, pelo respeito à família... pela vontade de realmente nos afastarmos de vez do socialismo, do comunismo...nos vermos livres desse fantasma que acontece na Venezuela. Olha o que está acontecendo com os nossos irmãos na Venezuela... como começou o socialismo, o comunismo. Vamos nos afastar disso. [...] Vamos nos afastar disso que não deu certo, que é o socialismo, que é o comunismo que tá encarnado no PT, no PCdoB no PSOL (Bolsonaro, 06 de outubro de 2018, transcrição).

Sob a égide de aspectos axiológicos, o locutor divide a esfera social em dois grupos distintos e mutualmente excludentes (povo brasileiro e socialistas/comunistas). Desse modo, uma vez que, valores como dedicação, amor à pátria e respeito à família são legados exclusivos do povo, eles se tornam, por oposição lógica, predicados rejeitados pela

ideologia comunista, logo, pelo grupo adversário que, supostamente, defende tal ideologia. De modo análogo, podemos inferir como atributos do comunismo o mau exemplo, a negligência, a ausência de valores patrióticos e familiares.

Considerando que a alusão ao “fantasma comunista” depende de um conhecimento compartilhado de referentes simbólicos que não fizeram parte da constituição histórica do Brasil⁷², uma vez que o país nunca esteve sob a tutela de um regime comunista, a organização argumentativa do locutor se estrutura sobre um conjunto de valores amplamente difundidos na sociedade brasileira (dedicação/esforço, respeito à família e amor à pátria) para, a partir dessa referência, posicionar o comunismo no extremo oposto, reforçando, assim, a simbologia comunista que povoa o imaginário do povo.

O anticomunismo bolsonarista articula muitos referenciais simbólicos herdados da ditadura militar. O próprio alinhamento com os EUA durante o regime, em paralelo com o contexto da Guerra-Fria, possibilitou a importação de um léxico político anticomunista que marcou a propaganda ditatorial e se instalou na memória discursiva da sociedade. Considerando que é a relação entre a memória e o esquecimento que tornam possível a interpretação do presente (Gregolin, 2007), sendo frágil a inscrição do acontecimento no espaço da memória (Orlandi, 2012), o discurso pode reconstruir a realidade a partir do que se esquece, recriando sentidos.

Nesse caso específico, a resignificação do discurso anticomunista se fortalece pela referência à Venezuela. Dito de outro modo, o discurso articula implícitos de uma memória distante (o fantasma comunista) com o conhecimento compartilhado de uma memória atual (a crise política na Venezuela) e articula a partir desses dois pré-construídos o efeito de ameaça real encarnado pelo partido de esquerda.

Vejam os a continuação do enunciado:

- (VIII) Mesmo sabendo que tem bons candidatos à presidência da república também, mas no momento aqui tá polarizado, né? Nós e o PT. É o Brasil verde e amarelo e eles que representam Cuba, representam o governo da Venezuela com a sua bandeira vermelha com a foice e o martelo encima dela (Bolsonaro, 06 de outubro de 2018, transcrição).

Para significar o comunismo, o discurso propõe um ponto de encontro entre o atual e a memória (Orlandi, 2012), criando uma relação entre o interdiscurso, ou seja, uma memória discursiva e a memória recente que a autora define como memória de arquivo.

Sendo a ameaça de ruptura do *status quo* social uma das maiores forças articuladoras do conservadorismo da nova direita, mencionar Cuba e Venezuela torna-se uma estratégia recorrente na fala de oposição ao PT. Ao referenciar a realidade política e

⁷² Encontramos, aqui, o que Abranches (2019, 30) definiu como absorção sincrética de símbolos ideológicos de outros tempos e outros lugares.

social dos dois países, com os quais o Brasil teve fortes relações diplomáticas e comerciais durante a era PTista, o locutor conota uma espécie de bloco ou aliança ideológica entre esses países e a esquerda brasileira, ou antes, uma espécie de conspiração comunista arquitetada pelo Partido dos Trabalhadores, que colocaria em perigo o futuro do Brasil. A partir daí, o PT encarna, nesta luta, a personificação do inimigo invisível, ou seja, do comunismo.

Interessa-nos observar nesse trecho, o jogo de pronomes pessoais, a que se refere Piovezani (2009), atuando na divisão entre “nós/não comunistas” e “eles/ameaça comunista” como estratégia de polarização na manipulação ideológica. Diferente do enunciado (VII), o trecho supracitado estabelece uma fronteira clara de divisão a partir da qual “eles” passam a ser excluídos da lógica de pertencimento nacional “nós/Brasil verde e amarelo”. Ao assumir os valores comunistas, o PT e seus apoiadores perdem o direito ao título de cidadãos da pátria e assumem um novo caráter de grupo do qual “Cuba/Venezuela/ bandeira vermelha com a foice e o martelo” fazem parte. Desse modo, o símbolo comunista e toda sua carga de valores culturais negativos, já ressignificados, são atributos que passam a referenciar o “Outro”, cabendo a “Nós”, por meio do recurso de apelo à consciência coletiva, de que fala Charaudeau (2016), lutarmos para preservar a nossa identidade expressa nas cores da bandeira verde e amarela. Ao usar a bandeira como alegoria identitária, Bolsonaro articula novamente com o ideal patriótico da população, de modo que eleger o PT apresenta, ainda, uma ameaça ao próprio conceito de nação e uma recusa aos valores nacionais.

Consideramos a sanção do direito ao reconhecimento de nacionalidade um dos aspectos de constituição do que Barros (2007) analisou como *discurso intolerante*. Para o autor, o discurso intolerante estabelece, através do destinador, certos contratos sociais que devem ser cumpridos pelo destinatário, uma vez que tais contratos são tidos como desrespeitados, o destinador julga e pune o destinatário. No discurso de Bolsonaro, o contrato social é assumido em torno do *status quo* político e social e o PT, como destinatário desse conjunto de regras, é considerado um mau cumpridor de seus deveres que, por isso, deve ser destituído de seus direitos como brasileiro. O Brasil torna-se, na fala de Bolsonaro, o destinador do discurso.

- (IX) O grande risco que o Brasil ainda corre, é com o PT, com as suas ramificações... o PT sobrevivendo em alguns Estados... o PT a gente sabe que faz acordo com o diabo para conseguir o poder, ainda existe a possibilidade, remota, mas existe de ter o seu presidente eleito, entre aspas, agora no próximo dia 28. Então é essa grande preocupação que nós temos, se o PT voltar, lamento em informar, mas a

Venezuela será um paraíso perto do que o Brasil poderá ser (Bolsonaro, 25 de outubro 2018, transcrição)⁷³.

Enquanto no enunciado (VIII), a sanção ao PT e seus apoiadores está relacionada com a perda do direito de pertencer ao grupo que compõe a sociedade brasileira, no enunciado (XI) a quebra do contrato ideológico atribuída ao PT faz com que o partido mereça ser banido do jogo político. É interessante observar que o cunho intolerante do discurso no enunciado (VIII) é suavizado pela adjetivação positiva dos oponentes que se encontram fora da luta entre o PT e Bolsonaro. Ao admitir a qualificação dos representantes de outros partidos, o locutor não apenas dá à audiência a ideia de que respeita os valores democráticos como princípio de alteridade que configuram uma disputa eleitoral, como, paralelamente, reforça seu lugar de destaque nessa disputa que parece ter assumido apenas dois lados: o “bem” e o “mal”. Considerando que a busca por legitimidade no campo político além de promover o contrato de idealidade assumido com o povo também tem como objetivo deslegitimar o campo ideológico contrário, podemos interpretar que o efeito de passividade, criado no momento em que o locutor valida a qualidade dos adversários, busca anular a agressividade contra o oponente que impõe o maior risco às suas ambições. Desse modo, o candidato ataca o oponente, colocando-o em uma posição distinta em relação aos demais, ao mesmo tempo em que resguarda sua imagem como indivíduo democrático e conciliador.

No caso (IX), no entanto, o caráter intolerante mostra-se mais evidente não apenas pela ausência do artifício retórico de suavização, mas também pela punição destinada ao “Outro”, nesse caso, a completa extinção do partido no espaço político⁷⁴. Além disso, a típica divisão entre o bem e o mal tem sua base em torno da FD religiosa, uma vez que o locutor estrutura sua construção argumentativa pela invocação de valores simbólicos atribuídos, pelo credo judaico-cristão, aos conceitos de “diabo” e “paraíso”. Assim, ao sugerir a ligação entre o PT e o diabo, o locutor além de colocar em xeque o caráter ético da disputa presidencial do “Outro” - de modo que, mesmo que o outro vença sua vitória não será legítima, pois se deu pela ligação com forças obscuras - ele também atribui à figura do adversário todos os distintivos negativos que essa entidade representa para o imaginário coletivo.

A memória discursiva como suporte semântico apresenta-se, também, na oposição entre inferno e paraíso no trecho “a Venezuela será um paraíso perto do que o Brasil poderá ser”. O efeito de sentido desta parte do discurso se constrói pelo recurso da ironia

⁷³ Entrevista concedida ao canal de apoio ao candidato *Terça Livre* e publicada no Facebook de Bolsonaro em 25/10/2028.

⁷⁴ Retomando o trabalho de Charaudeau (2016, 111), encontramos nessa formação discursiva o recurso à manipulação pela *satanização dos culpados*, na medida em que o inimigo escolhido recebe a culpa por todos os males que assolam a sociedade. Nesse sentido, segundo autor, o inimigo se transforma em uma espécie de bode expiatório, cuja extinção será responsável por libertar o povo “do pecado”.

criada na relação de oposição entre o ideal bíblico de paraíso e a imagem da Venezuela em crise.

A intolerância analisada nos últimos dois enunciados foi um dos maiores aglutinadores da formação do *ethos* discursivo de Bolsonaro. Ainda que a postura misógina, homofóbica e racista do candidato, que circulou em vídeos pela internet no período pré-campanha, tenha sido responsável por afastar uma fatia da população de seu grupo de seguidores - o que justificou a maioria de votos vinda de homens (55%), jovens (24% entre 25 e 34 anos), de classe média (43%) e da região sudeste (48%)⁷⁵ - segundo Almeida (2019a, 38), o que de fato fez a diferença em números absolutos na campanha de Bolsonaro foram os evangélicos. O autor pondera que, enquanto a oposição obteve um maior número de eleitores entre os ateus e agnósticos, os declarados sem religião e os adeptos às religiões de matriz africana, Bolsonaro conseguiu uma vitória expressiva entre os evangélicos (com 11,5 milhões a mais de eleitores do que Fernando Haddad do PT). Na soma entre católicos, espíritas e demais religiões, a vitória da extrema-direita representou um total de apenas 791,887 mil eleitores.

A análise do autor foi baseada em pesquisa *Datafolha* divulgada em 25 de outubro de 2018:

TABELA I
Distribuição do eleitorado por tipo de religião, com correção dos dados do DataFolha

Religião	Votos de Bolsonaro	Votos de Haddad	Diferença
Católica	29.795.232	29.630.786	164.446
Evangélica	21.595.284	10.042.504	11.552.780
Afro-brasileiras	312.975	755.887	- 442.912
Espírita	1.721.363	1.457.783	263.580
Outra religião	709.410	345.549	363.862
Sem religião	3.286.239	4.157.381	- 871.142
Ateu e agnóstico	375.570	691.097	- 315.527
Total de votos	57.796.074	47.080.987	10.715.087

Fonte: Pesquisa DataFolha divulgada em 25 de outubro de 2018.

Almeida (2019, 206)

Tais números podem ser justificados, segundo Almeida (2019), pelo contrato comunicativo estabelecido entre a propaganda política de Bolsonaro e a comunidade evangélica. Assumindo um papel de Messias, cuja vida, após a facada, fora salva por Deus,

⁷⁵ De acordo com pesquisa do *Datafolha* publicada pelo site G1 em 03 de outubro 2018.

como um milagre para restaurar a vida do povo brasileiro, Bolsonaro valeu-se da aproximação com uma das maiores bancadas no Congresso Nacional, a chamada “bancada da bíblia” com o objetivo de garantir representatividade institucional.

Em um vídeo publicado em 04 de outubro de 2018, que contou com a participação de Silas Malafia, pastor Pentecostal e líder da Igreja Assembléia de Deus e com o pastor e comediante Cláudio Duarte, o candidato fez a seguinte declaração:

- (X) Nós precisamos eleger gente afinada conosco. A bancada evangélica, não sei quantos são... mas, quando se bota na balança, tem um saldo positivo maravilhoso o trabalho deles. Quando nós conseguimos barrar o tal do *kit gay* lá atrás, como o Cláudio Duarte disse, nada contra gay, mas botar esse material nas escolas... que o Haddad era Ministro da Educação queria colocar, o peso da bancada evangélica foi muito forte. E o pai que é ateu, que é espírita, que é de igreja de origem de matriz africana... ninguém quer isso pro seu filho. Nem o pai que é gay... tem pai gay! (Bolsonaro, 04 de outubro de 2018, transcrição).

O *kit gay* a que se refere o candidato diz respeito ao projeto “Escola sem Homofobia”, proposto em 2004 pela Comissão dos Direitos Humanos da Câmara dos Deputados. A ideia do projeto didático era debater as questões de orientação sexual e respeito às divergências nas escolas. No entanto, a proposta foi barrada em 2011 por setores conservadores do Congresso Nacional sob a acusação de se tratar de um projeto de doutrinação de ideologia de gênero⁷⁶. Ainda que a ideia não tenha saído do papel, a menção a ela se transformou em munição da extrema-direita contra o adversário do PT, que era Ministro da Educação em 2011. Como estratégia de desmoralização da oposição, o projeto foi apelidado de *kit gay* e referenciado como um dos principais temas da rede *fake news* da campanha bolsonarista, ao sugerir que se tratava de um projeto ideológico do PT, para incitar a sexualidade em crianças e adolescentes. Tal teoria foi amplamente difundida entre as camadas conservadoras, sendo os grupos evangélicos, isto é, os maiores opositores do chamado *kit gay*. Diante disso, podemos compreender a relação que o candidato estabelece em seu discurso entre o *kit gay* e a atuação da bancada evangélica.

Considerando que para a AD, todo discurso é atravessado por uma ordem simbólica (Orlandi, 2012), ou seja, é produzido a partir da reprodução de conhecimentos socialmente compartilhados (van Dijk, 2005), o pronunciamento do candidato se estrutura como argumentação, na medida em que ativa no interlocutor uma rede de memórias que favorece a compreensão, por meio de uma perspectiva ideológica específica. Dito de outro modo, a homofobia presente no discurso, ainda que negada pelo locutor, é compreendida pelo público a partir do compartilhamento do ponto de vista em torno da homossexualidade.

No entanto, não podemos desconsiderar que a fala política eleitoral, ainda que

⁷⁶ Dados extraídos de matéria do Jornal *El País* de 13 de outubro de 2018.

estruturada pelo viés ideológico, tem como principal objetivo conquistar o maior número de indivíduos possível. Nesse sentido, se a manipulação no discurso político não pode ser determinada independente de seu público específico (Marques, 2000), é pelo aspecto ideológico/segregatório que o discurso atingirá o indivíduo ideologicamente alinhado (evangélicos/homofóbicos), enquanto por meio de uma série de não ditos, o locutor evita se indispor ou excluir os demais. Desse modo, Bolsonaro suaviza a natureza excludente de seu discurso, ao mencionar as demais religiões e a própria comunidade gay como detentora, se não dos mesmos princípios, dos mesmos receios, quanto à suposta doutrinação sexual infantil.

A nosso ver, cria-se no enunciado uma contradição pela oposição entre inclusão e exclusão. Entendemos que, enquanto a exclusão se vale dos preceitos de cunho moral e dos valores religiosos que são compartilhados exclusivamente pelos evangélicos, a inclusão é estruturada a partir da mobilização das emoções. Assim, se os evangélicos, como grupo moralmente superior, se posicionam contra o *kit gay* pelo compartilhamento e respeito aos valores religiosos, qualquer pai que ame seu filho, independente de religião, deve querer protegê-lo da ameaça da ideologia de gênero nas escolas, inclusive os gays. Ao transferir o caráter exclusivo dos valores religiosos, para o inclusivo dos valores familiares, Bolsonaro constrói uma relação de representatividade com um grupo maior de indivíduos.

Van Dijk (2005, 105) analisa a relação entre preconceito e discurso e sugere que a função social das comunicações preconceituosas é partilhar e normalizar opiniões de modo a legitimar o grupo dominante. No entanto, essa produção discursiva deve respeitar certas normas sociais que exigem que locutor siga algumas estratégias que combinem a “apresentação negativa do outro” com táticas de gestão da impressão. Desse modo, podemos sugerir que o emprego do que o autor chama de “desmentidos” no trecho em que Bolsonaro diz “não tenho nada contra gays, mas...” serve para “salvaguardar as aparências” do candidato, uma vez que dele depende a conquista do poder e a legitimidade de agir em nome de toda a sociedade.

Dito de outro modo, a estratégia de proteção da auto-imagem do candidato por meio dos implícitos do discurso só é possível porque as regras de significação da “imagem de gay” já estão consolidadas na sociedade. O próprio apelido de *kit gay*, atribuído ao material didático, permite uma série de inferências de caráter valorativo, sobretudo entre o grande grupo evangélico com quem o candidato estabelece o contrato comunicacional⁷⁷.

⁷⁷ A semântica da frase e do discurso apresentam uma característica bem conhecida: os significados nem sempre são expressos de maneira explícita, podendo estar, de alguma forma, implícitos a nível semântico ou vir na sequência de outras expressões explícitas e respectivos significados. Uma explicação séria dos significados implícitos exige uma base cognitiva. Se, ao exprimir o significado A, o enunciador quer também dizer B, os receptores apenas serão capazes de deduzir a implicação com base em inferências feitas a partir de um conhecimento - por eles partilhado a nível cultural - dos significados linguísticos (por exemplo, os que estão representados no léxico da língua) ou, em termos mais gerais, com base no conhecimento que a todos é comum, incluindo um conhecimento específico acerca do conhecimento do enunciador (van Dijk, 2005, 166).

Ainda sobre o *kit gay*, em vídeo postado em 12 de outubro de 2018:

- (XI) Eu nem queria tocar mais nesse assunto, porque a gente começa a mexer em coisa que tá pacificada já. Quem num tem um amigo, um parente gay né, homossexual... e ninguém tem nada a ver com isso, nós somos contra o material escolar para a garotada em sala de aula. Eu costumo dizer que o pai não quer chegar em casa e ver o filho brincando de boneca por influência da escola. Se ele mais tarde quiser ai... ter... outras...outras coisas né? Ai tudo bem... ele quer, ter outras...outros...tomar outro caminho né? Vai cuidar da sua vida. Agora o Haddad tá negando o *kit gay* (Bolsonaro, 12 de outubro de 2018, transcrição).

Interessa-nos observar nesse enunciado que o candidato recorre aos ideais conservadores de constituição do núcleo familiar de forma muito mais declarada do que no enunciado (X). Mais uma vez, a figura de pai como vítima da possível homossexualidade do filho é invocada, mas, nesse excerto, a negação do princípio de alteridade típico do discurso intolerante se dá pelo resgate dos preceitos do patriarcado como universalmente válidos e moralmente legítimos. Nesse sentido, a ameaça que se impõe numa possível vitória do PT, uma vez que supostamente foi Haddad o idealizador do programa, é a quebra desse sistema e a mutação da ordem de dominação masculina.

- (XII) Entre outras coisas é bem claro aqui... tá no currículo escolar que deve ser ministrado então né, uma doutrina onde se reconheça todas as configurações familiares protagonizadas por lésbicas, gays etc...com base na desconstrução da heteronormatividade. Ou seja, além de dizer que é normal tudo que acontece aqui, ele quer desconstruir o casal hétero. [...] Eu quero deixar bem claro, ficou conhecido como *kit gay* e o pai disso aqui chama-se Fernando Haddad como eu comprovei aqui (Bolsonaro, *idem*).

Atentemo-nos para as escolhas lexicais feitas pelo locutor. Ao supostamente ler o material para os espectadores, o que reforça o efeito de verdade sobre o que vai ser exposto, Bolsonaro fala em “ministrar uma doutrina”, palavras que, pelo seu caráter impositivo, visam conferir ao adversário a imagem de intolerância. A partir disso, o locutor novamente cria, nesse conjunto de enunciados, o contraste entre dois grupos antagônicos: um de cidadãos que respeitam a constituição da família tradicional brasileira e o outro grupo representado por Haddad e pelo risco de ruptura com a norma social vigente: “Esses caras não tem qualquer compromisso com a família, nenhum. Família pode ser um... qualquer ajuntamento de qualquer coisa por aí. Não tem qualquer respeito com criança em sala de aula. É a questão de sexo em sala de aula” (Bolsonaro, 24 de outubro de 2018).

Se no período de campanha a interação comunicativa com a comunidade gay assumiu a linha moderada típica do “não tenho nada contra gay”, a relação com outras minorias - até ali, também pouco representadas ou marginalizadas pela fala do

candidato⁷⁸ - também foi revista na propaganda eleitoral presidencial. Mulheres, negros, nordestinos e ateus foram várias vezes mencionados nas *lives* do presidenciável como público incluído em seu projeto de governo, não pelo reconhecimento de sua importância na sociedade, mas como forma de afastar a imagem de preconceituoso criada em torno de Bolsonaro.

Assim, se a intolerância do fundamentalismo religioso da extrema-direita não atingiu o público ateu, o discurso de Bolsonaro no período próximo ao pleito adotou o modo pacificador dedicado aos cerca de 15 milhões declarados sem religião no país⁷⁹.

(XIII) Nós vamos fazer um governo pra todos, independente de religião. Até quem é ateu, nós temos quase, por volta de 5% de ateus no Brasil. Vocês têm as mesmas necessidades que os demais têm... vivemos aqui do mundo material aqui na Terra e pra quem acredita na questão espiritual... vamos fazer um governo pra todo mundo... pros gays. Inclusive tem gay que é pai, tem gay que é mãe, é um trabalho pra todos vocês. Vamos jogar pesado na questão da segurança pública, vamos, junto ao Parlamento, lutar para que o cidadão de bem, caso queira, com algum critério, obviamente, possa comprar uma arma e ter dentro de casa. [...] Vamos, pessoal, jogar pesado na questão da segurança, levar paz para as mulheres do Brasil. Qual a maior preocupação de um pai ou uma mãe no Brasil? É com a segurança do seu filho. Vamos jogar pesado nessa área (Bolsonaro, 06 de outubro de 2018, transcrição).

O emprego da preposição como recurso inclusivo em “até os ateus” denota que, ainda que esse grupo não faça parte do grupo ideologicamente defendido por Bolsonaro, ou seja, não atendam aos pré-requisitos necessários para pertencer ao “nós” legítimo, como grupo seletivo de cidadãos que compartilham dos mesmos valores morais, “eles” também terão suas demandas comuns atendidas e, por isso, podem dedicar seu voto ao candidato.

A mobilização em torno dos valores familiares das minorias repete-se neste enunciado como fator aglutinador entre o “nós” e “eles”. Novamente é pelo recurso emocional da paternidade e da maternidade desses “subgrupos” que Bolsonaro estrutura sua construção argumentativa. Partindo do pré-construído da violência como um dos maiores problemas do país, o locutor assume a necessidade de segurança pública como um recurso de interesse comum a toda a sociedade, logo, torna-se esta a promessa de campanha ou o acordo de idealidade estabelecido com ateus, gays e mulheres.

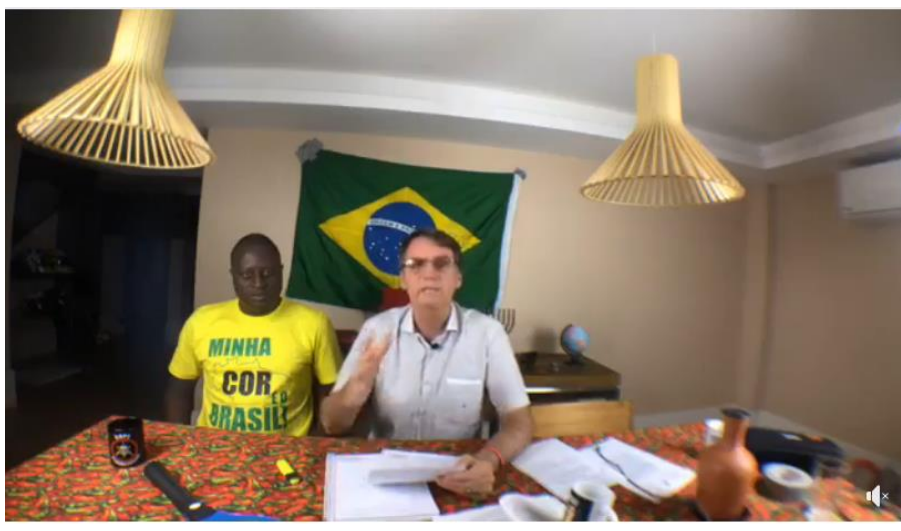
⁷⁸ Em entrevistas e pronunciamentos enquanto ainda era deputado, Jair Bolsonaro fez várias declarações contra o direito das minorias, dentre elas: “Somos um país cristão. Não existe essa historinha de Estado laico, não. O Estado é cristão. Vamos fazer o Brasil para as maiorias. As minorias têm que se curvar às maiorias. As minorias se adequam ou simplesmente desaparecem”. Quanto ao espaço da mulher no mercado de trabalho, Bolsonaro sugeriu que a justificativa para a mulher ter uma remuneração menor do que a de um homem, que ocupe a mesma função, é a gravidez. O deputado chegou a insinuar que sua quinta filha (única mulher) foi resultado de uma fraquejada, já que os quatro anteriores eram homens.

Os negros foram atacados como incompetentes por fazerem uso das políticas afirmativas do período Petista que estipula cotas para o ingresso nas universidades.

⁷⁹ De acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) realizada em 2010, disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/137#resultado>.

- (XIV) Nós queremos sim, buscar aí dar uma de Caxias né? É, pacificar o Brasil, acabar com essa história de branco e negro. Ele num vai ser branco nunca e nem eu vou ser negro, concorda? Então vamos ser feliz pô! [...] Queremos um Brasil livre desse preconceito... branco e negro, homo e hétero. Alguém sabe se eu sou gay? E se eu for, qual o problema? Não podemos admitir é que levem aquela cartilha (kit gay)... é só isso e mais nada. Vamos ser felizes.
 Defesa da mulher... duvido quem defenda mais a mulher do que eu com projetos realmente sérios pra punir quem faz maldade com mulher como por exemplo a castração química⁸⁰, entre outras... (Bolsonaro, 27 de outubro de 2018).

O trecho acima foi extraído do pronunciamento feito pelo candidato no dia 27 de outubro de 2018, um dia antes do segundo turno das eleições. Bolsonaro postou um vídeo, acompanhado de Hélio Negão, único representante negro do PSL que, como figura constante na campanha de Bolsonaro, foi o candidato mais votado no primeiro turno para Deputado Federal no Rio de Janeiro. Interessa-nos observar como a imagem em consonância com os recursos linguísticos atuou na formulação semiótica desse enunciado. Vestido com uma camiseta onde se lia “MINHA COR É O BRASIL”, o deputado federal Hélio Negão foi incluído em um cenário amador que contava com a bandeira do Brasil fixada à parede com fita adesiva; na mesa coberta por uma toalha de chita havia uma raquete de matar inseto e canecas espalhadas.



Fonte: Facebook

Diferente dos demais pronunciamentos analisados, este parece atuar com mais afinco na produção do efeito de verdade a que se refere Piovezani (2009). Entendemos que, ao construir um cenário improvisado, com elementos simples, que estão presentes na casa das pessoas mais humildes, o discurso produz o efeito de autenticidade que visa

⁸⁰ Diz respeito ao projeto de lei criado por Jair Bolsonaro em 2013. O projeto arquivado previa o tratamento químico voluntário para inibição do desejo sexual como requisito para a liberdade condicional e redução de pena em caso de condenados pelo crime de estupro.

refutar a imagem de racista difundida na opinião pública. A falta de enfoque da câmera e suposta ausência de atenção aos detalhes objetivam desierarquizar a relação entre Bolsonaro e o deputado, criando, a partir daí, o olhar simpático da comunidade negra.

Além disso, a mensagem escrita na camisa do deputado negro “MINHA COR É O BRASIL” permite a inferência de que as questões raciais não devem ser mais importantes do que os valores patrióticos; entendemos como uma espécie de negação da segregação racial como estratégia pacificadora do discurso – “todos somos brasileiros, é isso que nos une”. Nesse caso, a atuação de um indivíduo negro faz parte da construção de significado, uma vez que facilita, pela identificação, a comunicação com o grupo segregado.

A consolidação do poder do PT no início dos anos 2000, somado à sólida atuação do partido nas políticas de inclusão à diversidade, produziu campo fértil para que o discurso da extrema-direita se fortalecesse como um discurso de resgate dos privilégios das esferas sociais dominantes, a partir de uma argumentação de negação da segregação contra as minorias. Nesse processo, as vozes do conservadorismo conquistaram cada vez mais projeção, delegando ao Partido dos Trabalhadores a responsabilidade por dividir a sociedade em grupos, onde os grupos considerados minoritários passaram a ser instigados pelo ideal de esquerda a assumir o controle numa espécie de nova ordem que colocaria como reféns os ditos “cidadãos de bem”.

Assim, a luta por igualdade dos direitos civis da comunidade gay passou a ser vista como uma imposição da homossexualidade, inclusive pela doutrinação e erotização de crianças nas escolas públicas; o debate acerca da legalização do aborto se transformou, no interior desse discurso, em projeto abortista; os programas de retratação social às populações negra e carente passaram a ser encarados como assistencialismo que colocava em risco os preceitos meritocráticos, baseados no esforço e na dedicação; até a demarcação de terras para grupos indígenas foram admitidas pela retórica de Bolsonaro como plano ditatorial marxista contra os direitos democráticos da propriedade privada, o que justificou muitas manifestações de apoio à posse de arma de fogo como forma de retaliação.

- (XV) O brasileiro desta vez terá a opção de escolher um Presidente que pegue firme com a bandidagem; Contra saidinha na prisão; A favor do livre mercado; Contra ideologia de gênero e doutrinação nas escolas; Contra o desarmamento; Livre de acordões com corruptos para atender os interesses da nação e não de partidos políticos; Contra o aborto; A favor da redução da maioria penal. Por fim, o Brasil poderá ter um presidente que seja honesto, patriota e que tenha Deus no coração.” VAMOS JUNTOS MUDAR O BRASIL (Bolsonaro, 16 de outubro de 2018).

Patriotismo, fé e honestidade são valores já difundidos no imaginário da sociedade brasileira que foram ressignificados pela extrema-direita bolsonarista na constituição do

grupo intitulado “cidadão de bem”. Vemos agir sobre esse discurso o que Charaudeau (2016)⁸¹ define como manipulação pela exaltação de valores, típico dos líderes populistas. Tomado pelo sentimento identitário, evoca-se pela identidade nacional a necessidade de pertencimento, reforçando, a partir daí, um conjunto de valores compartilhados, já inscritos na sociedade, que devem ser mantidos em nome da paz e do bem comum. Uma vez que a oposição põe em risco essas estruturas, das quais o líder conservador se vê como representante, ou antes, fundador, ela assume o papel de inimigo da nação.

⁸¹ “Exaltar o sentimento identitário é lembrar que o pertencimento é, ao mesmo tempo, uma natureza dada por filiação e um ato de reconhecimento voluntário. Fazer apologia desses valores é lembrar que eles se inscrevem na história, numa tradição de luta em que se encontram os fundadores ou outros combatentes ilustres (dá o aspecto hagiográfico de alguns discursos, tanto À direita quanto à esquerda). Mostram-se os benefícios trazidos por tais valores no passado e fazem-se profecias de que são eles (esses valores que trarão a solução a todos os males do povo)” (Charaudeau, 2016, 114).

Considerações Finais

A análise que empreendemos nos possibilitou compreender a estratégia discursiva de Bolsonaro a partir de dois modos complementares de legitimação: um ideológico, fortemente ancorado pelo imaginário conservador, no qual está presente a recusa de qualquer ideal que possa ameaçar a constituição social vigente e o outro que se apoiou na identificação com o eleitorado pela oposição à ordem política em vigor, através do discurso antissistêmico. Nesse sentido, enquanto o segundo caso parece ter objetivado atrair o eleitorado “flutuante” e “não contente”⁸², ou seja, não posicionado ideologicamente, o primeiro visou conquistar uma rede de apoio suportada pelo compartilhamento de valores. Observa-se que a sustentação desses dois modos de comunicação dependeu de formas distintas de identificação com o público, ora articulando-se em um “nós/ cidadãos de bem”, ora em “nós/ povo brasileiro”, mas sem abrir mão do “Eu/sujeito político” que transcende o ideal de grupo e valida a posição individual do candidato como representante dos anseios coletivos.

O que os dois modos de legitimação apresentaram, em comum, foi o ataque contundente à oposição, detidamente ao PT, que assumiu no interior desse discurso o papel de inimigo da sociedade, uma vez que, tanto a insatisfação social com o partido, quanto o apelo em defesa da moralidade, supostamente ameaçados por uma gestão desonesta e pouco comprometida com os valores sociais que balizam o modo de vida do brasileiro, foram elementos frequentemente utilizados na construção argumentativa do candidato. Fez parte desse processo, a manipulação dos saberes socialmente compartilhados que atuaram na ressignificação do campo da esquerda - aqui estrategicamente estigmatizado pelo resgate dos símbolos comunistas e apresentado como ideologicamente hostil a todos os preceitos socialmente defendidos.

Não devemos desconsiderar que a ausência de referentes de esquerda/direita no contexto político brasileiro (Tarouco & Madeira, 2013) possibilitou a manipulação do sentido atribuído à esquerda no discurso de Bolsonaro; a partir de uma perspectiva específica da extrema-direita no Brasil, o espectro oposto passou a ser identificado de forma homogeneizante como um organismo ideológico e que impõe falsas crenças com o intuito de perpetuar-se no poder. Nesse tipo de discurso, a direita ocupa o lado racional que luta para manter os princípios já difundidos no espaço coletivo e que, por isso, são princípios pragmáticos de bem-estar social, enquanto a esquerda viria impor a ruptura de todos os direitos conquistados pelos indivíduos em prol da ideologia da classe dominante.

⁸² Charaudeau (2016) divide o eleitorado em quatro categorias, a saber: os “convictos”, os “eleições-para-os-bobos”, os “flutuantes” e os “não contentes”. Enquanto os “convictos” são eleitores que votam apenas por afinidade ideológica, o que os impede de lançar um olhar crítico ou distanciado do candidato que apoia, o “eleições-para-os-bobos” representam um grupo também radical que não acredita nas eleições como expressão de soberania do povo e, por isso, não votam. Os outros dois grupos são os “flutuantes”.

Ao presentificar seu discurso pela memória recente dos países liderados por regimes comunistas, a fala de Bolsonaro mobilizou o imaginário coletivo para os riscos que se impunha aos princípios de liberdade, do direito sobre a propriedade privada, da defesa da ordem e dos valores patrióticos. As próprias escolhas lexicais empregadas nos enunciados que explicitamente envolviam o PT ou seu representante Haddad (doutrina > diabo > preocupação > risco > foice e martelo > fantasma) foram utilizadas de modo a construir em torno do oponente um valor semântico negativo. Assim, a partir da imposição de um binarismo axiológico, a arena política se dividiu entre o representante dos valores morais, que sustentaria a harmonia e a paz na sociedade, bem como a ameaça comunista que viria a impor a ruptura do *status quo* político, social e econômico.

Vimos agir na construção do *ethos* discursivo de Bolsonaro o que Charaudeau (2016, 107) definiu como “discurso populista como reciclagem dos discursos extremistas”, uma vez que ele se apresenta como salvador diante de um futuro apocalíptico e, ao mesmo tempo, “sataniza” os culpados pelo sofrimento do povo. Se o público é ideologicamente simpático aos preceitos defendidos pela extrema-direita moralizante no que diz respeito ao uso da força na defesa da propriedade privada e na imposição da ordem, ou dos valores cristãos como responsáveis pela constituição da família tradicional, esse público foi facilmente atraído pelo marketing político de Bolsonaro - aí incluímos a elite econômica conservadora e os grupos evangélicos - outras camadas da população foram representadas nesse discurso pela imposição do medo.

Explorando o cenário semeado pela violência, o candidato afasta o viés ideológico de sua fala e estabelece, com essa parte do eleitorado, uma comunicação baseada no senso de identidade, de nação. A ameaça, nesse discurso, não está mais relacionada com os valores morais, mas com os riscos concretos da insegurança, da educação dos filhos, do futuro do país: “Estamos todos, sem exceção, no mesmo barco! Contem comigo, e eu conto com vocês para enfrentarmos este desafio!”. Deparamo-nos, aqui, com o que Charaudeau (2016, 69) definiu como discurso manipulador, uma vez que impossibilita a reflexão do manipulado pelo prenúncio de uma desgraça ou sanção negativa, recorrendo a argumentos de ordem moral ou afetiva.

Por outro lado, se como vimos em Marques (2000), a manipulação no discurso político não depende exclusivamente da credibilidade do orador, mas também está sujeita às adaptações quanto ao público, podemos considerar que a fala de Bolsonaro movimentou tamanho apoio da sociedade, pois através dos implícitos dialogou com outros discursos que circulam no espaço social. Desse modo, se os “não ditos” que permearam essa produção discursiva atuaram na redução da exposição negativa do candidato, também produziram efeito de identificação em seu círculo de apoio, por recorrer aos “subentendidos” típicos da fala de determinados grupos. Em uma sociedade onde o

racismo é camuflado pela negação das divergências sociais entre brancos e negros – no emprego do atenuante “somos todos iguais”, por exemplo - e a homofobia é recorrentemente suavizada pela famosa frase “não tenho nada contra gay, mas...” ou “não sou homofóbico, tenho até um amigo gay”, as declarações de Bolsonaro encontram abrigo no que Marques (2000, 36) define como conceitos de “co-produção e co-enunciação”.

Por meio desse recurso, explica a autora, fica difícil dizer onde está a manipulação, pois os recursos metacomunicativos permitem cancelar os sentidos que potencialmente deixariam evidente a natureza manipuladora do discurso. Van Dijk (2005) defende que a implicação é uma propriedade importante da semântica do discurso, uma vez que partilhamento de informação pode ser ideologicamente controlado.

Evidente que os recursos do universo *on-online* atuando como meio de produção e difusão da fala do candidato favoreceram o caráter seletivo dessa comunicação. Ao afastar-se da imprensa oposicionista, Bolsonaro reduziu a mediação na interpretação de seu discurso, ou seja, resguardou sua fala da exposição a outras atribuições de sentido e, como consequência, limitou a possibilidade de ponderações críticas por parte do eleitorado. Por outro lado, o público experimentou a ideia de autonomia, de não se sentir manipulado pelas empresas de notícias, mas, ao contrário, de ser participante ativo no espaço democrático e por ele serem responsáveis, o que pode ter contribuído, em nossa interpretação, com a aceitação das falas dirigidas à consciência cidadã. Dito de outro modo, a relação direta do candidato com o povo, elevou o ideal de coletividade do eleitorado, uma vez que esses eleitores passaram a fazer parte dos “bastidores” da política e deixaram o papel de simples receptores de notícias, para assumir a função de participantes na criação das estratégias políticas.

Quero agradecer aos milhões de internautas. Vocês sim são os responsáveis pela situação que eu cheguei no momento, que represento vocês. Que nós queremos mudança sim, nós queremos que quem vai estudar, em especial em escola pública, seja um bom profissional e não um militante de esquerda, defensor dessas ideologias que não deu certo em lugar nenhum do mundo. E nós não queremos isso para o Brasil (27 de outubro de 2018).

O controle, inclusive dos recursos não verbais, possibilitados pela *web*, como vestimenta, cenário, convidados – impossíveis de serem controlados nos meios de comunicação tradicional – favoreceram a criação do efeito de verdade. Lembremo-nos, no entanto que, como sugerem Correia, Jerônimo & Gradim (2019), o conceito de proximidade pode favorecer a manipulação do jogo político; ao associar o desejo de integração à falta de consciência crítica para distinguir o que é entendido como “nosso”, esse discurso limita a capacidade de distinção da verdade. Não é menos importante na criação dessa comunidade ideológica alocada no espaço digital, a mobilização do fundamentalismo religioso. A estratégia de dialogar com os valores morais pregados pelos

dogmas cristãos possibilitou que o candidato estabelecesse um contrato comunicacional com um eleitorado numericamente expressivo e, em grande parte, pouco afeito a questionamentos.

Considerar o caráter hegemônico da direita no Brasil nos permite, na esteira de Fairclough (2001) e Foucault (1996), interpretar o discurso da extrema-direita bolsonarista a partir de uma ordem do discurso já existente que, ao mesmo tempo em que resgata elementos discursivos de uma direita tradicional, rearticula esses elementos em uma nova agenda política a fim de reestruturar as relações de poder. Se como propõe Fairclough (2001, 124), essa ordem do discurso rearticulada é contraditória, podemos compreender que a fala de Bolsonaro expressou tal contradição na associação entre a fala totalitária - mais evidente no discurso intolerante destinado à esquerda, seus apoiadores e a mídia - e a defesa dos valores democráticos.

Ainda que não tenhamos conseguido observar de maneira clara a agenda política do candidato, pois em nenhuma das produções discursivas analisadas houve a exposição de um plano de governo em qualquer uma das áreas administrativas sob o comando do Executivo, entendemos a campanha de Bolsonaro como fenômeno que articulou questões inéditas no espaço político e, por isso, pode ser enquadrada sob a perspectiva do “novo”. Relativizamos o conceito de novo, no entanto, pois se a fala antissistêmica, sua baixa posição dentro da hierarquia política e o uso ostensivo dos meios virtuais de comunicação transformaram essa eleição em um evento inédito, o apelo à religiosidade, à defesa dos valores familiares, o anticomunismo militante, a justificação da violência como forma de impor a ordem e a própria recusa ao reconhecimento das divergências e dos abismos sociais que afetam as minorias são referentes simbólicos que dialogam com o caráter identitário mais primitivo do povo brasileiro.

Referências Bibliográficas

- Abranches, S. (2019). Polarização Radicalizada e Ruptura Eleitoral. In Vários Autores, *Democracia em Risco?: 22 Ensaios sobre o Brasil Hoje* (pp.11-34). São Paulo: Companhia das Letras.
- Almeida, R. de (2019). Bolsonaro Presidente: Conservadorismo Evangélico e a Crise Brasileira. *Novos Estudos Cebrap*, v.38, n.1, 185-213.
- Almeida, R. de (2019a). Deus Acima de Todos. In: Vários Autores, *Democracia em Risco?: 22 Ensaios sobre o Brasil Hoje* (pp. 35-51). São Paulo: Companhia das Letras.
- Barros, D. L. (2007). A Identidade Intolerante do Discurso Separatista. *Revista Filologia e Linguística Portuguesa*, n.9, 147-167.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Braga, C. F. (2011). Perspectivas Teóricas Para Uma Análise do Discurso Político. *Anais da SILEL*, v.2, n. 2., Uberlândia.
- Cavalcante, S. (2015). Classe Média e Conservadorismo Liberal. In Sebastião Velasco e Cruz et al., *Direita Volver!: O Retorno da Direita e o Ciclo Político Brasileiro* (pp. 177-196). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Cazarin, A. E. (1999). A Representação do Sujeito no Discurso Político de L.I. Lula da Silva. *Cad. Est. Ling.*, Campinas, 5-10.
- Cepêda, V. A. (2018). A Nova Direita no Brasil: Conceitos e Matrizes Conceituais. *Mediações*, v.23, n.2, Londrina, 75-122.
- Charaudeau, P. (2013). *Discurso das Mídias*. 2ª ed., São Paulo: Contexto.
- Charaudeau, P. (2016). *A Conquista da Opinião Pública: Como o Discurso Manipula as Escolhas Políticas*. São Paulo: Contexto.
- Chauí, M. (2008). *O Que é Ideologia*. 2ª ed., São Paulo: Brasiliense.
- Codato, A.; Bolognesi, B. & Roeder, K. M. (2015). A Nova Direita Brasileira: Uma Análise da Dinâmica Partidária e Eleitoral do Campo Conservador. In Sebastião Velasco e Cruz et al., *Direita Volver!: O Retorno da Direita e o Ciclo Político Brasileiro* (pp. 115-144). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Correia, J. C. (2005). *Sociedade e Comunicação: Estudos Sobre Jornalismo e Identidades*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Courtine, J.-J. (2009). Introdução. In C. Piovezani, *Verbo, Corpo e Voz: Dispositivos da Fala Pública e Produção da Verdade no Discurso Político* (pp. 17-29). São Paulo: Editora Unesp.
- Cruz, S. V. (2015). Elementos de Reflexão Sobre o Tema da Direita (e Esquerda) a partir do Brasil no Momento Atual. In Sebastião Velasco e Cruz et al., *Direita Volver!: O Retorno da Direita e o Ciclo Político Brasileiro* (pp. 13-48). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Dijk, T. A. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia: Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Universidade de Brasília.

- Fiorin, J. L. (2009). Língua, Discurso e Política. *Alea*, v.11, n.1, 148-165.
- Foucault, M. (1996). *A Ordem do Discurso*. 3ª ed., São Paulo: Edições Loyola.
- Gregolin, M. d. (2007). Análise do Discurso e Mídia: a (Re)produção de Identidades. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v.4, n.11, 11-25.
- Kaysel, A. (2015). Regressando ao Regresso: Elementos para uma Genealogia das Direitas Brasileiras. In Sebastião Velasco e Cruz et al., *Direita, Volver!: O Retorno da Direita e o Ciclo Político Brasileiro* (pp. 49-74). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Lowy, M. (2015). Conservadorismo e Extrema Direita na Europa e no Brasil. *Serviço Social e Sociedade*, n. 24, São Paulo, 652-664.
- Maingueneau, D. (2015). *Discurso e Análise do Discurso*, 1ª ed.. São Paulo: Parábola Editorial.
- Marques, M. A. (2000). Funcionamento do Discurso Político Parlamentar: A Organização Enunciativa no Debate da Interpelação do Governo. Universidade do Minho, Braga. In <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/63303> (acesso em 25/03/2020).
- Marques, W. (2013). Discurso, Mídia e Política: Da Utopia ao Caos Sob Análise. *Veredas Temática*, v.17, n.2, *Juiz de Fora*, 437-452.
- Oliveira, R. R. (2018). Mídias Sociais Digitais: Implicações Sobre o Processo Democrático. *Revista Cadernos de Campo*, n.25, Araraquara, 229-244.
- Orlandi, E. P. (2012). *Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia*. Campinas: Pontes Editora.
- Pêcheux, M. (2014). *Semântica e Discurso, uma Crítica à Afirmação do Óbvio*. 5ª ed. Campinas: Editora Unicamp.
- Piovezani, C. (2009). *Verbo, Corpo e Voz: Dispositivos da Fala Pública e Produção da Verdade no Discurso Político*. São Paulo: Editora Unesp.
- Reis, D. A. (2019). As Armadilhas da Memória e a Construção Democrática. In V. Autores (quais??), *Democracia em Risco?: 22 Ensaios Sobre o Brasil Hoje* (pp. 274-286). São Paulo: Companhia das Letras.
- Rubim, A. A. C. & Colling, L. (2005). Mídia, Cultura e Eleições Presidenciais no Brasil Contemporâneo. *Comunicação e Política*. Universidade da Beira Interior: Covilhã.
- Sargentine, V. (2015). Discurso Político e Redes Sociais. *Revista da ABRALIN*, v. 14, n.2, 215 - 232.
- Souza, P. de (2011). Análise do Discurso. *Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis*. In https://petletras.paginas.ufsc.br/files/2016/10/Livro-Texto_Análise-do-Discurso_UFSC.pdf (acesso em 25/10/2019).
- Tarouco G. S e Madeira R. F. (2013). Partidos, Programas e o Debate Sobre Esquerda e Direita no Brasil. *Revista de Sociologia de Política*, Curitiba, v.21, n.45, 149-165.
- Teles, T. R. (2017). Discurso, Análise do Discurso e Discurso Político: Ponderações Conceituais. *Estação Científica*, v. 7, n. 1, 33-48. In <http://periodicos.unifap.br/index.php/estacao> (acesso em 30/10/2019).

Corpus e Matérias Jornalísticas

Bolsonaro, J. (31 de agosto de 2018). in <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/posts/1177637352385249/> (acesso em 03/05/2020).

Bolsonaro, J. (04 de outubro de 2018). in <https://www.facebook.com/watch/?v=240260886640651&extid=4PWNH175tqHTXksl> (acesso em 07/05/2020).

Bolsonaro, J. (06 de outubro de 2018). *Ultima Live de Bolsonaro Antes do Dia 07 de Outubro de 2018.* in https://www.facebook.com/watch/live/?v=2187270124862745&ref=watch_permalink (acesso em 20/04/2020).

Bolsonaro, J. (12 de outubro de 2018). *Live com Bolsonaro e Luiz Philippe de Orleans e Bragança.* in <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/697415117297789/?v=697415117297789> (acesso em 06/06/2020).

Bolsonaro, J. (14 de outubro de 2018). *Bolsonaro: Mais Verdades!* in https://www.facebook.com/watch/live/?v=1736946453099030&ref=watch_permalink (acesso em 08/05/2020).

Bolsonaro, J. (16 de outubro de 2018) in <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.250567771758883/1257266937755623/?type=3&theater> (acesso em 29/05/2020).

Bolsonaro, J. (18 de outubro de 2018). *Os Cães Ladram e a Caravana Passa!* in <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/580531589030275/?v=580531589030275> (acesso em 19/04/2020).

Bolsonaro, J. (25 de outubro de 2018). *Entrevista para o Terça Livre TV sobre o bolivarianismo e o Foro de SP.* in <https://www.facebook.com/watch/?v=2167036803538937> (acesso em 08/05/2020).

Bolsonaro, J. (27 de outubro de 2018). *Ultima Live Pré Segundo Turno – o Futuro Está nas Mãos dos Brasileiros* in https://www.facebook.com/watch/live/?v=476767362817778&ref=watch_permalink (acesso em 07/05/2020).

Figueredo, P. (13 de outubro de 2018). *Bolsonaro Mente ao Dizer que Haddad Criou “kit gay”.* *El País.* in https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/12/politica/1539356381_052616.html (acesso em 20/05/2020).

Gielow, I. (22 de agosto de 2018). *Lula Chega a 39%, Aponta Datafolha; Sem Ele, Bolsonaro Lidera.* *Folha de São Paulo.* in <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/lula-chega-a-39-aponta-datafolha-sem-ele-bolsonaro-lidera.shtml> (acesso em 12/03/2020).

Gortazar, N. (26 de outubro de 2018). *Bolsonaro, um candidato que cresceu no facebook e não quer sair de lá.* *El País.* in https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/24/politica/1540388654_185690.html (acesso em 03/04/2020).

G1 (03 de outubro de 2018). *Datafolha: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais, leem e compartilham notícias sobre política.* in

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/datafolha-quantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml> (acesso em 12/03/2020).

G1 (03 de outubro de 2019). Pesquisa Datafolha: veja perfil dos eleitores de cada candidato a presidente por sexo, idade, escolaridade, renda e região. in <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/pesquisa-datafolha-veja-perfil-dos-eleitores-de-cada-candidato-a-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-e-regiao.ghtml> (acesso em 20/05/2020).

IBGE. Censo Demográfico: Tabela 137 – População Residente por Religião. in <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/137#resultado>. (acesso em 04/06/2020).

Justiça Eleitoral. *Divulgação de Resultado de Eleições*. in Silveira, D. (20 de dezembro de 2018). Brasil Ganha 10 milhões de internautas em 1 ano, aponta IBGE. *Portal G1*. in <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/20/numero-de-internautas-cresce-em-cerca-de-10-milhoes-em-um-ano-no-brasil-aponta-ibge.ghtml> (acesso em 03/04/2020).

Tavares, J. (25 de novembro de 2017). Bolsonaro lidera influência nas redes sociais, aponta pesquisa. *Folha de São Paulo*. in <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1938138-bolsonaro-lidera-influencia-nas-redes-sociais-aponta-pesquisa.shtml> (acesso em 14/03/ 2020).

TSE. Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais in <http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/2018/2022802018/BR/280000614517> (02/06/2020).
