

---

## **Bolsonaro: antagonismos em seu próprio governo<sup>1</sup>**

Gabriel de Medeiros VAZ<sup>2</sup>

Rafael Rocha JAIME<sup>3</sup>

Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

Neste artigo discutiremos como as crenças pessoais, emoções e subjetividades são exploradas por políticos que tentam cargos no Brasil, e são canalizadas em uma estratégia comunicacional para a construção de mitos. Esta, quando adotada e difundida em massa, produz efeitos com impacto acentuado em todas as esferas da vida. Assim, fica mais fácil que os indivíduos ignorem ou enxerguem de maneira deturpada os fatos. No contemporâneo há um misto de informação em virtude dos processos de sua (re) produção, circulação, consumo em circuitos complexos através de meios de comunicação invasivos, e ao mesmo tempo, evasivos. Cria-se então um cenário propício à pós-verdade. Iremos analisar midiaticamente a construção do “mito” político de Jair Bolsonaro à luz do conceito barthesiano das mitologias para reiterarmos que a força comunicativa do mito sustenta suas próprias contradições.

**Palavras-chave:** Política; Imagem; Mitologia; Imaginário; Pós-verdade.

### **Introdução**

A imagem midiática construída, principalmente nas redes sociais, de Jair Bolsonaro é a de que ele é o que carrega em seu nome de batismo, um ‘Messias’. Foram 27 anos de congresso nacional como deputado federal, por sete diferentes partidos (PDC, PP, PPR, PTB, PFL, PSC e PSL), em um total de sete mandatos, entre 1991 e 2018. Talvez não todo este período com a pretensão de chegar à presidência da república. Porém, com o crescimento do incômodo ao governo anterior, e espaço se abrindo para o populismo, foram necessários alguns poucos anos de campanha, e na primeira candidatura conseguiu chegar ao cargo máximo do poder executivo, apostando em ideias conservadoras e de extrema-direita em um cenário de muita polarização e culpabilização da esquerda, que ficou no poder por 13 anos (jan/2003-ago/2016), para as mazelas sociais do Brasil. O longo tempo como parlamentar, e ter passado por diversos partidos dá experiência e, em tese, faz compreender com mais presteza a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém-graduado do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá, e-mail: gabrieldemedeirosvaz@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutor em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e professor da Universidade Estácio de Sá, e-mail: rafael.jaime@bol.com.br

---

política institucional brasileira e seus complexos espectros. Bem como o *modus operandi* de principais atores dos três poderes.

Seus temas centrais de campanha foram dizer que não é corrupto, e que portanto a corrupção não seria tolerada em seu governo; dizer que iria resolver a situação da segurança pública. Problemáticas que estavam/estão em evidência ainda maior com o momento de crise econômica que assola o país desde 2013. Após ganhar a eleição em 2018, na prática, o que se vê é uma série de contradições nos primeiros meses de um governo previsto para quatro anos de duração.

Barthes (2009) introduz o que é um mito no contemporâneo “um sistema de comunicação, uma mensagem. Eis por que não poderia ser um objeto, um conceito ou uma ideia: ele é um modo de significação, uma forma.” (BARTHES, 2009, p. 199). O que demonstra que nos casos dos mitos, as ideias não precisam ter forma. Isto é, confunde o real “a função do mito é evacuar o real: literalmente o mito é um escoamento incessante, uma hemorragia ou, caso se prefira, uma evaporação; em suma, uma ausência perceptível” (BARTHES, 2009, p. 234).

O mito não precisa ser verdadeiro, basta que seja aceito. Não faz diferença se é verdadeiro ou não, os indivíduos querem aceitar o que está imposto. Desta forma são necessárias substâncias que dão sustentação a aparência, uma vez que um mito não tem substância. Olhado de perto, se esvazia.

### **Contradições entre imagens e ideologia**

As imagens de políticos se ressignificam e se apropriam de valores que criam mitologias. Barthes (2009) aponta que estas imagens trazem a tona todo um modo de habitar o mundo que é o que atrai o seu eleitorado.

A efígie do candidato estabelece um elo pessoal entre ele e os seus eleitores; o candidato não propõe apenas um programa, mas também um clima físico, um conjunto de opções cotidianas expressas numa morfologia, num modo de se vestir, numa pose. (Barthes, 2009, p. 162).

Se fazendo valer disto e com apoio de milhões nas redes sociais que reforçam a teoria, inclusive com o apelido de ‘mito’, Bolsonaro teve o caminho pavimentado pela pós-verdade. Isto é, em um nível de apoio que a imagem está garantida por grande parte da população, parecer ser é mais importante do que ser.

---

Farhad Manjoo (2008) contribui com a reflexão ao mostrar que a exposição seletiva – teoria que comprova que a mente humana tende a escolher informações que estejam alinhadas às suas crenças, atitudes e comportamentos, e rejeita o que é contraditório – pode ser uma explicação para entender o alcance e crescimento da pós-verdade. (SANTOS e SPINELLI, 2017, p.1)

Se uma das bandeiras de um político é a luta contra a corrupção, o que dizer quando no primeiro mês de seu governo, é encontrada movimentação suspeita pelo Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF) de um assessor/motorista de um de seus filhos, que também tem carreira política? Foi o que aconteceu com o ex-deputado estadual e agora senador Flavio Bolsonaro<sup>4</sup>. A situação ainda não foi esclarecida e uma sucessão de acontecimentos envolvendo o início conturbado do governo (por exemplo, suas escolhas para os ministérios), facilitou que a atenção não se prendesse somente a esta notícia. Entre os 22 ministros, nove são réus, há para um deles inclusive, confissão de crime de caixa dois<sup>5</sup>. Ricardo Salles, ministro do Meio Ambiente responde processo por crime ambiental<sup>6</sup>. Damares Alves, nomeada a pasta da Mulher, Família e Direitos Humanos, se posiciona contra o movimento feminista e LGBTQ<sup>7</sup>.

Além de que, com um mundo de informações circulando cada vez mais rápido, um chefe de poder executivo não governa somente para a chamada política interna, tem de ter também um mínimo de conhecimento da atualidade e dos efeitos internacionais de determinadas medidas. Sem alinhamento entre ideias, imagens e fatos, o governo se mostra frágil ideologicamente. Isto pode ficar mais aparente quando o tema é cultura e ativismo de estrangeiros. Em uma visita aos Estados Unidos, o presidente foi capturado pelo fotógrafo oficial da presidência, em um bar de Dallas, com um retrato que toma boa parte da imagem, do cantor e compositor americano Willie Nelson, que é militante pelos direitos LGBTQ, a favor da legalização da maconha, defensor dos animais e do meio ambiente. Pontos que vão de encontro ao que prega Bolsonaro. Para Barthes (2009) “uma fotografia será, por nós, considerada fala” (BARTHES, 2009, p. 201).

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/as-principais-contradicoes-da-familia-bolsonaro-no-caso-queiroz/> Acessado em 24/06/2019.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/braco-direito-de-bolsonaro-admitiu-ter-recebido-em-caixa-2-da-jbs.shtml> Acessado em 24/06/2019

<sup>6</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/12/09/novo-ministro-meio-ambiente-ricardo-salles-governo-bolsonaro.htm> Acessado em 24/06/2019

<sup>7</sup> Disponível em <https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/2019/01/em-mais-um-video-ministra-damares-alves-ataca-feministas-sao-feias> Acessado em 24/06/2019

Figura 1 – Bolsonaro em mesa próxima a retrato do ativista Willie Nelson



Fonte: <https://revistaforum.com.br/ativista-pela-maconha-willie-nelson-compartilha-imagem-de-bolsonaro-em-dallas/>

A imagem chegou a ser publicada no flickr<sup>8</sup> do Palácio do Planalto, viralizando nas redes sociais em razão da falta de percepção e entendimento semiótico do presidente e sua equipe.

### **Apelo a Deus e heresia concomitantes**

Bolsonaro usou algumas das principais religiões praticadas no Brasil, para que de alguma maneira atingisse um maior número de pessoas por suas crenças. Porém, os preceitos são diferentes e não há lógica em ser duas ou mais ao mesmo tempo. Além de que partindo da premissa que o Estado brasileiro é laico, nenhuma religião deveria ser propagada por políticos. Do contrário, joga-se para Deus (o imaginário) o processo de tirar o Brasil de intensa crise.

Bolsonaro usa os escritos religiosos como um pilar<sup>9</sup> “O nosso slogan eu fui buscar naquilo que muitos chamam de caixa de ferramenta para salvar o homem e a mulher, que é a Bíblia Sagrada. Fomos em João 6:82: e conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará.” Porém, ao passo que o principal a ser deixado para a

<sup>8</sup> Site para hospedagem e armazenamento de imagens.

<sup>9</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/catolico-bolsonaro-investe-em-pauta-evangelica-e-domina-segundo.shtml> Acessado em 24/06/2019

humanidade por Jesus Cristo, segundo os registros bíblicos, foi o respeito e fraternidade, o presidente diz que fará política de segurança pública com ocupações militares (do exército) para combater a criminalidade e o tráfico de drogas. Também sobre a violência nas grandes metrópoles, usou do jargão ‘bandido bom é bandido morto’. Uma vez que são claros os parâmetros de quem pode determinar quem é bandido, é claro também que a conotação se trata de uma construção social subjetiva. Se tratando de um jogo de poder que tem a imagem como uma de suas peças.

No sexto mês de seu mandato, foi o primeiro presidente brasileiro a participar da Marcha para Jesus, em São Paulo, para agradecer ao eleitorado evangélico. Fez sinal de arma de fogo com a mão enquanto era ovacionado pelos presentes. Debord (2003) chamou a atenção, no século passado, para que a sociedade contemporânea encaminhava para relações movidas por espetáculos imagéticos que podem enganar os espectadores.

As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo à parte, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo. (DEBORD, 2003, p. 8)

Figura 2 – fazendo gesto de arma com a mão na Marcha para Jesus



Em uma mistura de divino com profano, de Igreja com exército e militarização, tudo com a intenção de mostrar fidelidade a Deus. A ponto de se criar o *slogan* ‘Brasil acima de tudo. Deus acima de todos’, o que exerceu grande influência nas intenções de voto no militar reformado, entre os evangélicos, serem de 71%<sup>10</sup> no segundo turno.

Para Barthes (2009) “o espectador não se interessa pelo progresso de um destino, mas espera a imagem momentânea de certas paixões.” (BARTHES, 2009, p. 15), é o futuro político de um país em segundo plano, quando se trata de sensações momentâneas.

### **Apelo ao esporte da massa brasileira**

Um dos entretenimentos que mais são consumidos e assistidos, inclusive a ponto de ser quase uma religião para muitos, é o futebol. O esporte e suas repercussões é assunto cotidiano, move paixões e está enraizado na população não apenas entre os homens, mas também para as mulheres. Para se fazer valer do populismo, não se importando com a contradição, o presidente foi fotografado e tirou *selfies* com a camisa de diferentes times, todos eles de grande torcida, durante a campanha e continua a utilizar o esporte da massa, movendo o imaginário

É através dos espetáculos que seus conteúdos imaginários se manifestam. Em outras palavras, é por meio do *estético* que se estabelece a relação de consumo imaginário. A participação estética se diferencia das participações práticas, técnicas, religiosas, etc. (MORIN, 2002, p. 77)

O que Morin (2002) atesta complementa a ideia de que as imagens atreladas aos indivíduos não necessariamente condizem com o que acontece na prática, no cotidiano. De que não é porque se veste uma roupa que se segue o que nela está propagado.

Nascido em São Paulo, fez carreira política representando o Rio de Janeiro e, por isto, afirmou torcer para dois times<sup>11</sup>: Palmeiras e Botafogo.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/bbc/2018/10/23/os-valores-e-boatos-que-conduzem-evangelicos-a-bolsonaro.htm> Acesso em 24/06/2019

<sup>11</sup> Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/blogs/pombo-sem-asa/post/2018/09/03/saiba-quais-sao-os-times-dos-candidatos-a-presidencia-do-brasil.ghtml> Acessado em 24/06/2019

Figura 3 – times que alegou torcer



Fonte: globoesporte.com

Mas não parou por aí no que tange vestir camisas de diversos outros clubes do país. Fez aparições com camisas de clubes das regiões Sul, Sudeste, Centro-oeste e Nordeste, todas com ao menos um clube na série A (1ª divisão do Campeonato Brasileiro), que consideravelmente recebe mais investimentos do que as divisões inferiores e é onde estão os clubes de maior torcida. Faltou apenas a região Norte, que teve um clube na série A pela última vez em 2005.

Roupa na vida associada é comunicação. Não por acaso os parlamentares aparecem, na maioria das situações que tem suas imagens veiculadas, trajados de terno e gravata. Inclusive recebem o chamado auxílio terno. Isto incide na memória dos indivíduos, assim como na memória coletiva. “A roupa tende pois a estar poderosamente associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória.” (STALLYBRASS, 2012, p. 14).

Figura 4 – Com a camisa do Internacional personalizada com seu nome



Fonte: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2019/03/29/bolsonaro-ganha-camisa-do-inter-e-colorados-se-dividem-na-internet.htm>

Também não é a toa que marcas de produtos e serviços façam publicidade nas camisas dos clubes de futebol. Devido às rivalidades entre os times, não há como entender como algo inocente, a junção de signos tão diferentes. Isto vale não apenas para camisas, mas também para qualquer peça de indumentária. Como explicita Barthes “pelas oposições de peças, encaixes ou ‘pormenores’, cuja variação acarreta uma mudança de sentido (não tem o mesmo sentido usar uma boina ou um chapéu-coco)” (BARTHES, 2012, p. 36).

Por conta das rivalidades serem bastante acirradas entre as torcidas dos clubes, principalmente aquelas que são regionais, dificilmente é bem visto, para os que acompanham assiduamente o esporte, o indivíduo que muda de time, o popular ‘vira casaca’. Dos quatro clubes grandes do Rio de Janeiro, cidade onde vive, já vestiu a camisa de todos. Isto foi repercussão inclusive internacional, com o diário *Olé*<sup>12</sup> da Argentina (país onde o futebol também é o principal esporte), fazendo uma matéria com o título: *de qué cuadro sos, Bolsonaro?*<sup>13</sup>

Figura 5 – compilação de fotos com camisas de clubes elaborada pelo jornal argentino *Olé*



Fonte: [https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/bolsonaro-hincha-palmeiras-botafogo-presidente-brasil\\_0\\_jloZOW8UY.html](https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/bolsonaro-hincha-palmeiras-botafogo-presidente-brasil_0_jloZOW8UY.html)

Se configura assim, mais uma questão de contradição que a mitologia em torno dele praticamente legítima. Assim, pode haver identificação para alguns torcedores,

<sup>12</sup> Disponível em: [https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/bolsonaro-hincha-palmeiras-botafogo-presidente-brasil\\_0\\_jloZOW8UY.html](https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/bolsonaro-hincha-palmeiras-botafogo-presidente-brasil_0_jloZOW8UY.html) Acessado em 28/06/2019

<sup>13</sup> Tradução: em que imagem está, Bolsonaro?



mesmo com o fato de usar camisas das mais diversas agremiações, posando para fotografias ou fazendo vídeos, seja em estádios ou parabenizando por títulos. Ou seja, não há relação de afeto com os clubes. Esta foi uma das estratégias para mexer com emoções de quem já estava pendendo para lhe conceder voto, e para aficionados por futebol que estivessem em dúvidas sobre candidatos.

Morin (2002) atesta que a partir do século XX, com a cultura de massa, o lazer se sobrepõe a ética do trabalho e juntamente com outras éticas vacilantes, ganha corpo e se estrutura na massa, “ela orienta a busca da saúde individual durante o lazer e, ainda mais, ela cultua o lazer que se torna o estilo de vida” (MORIN, 2002, p. 69). Como por exemplo, em 2017, quando vestiu a camisa do Sport Club do Recife, do nordeste, onde era um candidato com pouca popularidade.

Figura 6 – Com a camisa do Sport



Fonte: reprodução YouTube

Em partida do Flamengo disputada no estádio Mané Garrincha, em Brasília, Bolsonaro estava presente com o ministro da Justiça e Segurança Pública, Sergio Moro. Ambos foram ovacionados e desta vez ao invés de estar com a camisa do clube carioca ou ter levado uma, os próprios torcedores lhe deram uma que, prontamente vestiu. Moro fez o mesmo. O episódio foi gravado e postado no Twitter do presidente.<sup>14</sup> Eleitores, então, demonstram que a tática da representação dos clubes através das camisas, apesar de controversa, obtém sucesso em uma relação mútua.

<sup>14</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-06/bolsonaro-e-moro-vao-assistir-ao-jogo-flamengo-e-csa-no-mane-garrincha> Acessado em 28/06/2019

Figura 7 – ao lado do ministro da Justiça e Segurança Pública em jogo em Brasília



Fonte: [agenciabrasil.ebc.com.br](http://agenciabrasil.ebc.com.br)

Barthes (2009) discorre sobre o valor que a imagem tem para políticos, seja em período de eleições ou no poder. A fotografia

supõe uma cumplicidade: a foto é um espelho; ela oferece o familiar, o conhecido, propõe ao eleitor a sua própria efígie, clarificada, magnificada, imponentemente elevada à condição de tipo. É, aliás, essa ampliação em termos de valores que define exatamente a fotogenia: ela exprime o eleitor e, simultaneamente, transforma-o num herói; (BARTHES, 2009, p. 162)

A hipótese de coincidência pode ser levantada quando as aparições com as camisas foram no período em que falava em se candidatar a presidência em diante? Uma vez que roupas são signos, se comunicam com os indivíduos, em muitos casos elas significam pertencimento a determinados grupos. Logo, não há como Bolsonaro pertencer a um grupo específico de torcedores, se identificar com um clube de futebol, porque ao vestir estas tantas camisas, não pertence a nenhum deles.

A análise das maneiras de vestir revela a importância de conceituar as culturas das sociedades contemporâneas como agregados complexos de códigos, conjuntos de itens de vestuário aos quais os grupos sociais atribuem significados inter-relacionados. (CRANE, 2006, p. 465).

Apesar de alguns não entendimentos do governo Bolsonaro, quando se usa uma roupa, quem a vê consome os signos ali estampados. Não existe inocência na escolha do que se veste, principalmente quando se é uma figura pública.

## **Considerações Finais**

Com estas imagens e fatos em contraste com discursos, é nítido que a população brasileira permanece controlada pelo poder da mídia, hoje com a força considerável da internet e as diferentes redes digitais (campo onde Bolsonaro foi ativo, inclusive com seus adeptos propagando e acreditando sem checagens em *fake news*). Dessarte, a desinformação foi um fator para o resultado das eleições 2018.

Tantas contradições no campo político dificilmente levarão uma sociedade a uma democracia consolidada. E enquanto for vivida e disseminada a cultura das aparências, de uma propaganda enganosa, por todas as esferas da sociedade, ou seja, independentemente de classe, raça, papel que desempenha, tanto no cotidiano dos indivíduos e nas instituições que representam a frágil democracia brasileira, esta fragilidade tende a aumentar. A falta de ideologia não permite que o inteligível esteja acima do sensível. Pois que se estiver funcionando para quem se beneficia com este cenário atual, investimentos continuarão a serem feitos para que o ‘parecer ser’ continue valendo mais do que aquilo que se faz, e para que não haja uma ideologia de fato, uma ideologia formulada para que o país consiga entender o que quer para as próximas décadas.

Por ora, uma intensa polarização segue parecendo cegar os opostos que, mesmo depois das eleições, se apontam sem chegar a um comum. E diante de polêmicas e evidências que desconstroem discursos, ainda assim, as medidas passem como algo inverídico ou justificável. Trabalhando com o poder de controle da massa, utilizando-se de temas como tradição de família, religião, exército, se mantém uma população com pouco senso crítico para lidar com a imagem. A frase ‘uma imagem vale mais do que mil palavras’ perde relevância em meio a mitos criados com a ajuda da própria imagem.

## **Referências bibliográficas**

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2012.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2009.

CRANE, Diana. **A moda e o seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Versão Eletrônica. Coletivo Periferia, São Paulo, 2003.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no Século XX. Volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

SANTOS, Jessica de Almeida. SPINELLI, Egle Muller. **Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo**. SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 15º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. Universidade de São Paulo - novembro de 2017

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.