A construção das imagens projetadas de Jair Bolsonaro no *Facebook* durante as eleições de 2018[1]

Jéssica Gomes de OLIVEIRA[2]
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O estudo tem como proposta realizar uma análise discursiva de publicações feitas na página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook*, durante as eleições presidenciais de 2018. Através da análise, o trabalho tem como objetivo verificar quais *ethé* e imaginários sociodiscursivos são projetados por meio das publicações, contruibuindo, assim, para os estudos sobre a construção das imagens projetadas dos atores políticos no ambiente *online*. Como aporte teórico-metodológico predominante para este estudo, será adotada a Análise do Discurso (AD) de linha francesa.

PALAVRAS-CHAVE: *Ethos*; imaginários; Análise do Discurso; Jair Bolsonaro; discurso político.

Introdução

O estudo tem como objetivo realizar uma análise discursiva de publicações veiculadas na página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook* durante o período eleitoral. Por meio da análise, o trabalho tem como proposta o estudo dos processos de constituição da identidade discursiva do sujeito político durante o período eleitoral, por meio da verificação dos diferentes *ethé* e imaginários sociodiscursivos evocados pelas publicações. Como aporte teórico-metodológico predominante para este estudo, será adotada a Análise do Discurso (AD), recorrendo, sobretudo, a Patrick Charaudeau (2006), pesquisador da atual escola francesa dentro deste campo de saber.

Num contexto em que a propagação da palavra política no ambiente digital tem se tornado cada vez mais relevante, a página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook* investiu, durante as eleições presidenciais de 2018, na publicação intensiva de fotos e vídeos e na produção de materiais específicos para o ambiente *online*. Também em 2016, durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, foi veiculada em sua página oficial uma série de conteúdos favoráveis à destituição[3] da presidenta. A partir desse período, é

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginários, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Mestre e Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG, e-mail: jessicagomes.mtz@gmail.com.

[3] O processo de *impeachment* de Dilma Rousseff teve início em dezembro de 2015, quando o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, aceitou denúncia contra a presidenta por crime de responsabilidade. A partir

possível observar na página a veiculação de publicações que parecem uma estratégia[4] para tornar o nome de Bolsonaro consolidado para a disputa pela presidência em 2018.

Entre os materiais produzidos e divulgados especialmente para o ambiente *online* ao longo da campanha estavam recorrentes *lives* realizadas na página oficial de Jair Bolsonaro. As *lives*, ou vídeos transmitidos ao vivo, cumpriam o papel de divulgar informações fundamentais para o andamento da campanha eleitoral, incluindo anúncios sobre a ausência do candidato em debates oficiais. É possível considerar que os comunicados realizados por meio dos vídeos ao vivo conferiam ao então candidato certo controle sobre a situação, evitando a mídia tradicional como intermediária nos anúncios. Conforme menciona Braga (2019), as *lives* também cumpriam o papel de aproximar o eleitor do então candidato por meio da instantaneidade do conteúdo.

A escolha da página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook* para a análise proposta se deu pela constatação de seu intenso potencial na difusão de discursos políticos nas redes sociais digitais. Especialmente após a intensa campanha favorável ao processo de *impeachment*, realizada pela página de Bolsonaro no ano de 2016, observamos um crescente número de publicações [5] que pode ser compreendido como uma estratégia para tornar seu nome consolidado na disputa pela presidência. Vídeos publicados em suas redes sociais digitais mostravam o então congressista sendo recebido em aeroportos de diferentes lugares do país, ainda que a convenção partidária que confirmou a candidatura de Bolsonaro tenha ocorrido somente no dia 22 de julho de 2018. Importante destacar, ainda, que a Lei Eleitoral determina que atos de campanha só podem ocorrer a partir de 15 de agosto do ano eleitoral.

Já ao longo da campanha eleitoral, oficialmente iniciada em agosto de 2018, a página seguiu com um número intenso de publicações em diferentes formatos, incluindo vídeos, transmissões ao vivo, textos, imagens e pronunciamentos oficiais. Ataques diretos a adversários políticos e partidos opositores também eram frequentes, além de materiais

daí, uma Comissão Especial foi formada na Câmara, com o objetivo de decidir sobre a admissibilidade do processo. Acusação e defesa foram ouvidas e, em abril de 2016, a maioria dos deputados aprovou a continuidade do processo, incluindo o então congressista Jair Bolsonaro. O processo foi encaminhado para o Senado Federal culminando, em agosto de 2016, no afastamento definitivo da líder do executivo.

[5] Numa análise preliminar, é possível observar que parte das publicações carregava ataques *ad hominem* direcionados à imagem pessoal de Dilma Rousseff e outros adversários políticos e não às suas propostas e argumentos. É possível observar, ainda, a presença de uma intensa dimensão polêmica nas publicações, carregada de qualificações axiológicas negativas. Conforme menciona Emediato (2016), ataques *ad hominem* são direcionados à imagem pessoal do adversário, envolvendo acusações à sua reputação. O objetivo é atacar o indivíduo e não suas ideias, propostas ou argumentos técnicos.

que denotavam o quanto o então candidato seria aclamado por parte da população. Após o atentado que sofreu no dia 6 de setembro, quando estava em ato de campanha em Juiz de Fora, as publicações permaneceram frequentes, ilustrando seu quadro de saúde e, posteriormente, trazendo textos que pareciam escritos pelo próprio candidato, possivelmente devido a suas limitações de deslocamento enquanto permanecia internado em hospitais.

Atualmente [6], a página de Bolsonaro no *Facebook* conta com 13,4 milhões de seguidores e segue sendo atualizada constantemente com publicações que englobam sua agenda política, vídeos, transmissões ao vivo e pronunciamentos oficiais. É possível considerar, portanto, o uso da página oficial de Bolsonaro como um canal de comunicação fundamental entre o político e seu eleitorado. Diante desse cenário, o trabalho pretende examinar as novas configurações que as redes sociais digitais têm trazido para a veiculação da palavra política. Mais especificamente, analisar parte das transformações que as tecnologias digitais têm proporcionado ao processo de construção da imagem dos sujeitos políticos.

As metamorfoses do discurso político

Conforme nos lembra Courtine (2003, 2006), discursos políticos têm sofrido transformações, num processo em que a vida íntima e histórias pessoais do homem público ganham notoriedade. Em detrimento de suas ideias e programas, a exibição da intimidade doméstica e psicológica emerge com a adoção de discursos num estilo dialogado e com ideias mais simples. Ao contrário dos falatórios longos e de difícil assimilação, os discursos têm sido assimilados à imagem individual do sujeito político, que aparece no vídeo em close, falando a cada um dos eleitores numa espécie de conversa íntima, simples e de fácil acesso. Ainda nesse contexto de transformações, a vida privada do ator político se mistura à pública, numa espécie de espetacularização em que atos individuais podem conferir ou não legitimidade para o sujeito governar. Por isso, é possível afirmar que uma fala pública mais pessoal, breve, efêmera e gerida por novas mídias tem emergido.

Ainda em relação às metamorfoses pelas quais tem passado o discurso político, Courtine (2003) destaca a emergência de um modelo constituído por falas breves em

[6] Acesso em: 13 de julho de 2020.

oposição ao tipo de oratória longa e monológica. Uma fala política fluida e imediata, interativa e fragmentada tem ganhado espaço, submetendo os conteúdos políticos às exigências das novas práticas de comunicação características dos aparelhos audiovisuais de informação.

O autor nos atenta, entretanto, para uma mudança que não acontece somente no campo do discurso. Se antes o orador tradicional encontrava espaço no "ajuntamento popular", no ambiente público das ruas e praças, hoje ele se faz presente por meio das tecnologias de comunicação. Surge, assim, um novo modelo de orador, minuciosamente observado pelo espectador por meio de telas. Seus gestos e expressões corporais são examinados em detalhes, afinal, é a câmera que o encara de perto. Não há mais a distância que separa o público do palanque.

A fala pública da era dos meios de comunicação de massa é, nesse contexto, examinada de forma muito mais próxima pelo olhar do observador, que examina detalhadamente o rosto do político. Pequenas falhas são, portanto, registradas e aumentadas, restando ao sujeito um aumento do controle sobre si mesmo, maior domínio sobre o discurso, sobre o tom de voz e corpo. Para Courtine (2003), tal cenário de emergência dos meios de comunicação de massa e de tecnologias audiovisuais de comunicação política, traz uma espécie de "proximidade longínqua" entre o orador e aqueles que o observam.

Também é preciso considerar o que Piovezani Filho (2007, 2009) chama de "espetacularização da política"[7], fenômeno que envolve fatores de diversas temporalidades históricas, como a dissolução e despolitização das massas, intensificação do individualismo, predomínio do âmbito privado sobre a esfera pública e o advento de novas tecnologias. Para o autor, inovações tecnológicas, juntamente com diversas transformações históricas de distintas durações parecem estar contribuindo para o avanço de mudanças significativas na produção de discursos políticos. Acrescentamos a isso a emergência da internet como recente espaço para veiculação do discurso político.

E é justamente dentro desse contexto de mudanças que candidatos a disputas eleitorais parecem ter percebido a relevância das redes sociais digitais para a propagação da palavra política. Se os meios de comunicação de massa convencionais não podem ou não fornecem a visibilidade desejada às opiniões, projetos e personalidades de cada

[7] Em seus estudos, Debord (1997) trabalha a noção de espetáculo, marcada por relações sociais mediatizadas por imagens, pela aparência e pela afirmação de toda a vida humana marcada por aparências.

agremiação, a saída, então, é buscar se mostrar com instrumentos próprios. A novidade trazida pela internet na propagação de discursos políticos, assim, se configura na criação de canais aptos a expor aos usuários interessados as diferentes maneiras de perceber determinado evento político (MARQUES, 2008).

Por isso, utilizar a *web* como instrumento de visibilidade à palavra, opiniões e projetos dos sujeitos políticos tornou-se imprescindível para a aceitação e construção de uma imagem positiva desses atores. Nesse sentido, a produção da palavra política acaba passando também pelo componente digital e utilizar a internet como ferramenta para agregar visibilidade às ideias e opiniões de seus candidatos tornou-se essencial aos partidos, que têm como objetivo abranger a maior parcela possível de eleitores. (MARQUES, SILVA E MATOS, 2011). Percebemos, portanto, o quanto o impacto das redes sociais digitais na gestão da imagem dos atores políticos tem crescido ao longo do tempo, fazendo com que conteúdos produzidos especialmente para o ambiente *online* passem a integrar as estratégias de campanha.

Ethos e imaginários sociodiscursivos: a construção das imagens projetados dos atores políticos

Além das metamorfoses pelas quais têm passado o discurso político, incluindo o uso das redes sociais digitais na gestão das imagens dos atores políticos, outra questão que se mostra fundamental à proposta de pesquisa é o estudo do *ethos*, mais especificamente dos diferentes *ethé* evocados pelos políticos brasileiros. A noção de *ethos* se faz necessária na investigação, uma vez que a produção do discurso político tem se estruturado a partir de estratégias que promovam uma imagem favorável do sujeito. Conforme aponta Maia (2015), mais do que explicar a viabilidade do projeto proposto, a palavra política tem se dedicado à construção de imagens positivas por meio de falas que toquem o afeto e os sentimentos dos cidadãos.

Podemos compreender o *ethos* enquanto imagem que o enunciador projeta de si mesmo durante o discurso, permitindo ao público construir para o locutor uma espécie de retrato ou desenho daquilo que ele é. Conforme elucida Amossy (2005), deliberadamente ou não, durante seu discurso, o locutor realizará uma apresentação de si mesmo, contribuindo para as imagens ou *ethé* que o público irá construir sobre ele. A pesquisadora nos lembra, ainda, que os antigos designavam pelo termo *ethos* a construção de imagens de si com o objetivo de garantir o sucesso da oratória. Por isso, as imagens construídas

no e pelo discurso participarão da influência que o locutor exercerá sobre o público e vice-versa.

Em suas investigações sobre o *ethos*, Charaudeau (2006) nos atenta que um ato de linguagem não pode existir sem que haja a construção de uma imagem daquele que fala. Para o linguista, sendo intencional ou não, a partir do momento que falamos emerge uma imagem daquilo que somos por meio daquilo que dizemos. E é na tentativa de construir um *ethos* ou imagem positiva de si próprio, que o ator político empregará uma série de estratégias discursivas, sendo tomado por uma dramaturgia que o faça construir para si um personagem.

Na tentativa de construir um *ethos* ou imagem de si mesmo o ator político empregará uma série de estratégias discursivas, num processo que só tem razão de ser se for voltado para o público, funcionando como um suporte de identificação de valores e desejos em comum. Por isso, o *ethos* do ator político deve mergulhar no imaginário popular mais amplamente compartilhado, atingindo o maior número possível de pessoas e funcionando como um espelho em que se refletem os desejos uns dos outros.

Nesse sentido, é possível perceber que o *ethos* político se torna resultado de uma alquimia complexa entre traços pessoais de caráter, corporalidade, comportamentos e declarações verbais. Sua construção está relacionada às expectativas dos cidadãos criadas por meio de imaginários que atribuem valores positivos ou negativos a essas maneiras de ser. No discurso político, portanto, a construção do *ethos* é ao mesmo tempo voltada para si mesmo, para o cidadão e para os valores de referência (CHARAUDEAU, 2006).

Maingueneau (2011), por sua vez, nos atenta para a grande possibilidade de fracasso quando o assunto é a construção de uma imagem positiva, uma vez que o *ethos* visado nem sempre condiz com o *ethos* produzido. No caso de um político que deseja transmitir uma imagem de aberto e simpático, por exemplo, existe o risco de ser percebido como um demagogo. A concepção de *ethos* proposta pelo autor vai além da persuasão por meio de argumentos, permitindo uma reflexão sobre o processo de adesão dos sujeitos aos discursos.

Importante destacar que a noção de *ethos* pertence à tradição retórica. A concepção do termo, entretanto, designado pelos antigos como a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso da oratória, foi introduzida à Análise do Discurso (AD), ganhando certa reelaboração. Conforme nos explicam Amossy (2005) e Maingueneau (2005), a AD, que costuma frequentar os mesmos *corpora* e se deparar com

as mesmas problemáticas dos especialistas da argumentação, trabalha com interesses distintos. A própria Amossy introduz, na análise do *ethos*, a noção de estereótipo, desenvolvida em trabalhos anteriores[8], propondo reflexões sobre a construção de imagens de si e sua relação com a representação coletiva cristalizada e com a atividade de estereotipagem.

Já Maingueneau trabalha a noção de *ethos* em direções que ultrapassam o quadro da argumentação, se debruçando sobre textos escritos e outros que não se inscrevem, obrigatoriamente, em situações de argumentação. O autor retoma as categorias de cena e de cenografia já trabalhadas em suas pesquisas anteriores para fazer um levantamento de como o *ethos* aparece não somente em discursos argumentativos, mas em toda troca verbal.

Sobre os imaginários sociodiscursivos [9], Charaudeau (2006) nos lembra que estes circulam em um espaço de interdiscursividade, dando testemunho das identidades coletivas e da percepção que grupos e sujeitos têm dos acontecimentos. Trata-se de imagens da realidade, ou seja, imagens que interpretam a realidade e que a fazem adentrar num universo de significações. Entendemos que a realidade não pode ser apreendida como tal, uma vez que sua significação está diretamente ligada à relação que o homem mantém com ela através de suas experiências. Por isso, a realidade teria a necessidade de ser percebida pelo homem para poder significar, sendo justamente essa atividade de percepção significante a produtora dos imaginários que darão sentido à realidade.

O linguista propõe, ainda, os chamados *imaginários de verdade* do discurso político, sob os quais atores políticos estruturam suas imagens e apoiam suas estratégias para conseguir a adesão do público. São eles os imaginários de "tradição", de "modernidade" e de "soberania popular". Por meio de discursos que retomam um mundo do passado, o imaginário de "tradição" relembra tempos antigos em que a sociedade teria experimentado estados de "pureza", uma espécie de paraíso perdido para onde deveríamos retornar para encontrar nossas origens. Já o imaginário de "modernidade" pode ser percebido em discursos que trazem um aspecto positivo em relação ao tempo

[8] AMOSSY, Ruth; HERSCHBERG Pierrot. *Stéréotypes et clichés: langue, discours, société*. Paris: Nathan, 1997.

[9] Após uma visita ao conceito de *representação social*, cunhado em diferentes campos de estudo como a Psicologia Social e as Ciências Sociais para explicar a significação que diferentes indivíduos e grupos dão ao real, Charaudeau (2006) propõe o que chama de imaginários sociodiscursivos. De forma semelhante às representações sociais, os imaginários sociodiscursivos podem ser compreendidos como formas de se identificar e significar o real por meio de enunciados linguageiros semanticamente reagrupáveis.

presente, se distanciando da "obscuridade" de um passado carregado de pensamentos e comportamentos que devem ser reformulados. Por fim, o imaginário de "soberania popular" é perceptível através de discursos em que o povo é retratado como responsável pelo seu "bem-estar" e pelas decisões que darão rumo ao futuro (CHARAUDEAU, 2006).

Independentemente de quais imaginários sociodiscursivos possam estar presentes nos diferentes discursos produzidos no cenário político, é fundamental perceber a força que possuem na construção das imagens positivas e negativas dos sujeitos. Por isso se torna fundamental a análise dos imaginários como meios de transformação e construção das imagens dos sujeitos, além de estratégia latente utilizada também nos ataques a adversários políticos que veem suas imagens carregadas de imaginários negativos e até mesmo falaciosos, como veremos em nossa análise.

Apresentação e análise do *corpus*

Por meio do estudo, propomos uma análise discursiva comparativa de três publicações veiculadas na página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook* durante o período eleitoral, iniciado oficialmente em 15 de agosto de 2018 e encerrada em 28 de outubro do mesmo ano. O objetivo é identificar, por meio da análise do corpus, qual ou quais são as imagens, *ethé* e imaginários projetados nas e pelas publicações de Jair Bolsonaro nas redes sociais digitais. O estudo de diferentes imaginários sociodiscursivos como estratégia para difusão do discurso político também se faz presente na pesquisa, já que em parte das publicações de Jair Bolsonaro é possível observar a presença imaginários relacionados à família e à pátria. Ao todo, foram selecionadas três publicações para análise e comparação dos resultados.

A primeira publicação que analisaremos se trata de uma imagem promocional da campanha de Jair Bolsonaro. Na imagem, observamos a predominância das cores verde e amarelo, incluindo o que se assemelha a uma bandeira que carrega os mesmos tons.

Figura 01 – *Facebook* Jair Bolsonaro

O destaque para a coloração verde e amarela somada à frase "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos" confere à publicação um imaginário relacionado ao patriotismo. A frase em destaque coloca uma figura divina carregada de dogmas históricos com supremacia sobre toda e qualquer discussão ideológica, assim como a imagem de pátria soberana. As cores também podem ser compreendidas como um antagonismo ao vermelho representado pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e suas principais figuras políticas. Importante ressaltar certo movimento daqueles cuja bandeira "jamais será vermelha" que enalteceu, durante o período eleitoral, as cores da bandeira do Brasil, reforçando um imaginário de amor a uma pátria que possuiria soberania sobre qualquer outra linha ideológica mais a esquerda.

Também é possível relacionar tais aspectos a um imaginário da ditadura militar que o político já evocou em outros momentos de sua carreira, ainda que não esteja explícito em nenhuma das publicações selecionadas para análise. Podemos citar como exemplo a fala de Bolsonaro durante votação na Câmara dos Deputados que determinou o seguimento do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, em abril de 2016. Na ocasião, Bolsonaro exaltou o coronel Ustra, numa fala carregada de um tom patêmico e violento, além de trazer a afirmativa "pelas Forças Armadas, pelo Brasil acima de tudo e por Deus acima de tudo".

Já a imagem de Bolsonaro ao fundo reproduzindo uma arma com as mãos, movimento corporal comum ao longo de sua campanha, pode ser relacionada ao que

Charaudeau (2006) descreve como *ethos* de potência. Para o linguista, tal imagem pode ser apresentada mediante uma figura de virilidade sexual, nem sempre declarada explicitamente. É denotada uma força vital, uma essência viril, algo que só poderia existir no homem que age sem medo. Outros *ethé* também podem ser conferidos à imagem do político que reproduz o movimento de uma arma, como o de violência e agressividade, além de, mais uma vez, um imaginário relacionado a um certo poder viril ligado às armas.

A próxima publicação que analisaremos traz o que parece ser o recorte de uma fala do então candidato. Novamente observamos as cores verde e amarelo em destaque na imagem, que agora também traz um tom de azul. A expressão "Vamos juntos mudar o Brasil!" também ganha destaque.

Figura 02 – *Facebook* Jair Bolsonaro

A expressão "O brasileiro desta vez terá a opção de escolher um presidente que pegue firme contra a bandidagem; contra saidinha nas prisões" reforça o *ethos* de potência já mencionado, conferindo também certa dimensão patêmica à publicação. Podemos, ainda, atribuir certo grau de violência à afirmativa, especialmente devido ao uso do termo "pegue firme", que pode sugerir uso da força física. Nesse sentido, podemos compreender certo reforço nos *ethé* de agressividade e violência também já mencionados.

Ao afirmar ser contra a "ideologia de gênero e doutrinação nas escolas" o então candidato aponta seu antagonismo a um imaginário ideológico recorrente durante o período eleitoral, que relacionava o PT e seus apoiadores a aspectos negativos e fantasiosos no campo da sexualidade e educação. Ao longo do período eleitoral uma série

de informações falsas[10] sobre uma possível doutrinação nas escolas foi veiculada, relacionadas especialmente ao campo sexual. Em outubro de 2018 o Tribunal Superior Eleitoral (TSE)[11] chegou a determinar que vídeos em que Bolsonaro criticava uma suposta distribuição de livros que fariam parte do chamado "kit gay" fossem removidos do *Facebook* e *Youtube*. O então candidato chegou a apresentar a obra "Aparelho Sexual e Cia" em entrevista ao Jornal Nacional [12], em agosto de 2018, como parte do material do projeto Escola Sem Homofobia, vinculado ao Ministério da Educação durante o mandato da presidenta Dilma Rousseff. Ainda que as informações fossem comprovadamente falsas, conferiram ao PT e a Fernando Haddad, então adversário político de Bolsonaro e Ministro da Educação no governo de Dilma Rousseff, um imaginário ideológico negativo relacionado ao campo da sexualidade e da libertinagem.

Afirmar que é "contra o desarmamento" e a "favor da redução da maioridade penal" também contribui para o reforço de um *ethos* de agressividade e rigidez que somente um homem capaz "colocar o país nos trilhos" possuiria. Já a expressão "o Brasil poderá ter um presidente que seja honesto, patriota e que tenha Deus no coração" reforça imaginários já observados na primeira publicação analisada, relacionados ao patriotismo e a uma figura divina poderosa carregada de dogmas históricos. Observamos, portanto, que o candidato relaciona sua imagem a valores ligados à moralidade cristã, honestidade e devoção à pátria, além de reforçar *ethé* de agressividade e potência[13]. São reunidas estratégias argumentativas que reforçam a imagem do político diferente, honesto, patriota e pronto para colocar em ação o que for necessário para "salvar" o país das garras da corrupção e da esquerda[14], ainda que para isso relacione o campo adversário a ideias fantasiosas e se aproxime de valores extremamente conservadores no campo político e ideológico.

A terceira e última publicação analisada também apresenta o que parece ser um trecho de fala do então candidato. Dessa vez não temos destaque para as cores verde e amarelo, mas tons de cinza que parecem "combinar" com certo ar de "seriedade" apresentado na foto do candidato.

[10] https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/29/politica/1535564207_054097.html; https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/12/politica/1539356381_052616.html
[11] https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/16/tse-manda-remover-da-internet-videos-de-bolsonaro-contra-o-kit-gay.ghtml
[12] https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/29/politica/1535564207_054097.html
[13] Relacionada pelas publicações a um campo ideológico negativo, corrupto e libertino.
[14] A figura que coloca a pátria acima de tudo também seria capaz de tomar todas as medidas necessárias para colocá-la nos eixos novamente.

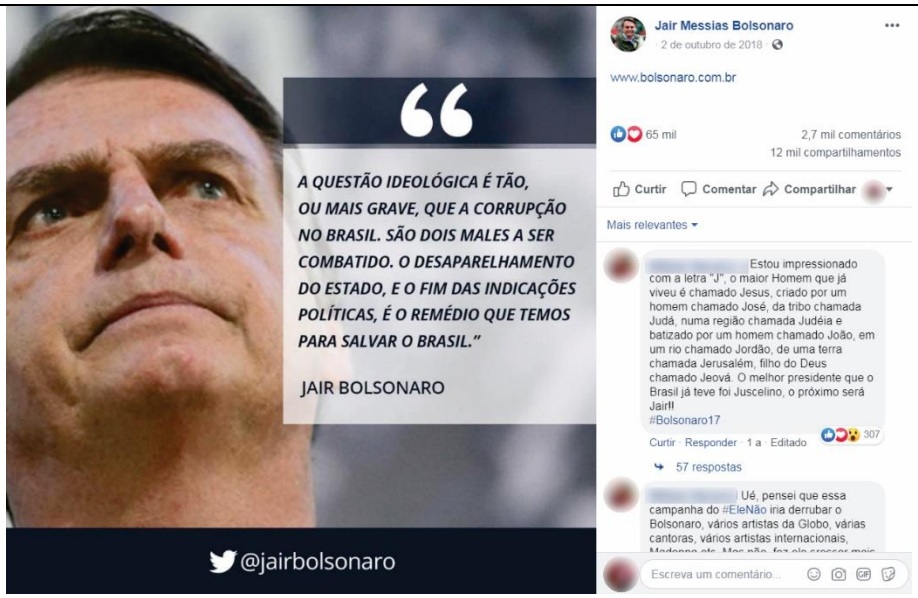

Figura 03 – *Facebook* Jair Bolsonaro

Novamente podemos observar certo apelo à questão ideológica, apresentada como um mal a ser "combatido". A corrupção também é citada, assim como o "desaparelhamento do estado" e o "fim das indicações políticas", males que somente um sujeito político forte seria capaz de solucionar para "salvar o Brasil". Conforme menciona Charaudeau (2006), um dos mecanismos utilizados no processo de persuasão do discurso político é justamente a apresentação de uma solução salvadora por meio do chamado triângulo da dramaturgia política. Nesse cenário, uma espécie de desordem social é apresentada, assim como a fonte do mal encarnada pelo adversário. A partir disso o sujeito político se coloca como o único capaz de salvar seu eleitorado e restaurar a ordem, numa estratégia que podemos considerar semelhante a apresentada por Bolsonaro.

Em relação aos *ethé* projetados por meio da publicação, podemos observar uma imagem de "salvador", um sujeito político capaz de tirar o país das "garras" de adversários carregados de imaginários ideológicos negativos. Nenhuma das três publicações analisadas apresenta legenda textual, exceto a apresentação do site do então candidato.

Considerações finais

Por meio da análise proposta foi possível identificar algumas das imagens, *ethé* e imaginários sociodiscursivos projetados nas e pelas publicações de Jair Bolsonaro. Observamos a presença de *ethé* de potência, agressividade e rigidez. Uma imagem de

salvador também pôde ser observada, assim como a projeção de imaginários que relacionavam o então candidato a um ideal de patriotismo. Há, ainda, certo destaque para uma figura divina com supremacia sobre toda e qualquer discussão ideológica, somada à imagem de pátria soberana.

A questão ideológica se fez presente por meio de imaginários negativos conferidos aos adversários políticos. Aspectos negativos e fantasiosos no campo da sexualidade e educação são evocados por meio dos termos "ideologia de gênero" e "doutrinação nas escolas", relacionados aos adversários políticos. Podemos compreender, portanto, que o então candidato se coloca como aquele capaz de "salvar" a pátria das "garras" de seus adversários políticos, de "colocar o país nos trilhos", "patriota", "honesto" e com "Deus no coração".

Conforme explica Maia (2015), além de convencer o público da pertinência de seus projetos, o sujeito político deve fazer com que os cidadãos se identifiquem com os valores e crenças propostos. Nesse sentido, introduzir o plano dos sentimentos e das emoções à fala pública se torna fundamental, afinal, mais do que explicar a viabilidade e razões práticas das ações propostas, é preciso construir uma identidade que reflita os ideais do público por meio de estratégias discursivas, imaginários e representações. É preciso considerar, ainda, que para corresponder às demandas sociais por meio do compartilhamento de valores e imaginários é necessária certa simplificação dos discursos. O uso de uma forma de raciocínio causal não complicada e ideias que possam ser assimiladas facilmente estão entre as estratégias possíveis de serem utilizadas (CHARAUDEAU, 2006; MAIA, 2015). Courtine (2003) já sinalizava tendência semelhante por uma comunicação mais simplificada no campo político, através de frases curtas, simples e de entendimento menos complexo, estratégias que também podem ser observadas no *corpus* analisado.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagens de Si no Discurso**: a construção do *ethos*. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2005.

BRAGA, Letícia de Castro. **Redes sociais como novo palco para o espetáculo na política: uma análise da construção de personagens políticos no *Facebook* antes e durante a campanha presidencial de 2018**. Juiz de Fora, 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Juiz de Fora.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. 2.ed. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

COURTINE, J-J. **Os deslizamentos do espetáculo político**. In: Gregolin, M.R. et al. (orgs). Discurso político e mídia: a cultura do espetáculo. São Paulo: Claraluz, 2003.

_____. **Metamorfoses do discurso político:** derivas da fala pública. São Carlos: Claraluz. 160 p. 2006.

EMEDIATO, Wander. Dimensões e fases da mentira no discurso político. In: Análises do Discurso Político. 1. ed. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2016. p. 14-49.

MAIA, Jader Gontijo. **Imaginários do discurso político e a construção da identidade: um estudo sobre narrativas de vida na entrevista política.** 2015. 207 f. Tese (Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

MAINGUENEAU, Dominique. ***Ethos*, Cenografia, Incorporação**. In: AMOSSY, Ruth (Org.). Imagens de si no Discurso: a Construção do Ethos. São Paulo: Contexto, 2005, pp.69-92.

_____. **A propósito do *ethos***. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). Ethos discursivo. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011b. p. 11-30.

MARQUES, F.P.J.A. (2008). **Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso brasileiro**. Salvador. 498 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura contemporâneas) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.

MARQUES, F. P. J. A. ; SILVA, F. W. O.; MATOS, N. R. **Estratégias de comunicação política *online*: uma análise do perfil de José Serra no *Twitter***. In: 35º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 2011, Fortaleza.

PIOVEZANI FILHO, C. **Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise**. Revista da ABRALIN, v. 6, n.1, p. 25-42, jan/jun. 2007 . Disponível em: <http://www.abralin.org/revista/RV6N1/04-Carlos-Piovezani.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2017.

PIOVEZANI FILHO, C. 2009**. Verbo, Corpo e Voz:** dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2009. v. 500. 367p.