

A IDEOLOGIA DA SALVAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA DE JAIR MESSIAS BOLSONARO

Isabelly Cristiany Chaves Lima; Jean de Medeiros Azevedo; Dr. Elizabeth Christina de Andrade Lima (orientadora).

Universidade Federal de Campina Grande, isabelly.uepb@gmail.com, jeanletras@uepb.edu.br

Resumo: A figura de um chefe político que traga esperança, coesão, estabilidade, prosperidade para o seu povo não faz parte de uma memória discursiva restrita apenas ao arsenal mítico-religioso. De abrangência universal, o vocativo por essa figura compõe os discursos dos políticos, os anseios de mudança da sociedade, de transformação da realidade e do percurso histórico. Assim, a imagem pública política pode se tornar uma construção discursiva arquitetadamente selecionada para alcançar as memórias e os anseios partilhados por uma coletividade, principalmente em períodos em que as palavras crises, dificuldades, corrupção, déficit são reiteradas constantemente pela Mídia. Dessa forma, a partir de construções de imagens públicas, que mais do que simples enredos identitários são proposituras discursivas, possíveis de serem lidas, interpretadas, inferidas, tem-se uma chave de acesso para a compreensão da sociedade, da cultura, da política. Partindo desse pressuposto, o presente artigo tem como objetivo refletir sobre a construção da imagem pública política do deputado Jair Messias Bolsonaro, tomando como viés a ideologia da salvação. Para tanto, partir-se-á da análise discursiva de uma publicação da imagem do deputado, seguida da legenda “Preciso de você para salvar o Brasil”, retirada da Mídia Social *Facebook*, na Página “Bolsonaro Presidente”. A Página trata-se de um grupo ativo, que interage prioritariamente sobre questões políticas e, com isso, fornece capital simbólico político. Sendo assim, com base na publicação supracitada, as noções principalmente de discurso e ideologia, sublinhadas por Bakhtin e seu Círculo, serão retomadas para a compreensão do desejo de pertença e, em consequência, de disseminação da ideologia da direita, que os seguidores de Bolsonaro requerem para a nação brasileira.

Palavras-chave: Imagem pública, Ideologia, Discurso, Salvação.

Crise Econômica. Crise Financeira. Crise Política. Crise Moral. Crise Hídrica. Crise Democrática. Crise da Confiança. Crise nos Relacionamentos. Crises. Essas foram umas das palavras reiteradas no ano de 2016, pelas narrativas das Mídias e das cotidianidades¹. Toda via, parafraseando o poeta Carlos Drummond de Andrade, é necessário chegar mais perto das palavras e

¹ Confira a reportagem da Superinteressante sobre as expressões mais usadas em 2016 <http://super.abril.com.br/comportamento/as-palavras-e-expressoes-mais-utilizadas-em-2016/>

contemplá-las para perceber que sob a face, aparentemente neutra, há mil faces secretas. Todavia, para perceber esse aglomerado, é necessário trazer a chave. A chave de acesso à compreensão.

O estudioso da linguagem, da comunicação e do discurso, Bakhtin, corrobora ao dizer que conhecemos as palavras através de seus enunciados concretos, da comunicação efetiva, ditas por sujeitos concretos, situados sócios historicamente. Sendo assim, as palavras que enunciamos são uma amálgama de conceitos, situações, interdiscursos e polifonias. Já que um enunciado é sempre modulado a partir de contextos sociais, políticos, culturais, ideológicos. Só assim a enunciação pode ser compreendida.

Partindo dessa perspectiva, pontuada por Bakhtin e seu Círculo, é possível refletir como a materialidade verbal é convocada para a composição de enunciados concretos, que são retomados e arquitetadamente selecionados com o intuito de invocar determinadas memórias discursivas. Assim, quando a palavra “crise” é assídua, o desejo de mudança torna-se um imperativo, abrindo espaço para a construção discursiva de imagens públicas políticas com características messiânicas, já que o chefe político é posto, legitimamente, como aquele que pode trazer a estabilidade, a coesão, a esperança, a prosperidade, a salvação.

Para tanto, o presente artigo tem como objetivo refletir (de forma introdutória) sobre a construção da imagem pública política para o deputado Jair Messias Bolsonaro, tomando como viés a ideologia da salvação. Far-se-á uma análise discursiva de uma postagem, em que há a imagem do político com o dedo indicador apontado para o leitor, seguida da legenda “Preciso de você para salvar o Brasil”, retirada da Mídia Social *Facebook*, na Página “Bolsonaro Presidente”.

Jair Messias Bolsonaro: em defesa da família e do Estado brasileiro

Na sétima legislatura² na Câmara dos Deputados, da República Federativa do Brasil, o deputado da direita, Jair Messias Bolsonaro, tem sido realçado, pelas mídias, por sua categórica ideologia conservadora sobre Gênero, Sexualidade, Direitos Humanos, Política. O político é

² Há de se questionar o porquê do deputado só agora apresentar essa visibilidade, mesmo depois de estar tanto tempo na política. Todavia, deve-se considerar que a formação da imagem depende do tempo, do modo de exposição dos atores, dos produtores na esfera da publicidade social. (GOMES, 2014)

narrado com uma identidade cultural de militar da reserva, homem, cristão, branco, heterossexual e deputado federal pelo Estado do Rio de Janeiro³.

O político é posto como protótipo de líder em defesa da família, da propriedade, dos “bons costumes”, do pensamento utilitarista e mercantilista, trazendo para a cena a ideologia dominante do conservadorismo, da expansão neoliberalista, suprimindo o empoderamento das minorias que, indubitavelmente, provocará mais assimetrias, disparidades de mercado, de cultura e de política.

Com um número relevante de seguidores, que veem em sua figura uma espécie de salvador que poderá devolver a esperança ao Brasil, não é difícil achar páginas que defendam abertamente o nome do deputado para presidente do Brasil, em 2018, com discursos ideológicos que revelam a pretensão que o deputado e seus adeptos têm de conquistar a investidura do Palácio de Alvorada.

Se o desejo vai se efetivar, não se sabe, todavia, não se pode silenciar a construção dessa imagem pública, o modo como ela vem sendo exposta pelo ator político e pela publicidade social. Essa exposição que tem, a partir das circunstâncias da “crise”, apresentado discursos de viés messiânico, que começam a se delinear na mídia, nos ciberespaços, e, certamente, desvelarão aspectos da sociedade, anseios da população e uma forte onda de conservadorismo.

Fios entrelaçados: redes discursivas, redes midiáticas

Uma imagem do discurso não deixa de ser a imagem de um homem que fala.
(Bakhtin)

Como escolher o que é memorável? Como valorar quais as memórias devem ser preservadas ou esquecidas? Como se utilizar delas para construir narrativas imagéticas? O que silenciar nessas construções? E o que acentuar?

Halbwachs (2006) destaca que as memórias são construções edificadas pelos grupos sociais, logo são eles quem convencionam o que será memorável e instituem o lugar social onde essas memórias serão preservadas. Por conseguinte, os sujeitos discursivos, praticantes de intercâmbios sociais, estão sempre à espreita seja para trazer à memória o que pretendemos preservar, repetir e perpetuar; seja para silenciar o que se quer esmaecer.

³Vale destacar esses predicativos parecem ser pré-requisitos para pleitear cargos políticos. A pesquisadora Lima (2016) afirma que, no Brasil, o “atestado de heterossexualidade” é outra condição para o indivíduo pleitear um cargo da envergadura da Presidência da República; é como se a orientação sexual interferisse diretamente na capacidade ou no direito do cidadão em assumir certos cargos ou como se não fosse lícito fazer certas escolhas.

Fabricadas para compor o capital simbólico dos políticos, assim também são as imagens públicas, uma simbiose de dizeres, de conceitos, de informações, selecionadas para alcançar as memórias e, com isso, os anseios partilhados pela coletividade. Dessa forma, a política torna-se uma disputa discursiva por imposição de imagens públicas dos atores políticos.

Disputa essa que não se limita à esfera da iconografia pública, designando apenas um fato plástico ou visual, mas avança para uma elaboração cognitiva e conceitual, “[...] uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político”. (GOMES, 2004, p. 239-340).

Com isso, pode-se afirmar que a imagem pública do político é discurso e, por assim ser, pode ser lida, interpretada, já que não há discurso sem um sujeito situado sócio historicamente, sem uma relação, inexoravelmente, atrelada “[...] aos limites da abóbada ideológica, ou seja, das representações de mundo que nossa historicidade nos impõe”. (SANTAELLA, 1994, p. 69).

Nessa perspectiva, o certame político transforma-se em uma arena discursiva, onde as imagens ideológicas disputam espaço e negociam lugar. Na atualidade, verifica-se que essas imagens públicas são construídas tanto pelo emissor – o *marketing* dos candidatos, as empresas de comunicação e publicidade, os assessores de imprensa –, quanto pelo receptor – o eleitor comum –, que, nas redes sociais, por exemplo, segue, publica, opina, discute, constrói e desconstrói imagens.

Por essa razão, a imagem pública do político, construída sobre a materialidade enunciativa a fim de atingir determinadas ideologias, torna-se uma estrutura analítica relevante para interpretar e, por conseguinte, compreender os processos sociais, históricos e políticos. Além disso, a imagem pública serve como demarcador “[...] dos pactos e disputas em torno de poder engendrados entre o campo político, medias e sociedade” (WEBER, 2009, p. 11). Sendo assim, não há como negar que a imagem pública política é uma fusão de narrativas partilhadas e construídas por uma coletividade que a caracteriza e, nessa trama social, a intervenção das mídias passa a ser figura proeminente.

Na mídia social *Facebook*, por exemplo, a página oficial do atual deputado Jair Messias Bolsonaro, em uma busca em 09 de setembro de 2016, apresentou 3.330.334 seguidores, sem contabilizar as outras inúmeras redes sociais de comunicação e as páginas não oficiais, feitas, por exemplo, por e-leitores⁴ dessas mídias.

Não é raro encontrar, nesse ciberespaço, a construção de uma imagem pública para o político com os seguintes predicadores: “o presidente”; “o mito”; “melhor candidato”; “esperança

⁴Utiliza-se da expressão e-leitor por agregar uma aglutinação de conceitos, sendo eles: o próprio eleitor, o leitor (já que o ciberespaço é, predominantemente, linguagem verbal escrita) e o “e-” para fazer menção a linguagem computacional e a possibilidade de compor, enviar e receber mensagens.

para um Brasil melhor, mais justo”; “o remédio para o Brasil”; “honestidade”; “postura de valor”; “candidato que renovará a fé no país”⁵. Um candidato, segundo os seguidores, ficha limpa que colocará o Brasil no caminho “certo”.

Parte dessas dizibilidades, vale destacar, rememora as formações discursivas pertencentes à temática do Messianismo. Tema concernente à memória coletiva, que insiste em se insinuar no palco da vida, principalmente em momentos de crise. Como se pôde perceber principalmente nos anos de 2015 e 2016, que foram anos em que a mídia hegemônica brasileira propagou insistentemente esse discurso ideológico como tomada de posição, com um intuito de expor a vulnerabilidade (ou até fragilizar) institucional da política e dos partidos.

Vale destacar que não se quer afirmar se houve ou não houve crise, já que essa não é a proposta do presente trabalho, mas convocar a palavra “crise” para perceber como esta foi sendo posta como discurso dominante (e único) sobre a realidade brasileira, como força simbólica, discursiva, ideológica, com o intuito de desconstruir a imagem pública de um político a fim de construir outra para pôr em seu lugar, culminando com o impeachment da ex presidenta Dilma Rousseff e capitalizando material composicional para a construção de uma imagem pública que restitua a estabilidade para o país, como aponta a imagem a seguir.



Imagem 1: Preciso de você

A Comunidade “Bolsonaro Presidente” se autointitula como uma página de admiradores do deputado federal e, segundo eles, futuro candidato à presidência. Sem nenhuma ligação oficial, conforme dizem, os seguidores afirmam que fazem campanha “de graça” (sem receber nenhuma remuneração) para o futuro candidato.

⁵Todas essas menções foram escritas por e-leitores, na página intitulada “Queremos Bolsonaro presidente do Brasil”, em uma postagem do dia 24 de agosto de 2016, no *Facebook*.

Na publicação, pode-se perceber a construção da imagem de um político que *precisa* da ajuda de seus seguidores para *salvar* o Brasil. O enunciado, da forma como foi estruturado, parece que está oferecendo voz ao deputado. Ele (o deputado) é quem pede autorização para obter o direito legitimado de ser representante da coletividade, através do caráter teológico da salvação. Como o único capaz de fazer vencer o “bem” sobre o “mal”, já que é o mito, o herói, o salvador.

O verbo salvar tem uma relação profunda com uma memória discursiva religiosa e, no enunciado, é tomado por empréstimo para enunciar aquele que pode trazer a redenção para o sistema político e para a ordem social. Assim, quando há insatisfação com questões adversas, surge o desejo de mudança da realidade, em ciclos reincidentes. E, nesse cenário, o desejo de escape torna-se hermético, problemático para a sociedade, pois vai se aproximando mais da emoção do que da política.

Assim, salvar a pátria é livrar o país da crise. Para isso, é necessário dispor de um chefe político, que proporcione uma vida próspera, em um lugar eleito (mesmo que para isso necessite “desapropriar os anátemas”). Esses “anátemas” são os homoafetivos, as feministas, os negros com suas cotas e o tudo que eles consideram como “anomalias”. Se o “Mito” assim fizer, os seguidores estarão juntos dele e de sua “doutrina” de liberalismo econômico, religiosa e autoritária, respondendo sim ao convite de salvação. Todavia, os adeptos pedem, em troca, que não haja mudanças das promessas, que não haja decepção, como aponta o primeiro comentário da imagem acima.

No segundo comentário da mesma imagem, em linguagem verbal e não verbal, diz-se que “a esperança de um Brasil melhor tem nome”. E, no caso da postagem, o nome é o do Messias – irônica e sugestivamente *Messias* Bolsonaro –, líder de uma coletividade apegada à máxima da ordem e do progresso. Em uma análise que leve em consideração os pressupostos bakhtinianos, não se pode reduzir a palavra salvação apenas ao estado de dicionário, mas deve-se atentar para o simbólico, as relações de sentido, as enunciações como um emaranhado de fios históricos, sociológicos, religiosos, econômicos, culturais.

Assim, é na rede que o significado emerge. Dessa forma, a apropriação do termo salvação reverbera a ideologia de uma modernização conservadora. Isto é: aperfeiçoando o que há de “bom” (afirmam: o militarismo, a família tradicional etc.), representado pela ordem; e corrigindo o que há de “ruim” (dizem: os políticos desonestos, os homoafetivos, a esquerda, os movimentos sociais, os “dissidentes”), para alcançar o progresso e combater a onda de socialismo e comunismo, através da

onda de hostilidade e ódio mútuos, da onda de eliminação das outras ideologias e seus mantenedores.

É o empréstimo de discursos fundadores, fortemente presente no imaginário brasileiro (religioso-cristão, vale salientar), que se torna pano de fundo contra um estado considerado, pelos seguidores, de anomalia, como se percebe nos comentários abaixo.



Imagem 2: Comentários sobre a postagem Preciso de você

Para essa massa de indignados, com os ideais progressistas dos governos Lula/Dilma, é necessário redimir o Brasil dessa deturpação de valores “Antes que seja tarde” e o “capitão” antipetista, representante genuíno dos interesses ideológicos de seu povo, tem capital simbólico mobilizador e pode sim fazer essa “limpeza”, uma mudança enérgica no gênero humano, na sociedade. Mudança essa que foi “interrompida” com a ascensão de ideologias progressistas e que agora retorna com o surgimento de fenômenos extremistas como Bolsonaro e Trump, para citar alguns.

Leal *et. al.* (2015) dizem que os últimos acontecimentos na política⁶ são vestígios de uma onda de conservadorismo e retrocesso político, com forte apoio das bancadas neopentecostais, católicas e de direita. Com isso, os grupos minoritários e/ou em situação de risco perdem direitos adquiridos e toda e qualquer diferença começa a ser subtraída, em favor de um fordismo moral, educacional⁷, cultural.

⁶Pode-se citar como exemplos efetivos o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff e a tentativa de desconstrução, por parte da mídia dominante brasileira, da imagem positiva que o ex-presidente Lula acumulou, durante sua trajetória política.

⁷ A declaração do deputado, em entrevista ao portal de notícia G1, a favor da retirada de disciplinas como filosofia e sociologia é um atestado dessa tentativa de fordismo educacional, querendo transformar a escola em um modelo

E esses discursos encontram na mídia, principalmente através das redes sociais⁸, um lugar propício de visibilidade e dizibilidade de atores políticos. E os políticos constroem a imagem de si, com enredos pautados nas trocas sociais, narrando as expectativas e os anseios da sociedade, para que a imagem pública se apresente útil, de fácil manejo, profícua do ponto de vista da especulação e perto do manejo expressivo usual, ajustando personagens concretos a perfis arquetípicos dos anseios do público. (GOMES, 2004).

Portanto, não se tem como escapar dessa representação, desse intercâmbio que a política, a mídia, a sociedade e, com isso, os discursos apresentam. É o grupo social construindo a imagem pública e a imagem pública construindo o grupo social. E o discurso circulando, os fios sendo entrelaçados e as redes construídas. Com isso, pode-se conhecer um pouco mais sobre os anseios da população, sua ideologia, seu discurso.

Algumas considerações (ainda iniciais)

Sabe-se que o desejo de ser representado por um líder e de possuir uma terra próspera é paráfrase do discurso messiânico judaico-cristão, mas não somente, é paráfrase do discurso do político, é anseio presente no imaginário social, é atividade do político, que é porta-voz de um grupo.

Os seguidores do deputado Jair Messias Bolsonaro reivindicam mudanças, solicitam que ele salve o Brasil da crise, segundo eles, política, econômica, cultural, educacional, identitária. E, nesse contexto de visualidade, o ciberespaço desempenha um papel relevante na construção (ou desconstrução) da imagem pública. Com isso, o locus não é apenas reflexo da sociedade e da política espetacularizadas, mas é universo construído, com suas regras, seus enredos, seus dizeres. É espaço para o analista do discurso refletir sobre as teias discursivas e, conseqüentemente, sociais.

industrial de produção do conhecimento. E a educação, vale salientar, é o caminho para a emancipação do sujeito. Confira: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/06/camara-aprova-pela-primeira-vez-emenda-de-jair-bolsonaro.html> Acessado em 18/08/2016.

⁸ Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e da Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílio (Pnad), metade dos domicílios brasileiros passou a ter acesso à internet, em 2014. Confira o link <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html> Acessado em: 09 de setembro de 2016.

Assim, na contemporaneidade, a política não pode mais prescindir da mídia para a composição das imagens dos personagens políticos. E o ciberespaço também é importante para a produção do capital simbólico político.

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

Referências

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

_____. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BRAIT, Beth (org). **Bakhtin: Conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

LEAL, T. R. C.; CANAZART, D. B.; FALCÃO, D.; RIBEIRO, N. L.A. **A Política como Retrocesso no Brasil da Atualidade: Uma Dupla Morte**. In: IX Colóquio de Estudos Literários – Diálogos e Perspectivas, 2015, Londrina. Anais eletrônicos do IX Colóquio de Estudos Literários – Diálogos e perspectivas, 2015. P. 527-542.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade; OLIVEIRA, Jessica Thais Pereira de. **Relações de Gênero e Misoginia na Construção da Imagem Pública de Dilma Rousseff**. REIA- Revista de Estudos e Investigações Antropológicas, ano 2, volume 2(2):2015

_____. **Misoginia, estereótipos e relações de gênero.** 30 Reunião Brasileira de Antropologia. 2016.

LIMA, Isabelly Cristiany Chaves. **Tecidos messiânicos em Galileia, de Ronaldo Correia de Brito.** Dissertação (Mestrado em Literatura e Interculturalidade) PPGLI. Campina Grande: UEPB, 2013.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

WEBER, Maria Helena. **O estatuto da Imagem Pública na disputa política.** ECO-Pós, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p.11-26.