



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Flávio Nehrer

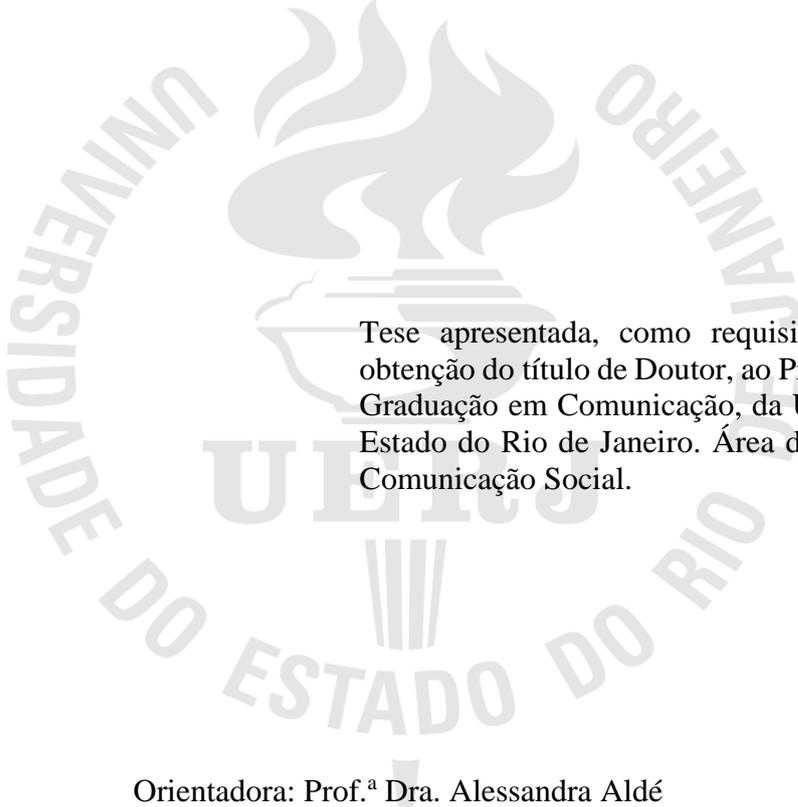
**Guerra Cultural e programas de auditório como estratégia de construção
discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)**

Rio de Janeiro

2023

Flávio Nehrer

Guerra Cultural e programas de auditório como estratégia de construção discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof.^a Dra. Alessandra Aldé

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

N396 Nehrer, Flávio.
 Guerra cultural e programas de auditório como estratégia de construção
 discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014) / Flávio Nehrer. – 2023.
 176 f.

 Orientadora: Alessandra Aldé.
 Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
 Faculdade de Comunicação Social.

 1. Comunicação – Teses. 2. Comunicação na política – Teses. 3.
 Teledifusão – Teses. I. Aldé, Alessandra. II. Universidade do Estado do Rio de
 Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

br
CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Flávio Nehrer

Guerra Cultural e programas de auditório como estratégia de construção discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 21 de dezembro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Alessandra Aldé (Orientadora)

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Fernando Lattman Weltman

Faculdade de Ciências Sociais - UERJ

Prof. Dr. Fernando Nascimento Gonçalves

Faculdade de Comunicação - UERJ

Prof. Dr. Raul Nunes

Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Viktor Chagas

Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2023

Flávio Nehrer

Guerra Cultural e programas de auditório como estratégia de construção discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 21 de dezembro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Alessandra Aldé (Orientadora)

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Fernando Lattman Weltman

Faculdade de Ciências Sociais - UERJ

Prof. Dr. Fernando Nascimento Gonçalves

Faculdade de Comunicação - UERJ

Prof. Dr. Raul Nunes

Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Viktor Chagas

Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

Aos meus queridos pais Tharceu Nehrer & Lygia Maria Nehrer (ambos *in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Meu doutorado não foi uma travessia plácida: recheada de interrupções, luto, letargia, recomeços. Consigo chegar até aqui porque tive o apoio de meus familiares, dos professores da UERJ, dos amigos que a vida me deu, na Academia ou fora dela. Muita gente querida na torcida pela conclusão – que afinal veio.

Sinto-me especialmente agradecido pela banca maiúscula para analisar meu trabalho.

Primeiro, minha orientadora, Alessandra Aldé. Feliz do PPGCOM que tenha em seus quadros alguém como ela, referência nacional na área da Comunicação Política. Já tinha experimentado seu prestígio quando, no mestrado, solicitei entrevistas com marqueteiros célebres da Bahia e de São Paulo, e a simples menção do nome dela significava o sim. Percebo que permanecem intactos o tirocínio e análise sensível e certa dos acontecimentos políticos. Agradeço também por exercer comigo muita paciência e sabedoria. Soube conter meus (muitos) espasmos de dispersão, alegrou-se com meu entusiasmo (ainda que volátil e inconstante), nunca deixando de me estimular a seguir em frente. Não concluiria o trabalho sem ela.

Fernando Lattman-Weltman na banca é um privilégio. No primeiro ano do doutorado, compartilhou seu amplo conhecimento numa disciplina ofertada com Alessandra. A tese nasce com os proveitosos debates daquela disciplina (Tópicos Especiais em Comunicação III – Como chegamos até aqui? Mídia e Crise da Democracia), em pleno 2018.2 da eleição.

Viktor Chagas me abriu caminhos com sua perspectiva de dimensão pessoal da política. É dele a ideia de eu, no trabalho final da disciplina Brincadeira Política (na UFF) analisar vídeos de Bolsonaro em programas de entretenimento. A tese cresceu ali, o corpus estava criado.

Fernando Gonçalves é de capital importância, principalmente por todas as inteligentes ponderações que trouxe na qualificação e o carinho com que acompanhou o desenvolvimento do trabalho. A ele agradeço pelo encorpamento da pesquisa.

Finalmente, Raul Nunes. Foi uma alegria na pesquisa encontrar a relação de programas tão bem preparada por ele e Victor Piaia. A generosidade dele ainda trouxe um texto primordial para tornar a análise mais plural, com aderência ao tema. Gratidão.

Cara que nem você, hein doutor, é contra ex-presidiário. Pelo que eu entendi das perguntas que o senhor fez ali atrás, o senhor é contra homossexual. O senhor tem que ter humildade, que é uma coisa que o senhor não tem no coração. A partir do momento que o senhor ter humildade (*sic*), vai parar de ser assim, um cara *chucrão*

jovem ex-apanado rebatendo Bolsonaro no programa Casos de Família, 19/5/2011

RESUMO

NEHRER, Flávio. *Guerra cultural e raiva como elemento político: a construção discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)*. 2023. 176 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

A tese tem como objeto programas não jornalísticos de televisão aberta, que contaram com a participação do então deputado federal Jair Bolsonaro em um período anterior à sua candidatura e à sua campanha presidencial. Através da análise de vinte programas de TV de cunho popular, sendo treze em profundidade, em que o então deputado é entrevistado, a tese busca verificar em que medida eles auxiliaram na modelagem de um discurso antes voltado para um nicho (praxe para disputas no campo legislativo) e que é ampliado, buscando atingir um público majoritário. Com isso, espera-se identificar movimentos de ampliação da base de apoio e como esses programas podem ter servido na estratégia de construção de sua imagem. O esforço aqui é de dar conta de uma materialidade discursiva midiática, de construção, de presença e pavimentação de um projeto político a partir de aparições em programas de auditório, algo (talvez) pouco analisado. Não é desprezível o impacto provocado por certos elementos políticos na condução do país durante o governo Dilma Rousseff: a judicialização da política, a cobertura da imprensa sobre a Operação Lava-Jato, o crescimento da importância do digital nos pleitos eleitorais no Brasil, a polarização política – e de que forma o pré-candidato Jair Bolsonaro fez uso deste ambiente polarizado, uma vez que ele possuía presença forte nas redes sociais. O trabalho busca articular a performance de Jair Bolsonaro em suas participações em programas de auditório em TV aberta no período de 2010 até 2014, que produziram de forma inconstante (marcada por crescimentos, mas também reveses) uma maior aceitação do discurso para o público-alvo daquele tipo de programas em TV aberta. O trabalho versa sobre o entretenimento como estratégia de persuasão, e a relação dos programas com a trajetória ascendente do deputado naquele período. Para realizar a análise desses programas de entretenimento, foi necessário o desenvolvimento de uma metodologia, que buscou imbricar três eixos principais: análise das falas do deputado durante as entrevistas nestes programas e sua estratégia de construção da imagem; análise do gestual e dos elementos visuais que o deputado realizava nestas ocasiões, tornando por vezes os programas como espaço persuasivo de performances teatrais; e a preparação de cada emissora (e/ou programa) para receber o então deputado: vinhetas, música-tema, recursos audiovisuais etc. que podem ajudar a garantir uma estética mais eficiente para a mensagem a ser passada. A análise dessa série de programas visitados por Jair Bolsonaro mostra que, para ele, o resultado foi positivo, pois possibilitou uma capilaridade na mensagem, ainda mais porque em muitas oportunidades não houve, por parte de quem o entrevistava ou debatia as questões apresentadas, um contraditório à exposição da argumentação de Jair Bolsonaro. Ressalta-se que programas de entretenimento vão mais além do que possa parecer: as aparições de Jair Bolsonaro também vão ter repercussão enorme no público *online*, o que beneficia ainda mais seu agente no processo de capilaridade. Por fim, a pesquisa aponta que, se já existem estudos sobre a *deep web* (camada da Internet que não é indexada pelos buscadores convencionais), talvez seja hora de nos atentarmos para o que entendemos como *shallow web*, programas de entretenimento arquivados na Internet, espécie de ambiente raso e tangível – mas negligenciado.

Palavras-chave: Comunicação Política. Entretenimento. Programa de Auditório. Performance. Jair Bolsonaro.

ABSTRACT

NEHRER, Flávio. *Guerra cultural e raiva como elemento político: a construção discursiva de Jair Bolsonaro (2010-2014)*. 2023. 176 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

The thesis focuses on non-journalistic open television programs that featured the then federal deputy Jair Bolsonaro in a period prior to his candidacy and presidential campaign. Through the analysis of twenty popular TV programs, thirteen of which are in-depth, in which the then deputy is interviewed, the thesis seeks to verify to what extent they helped in shaping a discourse previously focused on a niche (practice for disputes in the field legislative) and which is expanded, seeking to reach a majority audience. With this, it is expected to identify movements to expand the support base and how these programs may have served in the strategy of building its image. The effort here is to account for a discursive media materiality, of construction, presence and paving of a political project based on appearances on talk shows, something (perhaps) little analyzed. The impact caused by certain political elements on the conduct of the country during the Dilma Rousseff government is not insignificant: the judicialization of politics, press coverage of *Car Wash Operation*, the growing importance of digital in electoral elections in Brazil, polarization politics – and how pre-candidate Jair Bolsonaro made use of this polarized environment, since he had a strong presence on social media. The work seeks to articulate Jair Bolsonaro's performance in his participation in open TV auditorium programs in the period from 2010 to 2014, which produced in an inconsistent way (marked by growths but also setbacks) a greater acceptance of the speech for the target audience of that type of programs on open TV. The work deals with entertainment as a persuasion strategy, and the relationship between programs and the deputy's upward trajectory in that period. To carry out the analysis of these entertainment programs, it was necessary to develop a methodology, which sought to overlap three main axes: analysis of the deputy's speeches during interviews in these programs and his image construction strategy; analysis of the gestures and visual elements that the deputy performed on these occasions, sometimes turning the programs into a persuasive space for theatrical performances; and the preparation of each station (and/or program) to receive the then deputy: vignettes, theme music, audiovisual resources, etc. which can help ensure a more efficient aesthetic for the message to be conveyed. The analysis of this series of programs visited by Jair Bolsonaro shows that, for him, the result was positive, as it allowed for a widespread message, even more so because on many occasions there was not, on the part of those who interviewed him or debated the issues presented, a contradictory to the presentation of Jair Bolsonaro's arguments. It should be noted that entertainment programs go further than it might seem to: Jair Bolsonaro's appearances will also have a huge impact on the online public, which further benefits him in the capillarity process. Finally, the research points out that, if there are already studies on the deep web (a layer of the Internet that is not indexed by conventional search engines), perhaps it is time to pay attention to what we understand as the shallow web, entertainment programs archived on the Internet, kind of shallow and tangible – yet neglected – environment.

Keywords: Political Communication; Entertainment; Soft News Program; Performance; Jair Bolsonaro.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Frequência de matérias com Jair Bolsonaro entre 1987 e 2017	24
Ilustração 2 – Principais embates culturais no Brasil (1990-2021)	41
Quadro 1 – Programas de entretenimento com presença de Jair Bolsonaro – 2010 a 2014 ...	49
Quadro 2 – Quadro Analítico dos Programas	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Resultados nas urnas de Jair Bolsonaro – 1988 a 2014	22
Tabela 2 – Uso do termo “Guerras Culturais”	38
Tabela 3 – Programas de entretenimento analisados – 2010 a 2014	62
Tabela 4 – Programas analisados em profundidade	116
Tabela 5 – Análise da categoria 1.1: Elementos de Performance	117
Tabela 6 – Análise da categoria 1.2: Atributos Pessoais	118
Tabela 7 – Análise da categoria 2.1: Temas Levantados	119
Tabela 8 – Temas e sua menção nos 13 programas	120
Tabela 9 – Análise da categoria 2.2: Táticas do Discurso	122
Tabela 10 – Análise da categoria 3.1: Características do Programa	124
Tabela 11 – Análise da categoria 3.2: Técnicas de Produção	125
Tabela 12 – Alcance na Internet dos programas de auditório analisados	128

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. UM ESTILO QUE SE IMPÕE	20
1.1 1985 e o surgimento de uma voz destoante	20
1.2 O ódio como elemento de visibilidade	23
1.3 2013, o início do fim do governo PT	26
2. GUERRA CULTURAL COMO PRÁTICA POLÍTICA	31
2.1 A disputa por atenção.....	32
2.2 A disputa e a polarização na arena digital	34
2.3 Os engenheiros do caos	38
2.4 E o Brasil com isso?	40
2.5 A ascensão do olavismo	43
3. BOLSONARO NA TV: TOLERÂNCIA E RISCO	47
3.1 O corpus da pesquisa	48
3.2 Contatando emissoras para mais informações	51
3.3 Metodologia de análise de objeto	52
3.4 Quadro Analítico dos Programas	54
4. O QUE OS PROGRAMAS DE TV MOSTRARAM	61
4.1 Programa Manhã Maior	63
4.2 Programa Superpop	69
4.3 Programa do Ratinho	73
4.4 Programa CQC (Custe o que Custar)	77
4.5 Programa CQC (Custe o que Custar)	79
4.6 Programa Superpop	81
4.7 Programa Casos de Família	84
4.8 Programa Superpop	87
4.9 Programa Superpop	88
4.10 Programa Quem convence ganha mais	89
4.11 Programa Agora é Tarde	90
4.12 Programa CQC (Custe o que Custar)	93
4.13 Programa Superpop	94
4.14 Programa Mulheres	95
4.15 Programa Morning Show	98

4.16 Programa Agora é Tarde	102
4.17 Programa Superpop	102
4.18 Programa do Ratinho	103
4.19 Programa Agora é Tarde	108
4.20 Programa Pânico na Band	111
4.21 <u>Primeiros achados da análise dos programas de auditório</u>	113
RESULTADOS	116
CONCLUSÕES	132
REFERÊNCIAS	138
ANEXO A - 34 participações do Bolsonaro em programas de entretenimento de 2010 a 2018.	143
APÊNDICE A – Quantidade de programas de auditório visitados por Bolsonaro (2010-2018)	145
APÊNDICE B – Mensagem encaminhada para o SBT	146
APÊNDICE C – Mensagem encaminhada para a Rede TV!	147
APÊNDICE D – Quadro Analítico dos Programas (versão 1)	148
APÊNDICE E – Quadro Analítico dos Programas (versão 2)	150
APÊNDICE F – Quadro Analítico do Programa 1 (Manhã Maior)	151
APÊNDICE G – Quadro Analítico do Programa 2 (Superpop)	153
APÊNDICE H – Quadro Analítico do Programa 3 (Ratinho)	155
APÊNDICE I – Quadro Analítico do Programa 4 (CQC)	157
APÊNDICE J – Quadro Analítico do Programa 5 (Superpop)	159
APÊNDICE K – Quadro Analítico do Programa 6 (Casos de Família)	161
APÊNDICE L – Quadro Analítico do Programa 7 (Agora é Tarde)	163
APÊNDICE M – Quadro Analítico do Programa 8 (Custe o que Custar)	165
APÊNDICE N – Quadro Analítico do Programa 9 (Mulheres)	167
APÊNDICE O – Quadro Analítico do Programa 10 (Morning Show)	169
APÊNDICE P – Quadro Analítico do Programa 11 (Ratinho)	171
APÊNDICE Q – Quadro Analítico do Programa 12 (Agora é Tarde)	173
APÊNDICE R – Quadro Analítico do Programa 13 (Pânico na Band)	175

INTRODUÇÃO

Como chegamos a esse ponto? A pergunta habitou a cabeça de muitos brasileiros na manhã de 29 de outubro de 2018, dia seguinte do segundo turno das eleições presidenciais. Sob um cenário de desolação, a esquerda brasileira refletia sobre a vitória de Jair Bolsonaro ao cargo de presidente da República – foi inclusive tema de um evento na UERJ naquela data.

Será que uma série de acontecimentos políticos daquela década – passeatas em 2013, desgaste da presidenta eleita, manifestações em 2015 e 2016, segundo impeachment da história do Brasil – dão conta de explicar a reviravolta política? Sem dúvida trata-se de um período rico, problemático e conturbado na política nacional. Será que houve outros fatores pretéritos que ajudaram a edificar o crescimento da direita? Em 2005, por exemplo, durante o primeiro mandato de Lula, a população preferiu não proibir a comercialização de armas de fogo e munição no Brasil no referendo sobre Desarmamento, numa vitória para a turma da *arminha* (que nem era nominada desta forma à época). Rastros de um pensamento mais conservador?

Esta tese objetiva tentar entender que fatores proporcionaram crescimento na aceitação do deputado Jair Bolsonaro. Diversos trabalhos anteriores imbricam determinados elementos, como cobertura da imprensa durante o governo Dilma Rousseff, a judicialização da política, o crescimento da importância do digital nos pleitos eleitorais no Brasil – e de que forma o pré-candidato Jair Bolsonaro fez uso de um ambiente polarizado (uma vez que ele possuía presença forte nas redes sociais) para ganhar visibilidade e adeptos ao seu discurso. Este ambiente digital, a partir de determinado contexto cultural, torna-se arena não só de trocas, mas também de disseminação de ódio (talvez Dilma x Aécio, em 2014, fosse a primeira oportunidade).

Passados alguns anos e dezenas de trabalhos acadêmicos, ainda há campo para a análise sobre essa vitória que causou muita surpresa na Comunicação Política. Possivelmente, boa parte dos trabalhos publicados versa sobre a capacidade digital do candidato eleito. Nesta tese, programas não jornalísticos de televisão aberta serão o objeto de trabalho. Talvez haja um certo *ineditismo às avessas* na proposta de dar centralidade aos estudos de TV, mas a perspectiva é de se buscar identificar movimentos de ampliação da base de apoio, e como esses programas podem ter servido na estratégia de construção de imagem. Trata-se de um período ainda anterior à campanha presidencial, antes mesmo de ele ser candidato (o que aconteceria somente em 2018). O esforço aqui é de dar conta de uma materialidade discursiva midiática, de construção, de presença e pavimentação de um projeto político a partir de aparições em programas de auditório, algo (talvez) pouco analisado.

Insistir na pesquisa com TV aberta pode indicar indícios de mudanças de parte da população não diretamente impactada por TV a cabo e/ou redes sociais. Para Aires & Santos (2017), os estudos sobre a TV aberta têm sido superados pelos novos desafios do campo digital, e provocado algum desconhecimento do fenômeno comunicacional na TV brasileira. Ao analisar os discursos dos deputados no impeachment da presidenta Dilma, elas apontam:

[M]uitos especialistas em Comunicação manifestaram, nas redes sociais, estupefação diante das falas de congressistas (...) Parcela relevante não fazia ideia de que pelo menos 168 dos 513 deputados federais brasileiros, de vários partidos, tem alguma ligação direta com empresas de rádio e televisão (...) É muito provável que menos de uma dezena de pesquisadores tenham assistido ao *Boa Noite* com Alexandre Frota, que nos seus primeiros episódios entrevistou Jair Bolsonaro, Marcos Feliciano e os patrões (Celso) Russomano e Marcos Tolentino (...) Frota foi citado apenas como um ex-ator de filmes pornográficos, e não como parte de um projeto constituído pelo sistema de comunicação que se articulou de forma coesa pela destituição da presidenta (Aires & Santos, 2017, p. 12-13)

Baum & Jamison (2006) analisaram os efeitos de programas *soft news* (entretenimento, como os da apresentadora estadunidense Oprah Winfrey) na absorção de conteúdo político por cidadãos não tão interessados em Política. Mostram que o primeiro presidente estadunidense a estar presente num programa deste estilo foi Barack Obama, em 2009. Bolsonaro começa a aparecer em programas *soft news* um ano após. Estaria ele (e sua equipe) atento a novas práticas comunicacionais no âmbito da política? Ou mera coincidência de datas?

O deputado federal Jair Messias Bolsonaro foi eleito por um partido minúsculo, com pouquíssimo tempo de HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral) e recebeu cobertura de valência negativa da imprensa (Alves, 2019). Identificado por alguns como um *outsider* da política (embora fosse eleito desde 1990) traz, em alguma medida, uma referência à eleição de Fernando Collor de Mello, também candidato por um partido nanico criado para a eleição (PRN, Partido da Reconstrução Nacional), também apregoando ser *fora da política* – embora já tivesse sido prefeito, deputado federal e governador antes de 1989¹. As condições eram distintas: por exemplo, os poucos segundos de propaganda oficial não ajudaram Enéas em 1989, enquanto Bolsonaro chegou ao segundo turno mesmo com essa restrição no HGPE. Deve-se destacar que Collor tenha recebido cobertura bem mais favorável que Bolsonaro durante a campanha.

O principal objetivo desta tese é analisar diversos programas de TV de cunho popular em que o então deputado é entrevistado, e buscar verificar em que medida eles auxiliaram na modelagem de um discurso antes voltado para um nicho (praxe para disputas no campo legislativo) e que é ampliado, buscando atingir um público majoritário. Uma questão que é dada é verificar qual a influência de um ambiente tóxico, dividido (polarizado) em que a sociedade

¹ https://www.ebiografia.com/fernando_collor/, acesso em 20 jun 2023

brasileira se transformou – um exemplo é a eleição presidencial de 2014, talvez a primeira que vinculou tanta agressividade no discurso de ambos os lados² – e como ela foi aproveitada por um deputado que tinha relevância nacional no campo digital.

Por estar em rede nacional, alguém poderia esperar que houvesse um debate nos programas de auditório que o deputado comparecia. Mas nem sempre há um suposto equilíbrio, contraditório ou opiniões contrastantes – ainda mais por se tratar de um tipo de programa em que o entretenimento norteia muitas decisões (audiência por exemplo). Piaia & Nunes (2022, p. 101) identificam que “[o]s convites sucessivos a Bolsonaro certamente advieram de sua postura *polêmica* (grifo deles), termo quase sempre enunciado pelos apresentadores”.

Uma característica importante é o uso do humor nos programas de auditório. A atmosfera mais leve de programa *soft news* vai auxiliar na construção do bolsonarismo junto a esse público, com menor *obrigação* de passar uma mensagem coerente – ele vai utilizar muitas vezes recursos como piadas, comparações e analogias, para apontar eventuais falhas que vê na administração federal naquele momento. Já tendo alguma presença na mídia tradicional, e contando com força em seus perfis nas redes sociais, Bolsonaro é, talvez, quem mais capitaliza 2013 para si. O humor, que num primeiro momento pode ser percebido como algo alegórico, vai ser ferramenta fundamental nas aparições do deputado.

Conhecido por suas declarações polêmicas, Jair Bolsonaro assistiu a ascensão do Partido dos Trabalhadores (PT) – e sua queda, marcada por narrativas de desconstrução de avanços na redução da pobreza, no desenvolvimento econômico e em questões de gênero e raça. Aqui verifica-se que tenha surgido uma possibilidade para que o deputado trabalhasse buscando atingir um núcleo de atuação mais reacionária. É comum políticos fazerem análise segmentada de seus votos (por idade, classe social, gênero, orientação religiosa etc.) para identificar em que setores da população conseguem maior penetração do discurso – e isso passa a governar a construção da retórica.

No capítulo 1 da tese será feita breve apresentação de Jair Bolsonaro, que entra na política após o fim da ditadura civil-empresário-militar (1964-1985). Ele buscou atrelar sua imagem a uma espécie de *representante* das Forças Armadas, primeiro como vereador carioca (1988-1990) e depois, deputado federal (1991-2018). A ascensão é marcada pela eleição de 2014, quando foi o mais votado no estado, quadruplicando a média de votos. O capítulo também traça o perfil de atuação (passando por algumas frases polêmicas na identidade de

² Em 1986, os candidatos a governo de São Paulo Antônio Ermírio de Moraes (PTB) e Paulo Maluf (PDS) se atacaram muito. O vencedor da eleição foi Orestes Quécia (PMDB). Ódio repelia eleitores naquela época

estilo), a relação com a imprensa e alguns dos acontecimentos políticos (marcadamente a partir de 2013) que proporcionam a *fortuna* de Maquiavel para viabilizar a candidatura à presidência.

O capítulo 2 busca tratar das características da Guerra Cultural – cujo *locus* de atuação mais forte de vários grupos sociais vem a ser o ambiente virtual – e a emergência da extrema direita nos Estados Unidos, suas implicações e consequências no cenário político brasileiro. Ela é entendida a partir da reapropriação das ideias de Gramsci por segmentos da corrente de direita principalmente na Europa, Estados Unidos e América Latina. Uma ambiência polarizada começa a surgir por aqui, numa consolidação do pensamento de uma ultradireita brasileira, nos moldes da estadunidense que atua na Guerra Cultural.

A construção desse pensamento teve *apoio ideológico* de Olavo de Carvalho, ensaísta, psicólogo e astrólogo (embora sem título acadêmico formal) e que acompanhou uma tendência global de governos de extrema direita na década passada – que talvez possa ser interpretada como uma resposta/reviravolta à vitória de Barack Obama nos Estados Unidos em 2008. Há uma dialética presente: se a vitória de Obama trouxe de forma positiva para o debate as questões dos afrodescendentes, ao mesmo tempo viu florescer cenário de ódio a questões de raça, gênero e cultura. Nos debates entre os vencedores e vencidos de um pleito, há uma zona cinzenta de opiniões, que podem pender para um lado ou outro da opinião pública. O escritor Carlos Heitor Cony (2005), falando sobre o Brasil, disse existir uma ‘classe média ressentida’, que explica um pouco o porquê dessa dialética:

A classe média ressentida é silenciosa, discreta, faz o jogo que se espera da classe média oficial. Não se expõe, guarda e aguarda sua hora para uma espécie de vingança por tudo aquilo que tem em doses mínimas e por tudo aquilo que nunca terá, nem mesmo votando naqueles em que não chega a acreditar, mas acreditando lá dentro de si mesma que incomodará aqueles que têm o que ela, a classe ressentida, não tem. (Cony, 2005)

Há ocasiões em que essa classe média ressentida vai invocar uma condição de pertencer a uma minoria – ainda que, em determinadas ocasiões, seja uma minoria ilusória, não correspondendo à realidade, mas sendo sentida como tal.

Essa sincronicidade ação-reação a um fato político (vitória de Obama em 2008) foi captada também por Patschiki (2012, p. 9), que observou que em 2002, ano da primeira vitória de Lula, foi criado um site (*Mídia Sem Máscara*), organizado por Olavo de Carvalho e que tinha como missão “agrupar uma série de intelectuais de direita em torno de um componente ideológico: o anticomunismo. Após aquela eleição houve rápida ascensão anticomunista na mídia brasileira, elemento de pressão sobre o Partido dos Trabalhadores para que cumprisse os compromissos assumidos com a burguesia e o imperialismo”. Puglia (2020) entendeu que aquele foi um momento de esgarçamento dos limites:

[A] retórica olavista assumiu, então, sentido de urgência, abandonando de vez os limites do conservadorismo para abraçar uma perspectiva abertamente reacionária, ancorada na rejeição radical, de fundo tradicionalista, ao impulso moderno de laicização da política, que no Brasil seria encarnado, na sua visão, pelo Partido dos Trabalhadores (Puglia, 2020, p.129)

Essa ambiência polarizada vai aparecer na questão do discurso, sua reprodução e representatividade. Cabe buscar identificar por que Bolsonaro e Olavo de Carvalho tornaram-se tão importantes, e como isso pode ter auxiliado na construção do mito Bolsonaro. Indagações surgem: quem estaria na construção desse projeto político além de Bolsonaro? Que culturas são essas que aparecem? Que Brasil é esse que aparece e que deu tanta voz a ele? Que nicho é esse? As respostas podem dar pistas de como se deu essa simbiose, esse casamento, esse *nicho de direita*, que culminou com o resultado que se obteve em 2018 – e também em 2022.

A irlandesa Angela Nagle contribui para a discussão com os argumentos do seu *Kill all normies*³, sobre a Guerra Cultural e as amplificações provocadas pela *spreadability*, fenômeno de divulgação veloz de ideias nas redes sociais. Há, no período estudado por ela, uma apropriação dos princípios de Antonio Gramsci pela extrema direita, sendo o pensamento do filósofo e linguista italiano objeto de reinterpretação várias décadas depois.

O livro de Nagle traz no capítulo final (‘That joke isn’t funny any more – the Culture War goes offline’⁴) um questionamento: como se processam interações (e compreensões) do mundo real a partir de uma polarização no ambiente virtual? Ambientando com o objeto de análise desta tese, em que medida o deputado obteve êxito em trazer para o mundo *offline* algumas conclusões de questões retiradas do embate digital? É um pouco como se as declarações nos programas de TV já tivessem passado por uma validação na Internet, que seria como um crivo de validação. O caminho em vice-versa pode também ser construído, frases tiradas dos programas de TV serem *testadas* na esfera digital.

Deve-se ressaltar o uso político destas interações. Afloramento de emoções é um recurso que pode ser engendrado por consultores políticos que utilizam a Psicologia e a Neurociência. Empoli (2020) trabalha esta e outras questões em *Os Engenheiros do caos*, em que entrevistou alguns *engenheiros*, como Arthur Finkel (atuação recente na Hungria) e Steve Bannon, tido como figura importante na campanha de Jair Bolsonaro em 2018⁵. Logo na Introdução, o autor relata a visita de um anônimo Goethe à Roma do século XVIII, e seu encontro com o Carnaval italiano. Para Empoli, a carnavalização seria um novo paradigma da política global. Não apenas

³ “Matem todos esses *normaizinhos*”, tradução nossa

⁴ O trecho correspondente na tradução é: “A piada não é mais engraçada, a Guerra Cultural saiu da Internet e foi para o mundo offline.”

⁵ Um exemplo dessa parceria pode ser conferido na reportagem do *El País*: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-08-20/os-lacos-do-cla-bolsonaro-com-steve-bannon.html>. Acesso em 10 set 2023

por apontar a hierarquia de poder subvertida (vide Mikhail Bakhtin em *A Carnavalização e o Riso*) mas por propor que a alegria coletiva por vezes dá lugar ao caos, às brigas, ao ódio. Na visão dele, são compostos essenciais para uma carreira política atual o narcisismo, as ações no campo digital e o espraiamento do medo.

No capítulo 4, será feita análise de vários programas televisivos com a presença do deputado Jair Bolsonaro no período anterior a sua candidatura, buscando identificar se ocorre atmosfera favorável para que ele possa expressar seu pensamento e disseminar suas ideias, e o quanto essas mesmas ideias foram sendo adaptadas e transformadas para encontrar maior adesão popular. Será importante objeto da análise buscar identificar como a imagem dele junto ao público vai mudando, e como foi essa flutuação em 2014 (que representará, embora fora do foco desta tese, a consolidação do nome dele para 2018, ainda que na condição de *azarão*).

A produção de presença de Jair Bolsonaro junto à grande mídia será trabalhada ao longo do período. A abertura encontrada por ele junto a estas emissoras de TV (e seus *soft news*, programas de entretenimento) vai possibilitar a ele fazer “testes” durante os programas – e com isso aperfeiçoar um pouco mais o canal de comunicação com esse público escolhido. Esses canais midiáticos, a tese buscará comprovar, serão fundamentais na produção de sentido para consagração do personagem Jair Bolsonaro.

Será ainda preocupação na análise avaliar o possível papel do entretenimento na difusão de mensagens políticas. Comumente as pessoas associam linha ideológica ao noticiário jornalístico, o enquadramento poderia ser de maneira brevíssima explicado como *tendência* ou ângulo explorado por uma emissora para divulgar determinada notícia.

Como fica o nível de atenção por parte de telespectadores quando impactados por uma crítica ou opinião apresentada num programa de entretenimento? Esses programas podem ser classificados como despolitizados? Ou a aparição do deputado já seria parte da construção de uma relação populista como estratégia e projeto político?

Uma análise mais aprofundada da participação de Jair Bolsonaro nestes programas pode auxiliar a desvendar algumas inquietações: o tal ambiente favorável que ele encontrava nestes programas de TV era um padrão que se repetia, mesmo alterando-se o programa ou a emissora? O que tornava o discurso de Bolsonaro *palatável* a esses programas? Traria ele elementos de discurso que o aproximassem desse público mais conservador? Que características identificariam se houve uma aliança com este público a partir da participação num produto televisivo que mistura entretenimento com pouco peso jornalístico? É possível constatar que foram realizados *testes* de uma série de estratégias discursivas? Em que medida a participação

nesses programas pode ter auxiliado o deputado a um crescimento nas intenções de voto em 2014? Havia indícios de uma Guerra Cultural em curso no Brasil?

Na análise do objeto empírico – as aparições de Jair Bolsonaro em programas de TV aberta, marcadamente os mais voltados às classes populares – será criada uma metodologia, que parte de estudos de Figueiredo et al. (2000), mas que se adequa para esta tese, já que o modelo anterior foi criado para verificação de rendimento no HGPE. Neste estudo, categorias serão criadas/adaptadas para análise do discurso e da performance de Bolsonaro. Eles envolvem estratégias do deputado e das emissoras, e partem do discurso apresentado, mas também de recursos televisivos, como edição, som, música, apresentação visual, vinhetas etc.

1. UM ESTILO QUE SE IMPÕE

Esse capítulo busca mapear os primeiros movimentos de Jair Bolsonaro. Não só citar a carreira política, mas apontar como a trajetória de visibilidade começa a ser construída. De uma consolidada presença *nichada* no setor Legislativo para uma projeção um tanto audaciosa para o Executivo. Algo acontece entre 2010 e 2014 que o credencia para tal – além das Jornadas a partir de junho de 2013. Não apenas como deputado, mas posteriormente também como candidato, há indícios de um discurso, uma construção de projeto político, intencional e consciente. Alguns fatores ajudam a explicar uma mudança no período. No campo político, o desgaste da disputa PT x PSDB alcança uma acirrada (raivosa) disputa entre Dilma e Aécio Neves; no campo da Cultura, os ataques compõem um novo estilo de debate, desqualificando o adversário, que passa a ser tratado como ‘inimigo’. E Bolsonaro faz muito uso desta tática. Pessoas se identificam com essa estratégia proativa, que exprime certo *ethos* contra certas posições políticas. A identidade vai possibilitar alianças com setores da sociedade que aderem ao discurso proposto pelos programas de TV a ser analisados posteriormente, que trabalhariam com entretenimento como estratégia de persuasão. Daí a relação que se busca traçar do crescimento gradual da imagem dele a partir da aparição em tantos programas de auditório.

1.1 1985 e o surgimento de uma voz destoante

Em 1985, por meio de eleições indiretas, o Brasil deixava um período de 21 anos de ditadura civil-empresário-militar. Na área da Cultura (apenas como curiosidade, sem análise acadêmica) diversas músicas do Brasil apresentavam um novo período de liberdade de expressão, como no samba *Vai passar*, de Chico Buarque (1984): “Num tempo / Página infeliz da nossa história / Passagem desbotada na memória / Das nossas novas gerações / Dormia / A nossa pátria mãe tão distraída / Sem perceber que era subtraída / Em tenebrosas transações”; ou em *Núcleo base*, do grupo de rock Ira! (1985), sobre o Exército: “Eu tentei fugir / não queria me alistar / Eu quero lutar / mas não com essa farda”⁶; dois anos depois, os Titãs cantavam (*Igreja*): “Eu não gosto de padre / Eu não gosto de madre / Eu não gosto de frei / Eu não gosto de bispo / Eu não gosto de Cristo / Eu não digo amém”; o Cidade Negra lançou em 1990, ano em que o município de origem da banda (Belford Roxo) se emancipava, seu primeiro CD, misturando religião e política na música *Nada mudou*: “Não venha me dizer que você não

⁶ Em shows, a banda paulista mudava para “Eu quero lutar / mas não POR essa farda”. Mais forte ainda o verso

cooperou / É só você dizer em quem você votou / Que eu vou te lembrar o que ele falou / Ele dizia: / Glória, glória, Aleluia / Se eleito irei vos dar uma ajuda”; dois anos depois (1992), Collor foi alvo do *rap* de Gabriel Pensador em *Tô feliz (Eu matei o presidente)*: “Todo mundo bateu palma quando o corpo caiu / Eu acabava de matar o Presidente do Brasil / (...) / Ele ganhou a eleição e se esqueceu do povão / E uma coisa que eu não admito é traição / Prometeu, prometeu, prometeu e não cumpriu / Então eu fuzilei!”. Três anos após, a baiana Asa de Águia debochava dos evangélicos em *Xô, Satanás*: “Eu era um bêbado / Que vivia drogado / Hoje estou curado / Encontrei Jesus! (3X) / Na casa do Senhor, não existe Satanás / Xô, Satanás!”.

Liberdade para falar do governo, do Exército, de religião. Mas a euforia dos *vitoriosos* não indicava supremacia absoluta. O antropólogo indiano Appadurai (2009, p. 46) lembra que: “Os pequenos números representam um obstáculo muito pequeno entre a maioria e a totalidade ou a total pureza” – mas não sua supressão.

Por isso, o fim do governo militar em 1985, por mais positiva que fosse a possibilidade de uma agenda democrática dali para a frente, não representava fim de uma era. Talvez haja uma necessidade de se conviver com grupos sociais menores quantitativamente, fato que o próprio Bolsonaro tentou negar num discurso de campanha em fevereiro de 2017 na Paraíba, quando declarou:⁷ “Somos um país cristão. Não existe essa historinha de Estado laico, não. O Estado é cristão. Vamos fazer o Brasil para as majorias. As minorias têm que se curvar às majorias. As minorias se adequam ou simplesmente desaparecem”.

É perceptível uma ideia de confronto, discurso de violência. O indiano explica:

Maiorias numéricas podem se tornar predatórias e etnocidas em relação aos *pequenos grupos* (grifo dele) precisamente quando algumas minorias (e seus pequenos números) lembram àquelas majorias a pequena brecha que existe entre sua condição de majorias e o horizonte de um todo nacional imaculado, um *ethnos* (grifo dele) nacional puro e limpo (angústia de incompletude) (Appadurai, 2009, p. 17)

Talvez a proposta de ser o representante dos ainda simpáticos ao regime militar tenha sido usada na candidatura de Jair Bolsonaro (PDC) a vereador do Rio de Janeiro em 1988. Em 1990, ele buscou a vaga na Câmara Federal: entre 553 candidatos, foi um dos 45 eleitos, com 67.041 votos (5º lugar no geral)⁸. Desde então, sucessivas vitórias, sempre por volta de 100 mil eleitores, conforme o quadro a seguir⁹. O ponto de mudança talvez tenha sido 2014, quando foi

⁷ <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-em-25-frases-pol%C3%AAsicas/a-46065201>. Acesso em 29 jun 2023

⁸ <https://www.tse.jus.br/eleicoes/resultados-eleicoes>, acesso em 28 mai 2023. Curiosamente, o nome do candidato foi grafado como “Boisonaro” no arquivo do TSE

⁹ Os dados podem apresentar alguma incorreção, uma vez que alguns resultados foram encontrados em veículos de imprensa. Deve-se ao fato de que a base de dados do Tribunal Superior Eleitoral não ser rígida – o mesmo

o terceiro deputado federal mais votado no país: mais de 450 mil votos, atrás somente de Celso Russomano (PRB-SP) e Tiririca (PR-SP). Era a senha para voos mais altos.

Sua atuação parlamentar foi sempre muito modesta, tendo tentado exatos 171 projetos até 2017 – e aprovado apenas dois deles em 26 anos de Congresso Nacional (Dibai, 2018):

Segundo contabilizou o jornal Estado de São Paulo, em reportagem de 23 de julho de 2017, Jair Bolsonaro teria apresentado, nessas quase três décadas na Câmara Federal, um total de 171 projetos (entre projetos de lei complementar, de decreto legislativo e de propostas de emenda à Constituição - PECs), sendo que mais da metade está relacionada às áreas da segurança pública e ao setor militar. Diz trecho da matéria: “As duas áreas representam 56,7% (97) das propostas legislativas de Bolsonaro – são 53 projetos para militares (32%) e 44 para segurança pública (25%). Nenhum, porém, foi aprovado”¹⁰. Somente dois projetos de lei de Bolsonaro foram aprovados na Câmara: uma proposta que estendia o benefício de isenção do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI) para bens de informática e outro que autorizava o uso da chamada “pílula do câncer” – a fosfoetanolamina sintética. (Dibai, 2018, p. 75)

Bolsonaro sempre pertenceu ao mesmo partido, que entretanto fazia fusões, mudando de nome: de Partido Democrata Cristão (fundado em 1985, homenageando o PDC original – primeiro partido do ex-presidente Jânio Quadros –, encerrado pelo AI-2 em 1965) para PPR, Partido Progressista Reformador (junção do PDC com o PDS, Partido Democrático Social, que substituiu a ARENA pós-ditadura) em 1993. Dois anos depois, em 1995, o PPR juntou-se ao Partido Progressista para tornar-se PPB, Partido Progressista Brasileiro, nome que durou até 2003, quando mudou para PP (Partido Progressista). Ele só abandonou a legenda para filiar-se ao PSL (Partido Social Liberal) em 2018, quando concorreu à presidência da República¹¹ – aliás, a primeira vez que o partido trazia candidato desde 2006.

Tabela 1: Resultados nas urnas de Jair Bolsonaro – 1988 a 2014

Ano	Cargo	Partido	Nº votos	Colocação (Rio)
1988 ¹²	Vereador	PDC	10.961	16º
1990 ¹³	Deputado federal	PDC	67.041	5º
1994 ¹⁴	Deputado federal	PPR	111.927	3º

pesquisador, em pesquisas para dissertação de mestrado ou artigos, encontrou diferentes formas de acesso, de resultado – quando não ocorreu falha na busca, como em vários anos da pesquisa atual

¹⁰ LINDNER, Julia. Bolsonaro aprova dois projetos em 26 anos de Congresso. Estado de São Paulo, 23 jul 2017. Disponível em <https://www.estadao.com.br/politica/bolsonaro-aprova-dois-projetos-em-26-anos-de-congresso/>

¹¹ O PSL já existia desde 1994, e tinha como maior nome Luciano Bivar, primeiro deputado federal pelo partido (1998) e candidato à presidência em 2006. Nos pleitos seguintes (2010 e 2014), o partido não lançou candidato. Informações em <https://psl.org.br/opsl/#quem-somos>, acesso em 10 set 2023

¹² Página do *Jornal do Commercio* de domingo-segunda 27 e 28/11/1988. Acesso em 7 jun 2023.

http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=364568_17&pagfis=84415

¹³ <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/resultados-1994>, acesso em 1 jun 2023.

¹⁴ <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-1994/resultados-das-eleicoes-1994/rio-de-janeiro/resultados-das-eleicoes-1994-rio-de-janeiro-deputado-federal>. Acesso em 7 jun 2023.

1998 ¹⁵	Deputado federal	PPB	102.893	10°
2002 ¹⁶	Deputado federal	PPB	88.945	21°
2006 ¹⁷	Deputado federal	PP	99.700	14°
2010 ¹⁸	Deputado federal	PP	120.646	11°
2014 ¹⁹	Deputado federal	PP	464.572	1°

Fonte: criação do autor

1.2 O ódio como elemento de visibilidade

No entendimento de que o Jornalismo é utilizado na construção da imagem na trajetória de um político, o estudo de Nascimento et al. (2018) apresentou uma análise quantitativa da presença do deputado na mídia, utilizando-se de uma pesquisa a matérias publicadas no *Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo* (1987-2017). Há muitas outras conclusões depreendidas pelos pesquisadores – aqui, será dado destaque para as que dialogam com o presente trabalho. Por ser um jornal com público-alvo mais centrado em São Paulo, Jair Bolsonaro demora a ganhar espaço (justamente após reportagem da revista semanal *Veja*) – e mesmo assim, a *Folha de São Paulo* demorou a citar o nome dele em alguma matéria, de acordo com o levantamento dos pesquisadores. Enquanto *O Estado de São Paulo* publica a primeira reportagem mencionando Bolsonaro em 27 de outubro de 1987, seu rival só abrirá espaço para o deputado federal carioca entre 1992 e 1993, época do processo de *impeachment* que passava o então presidente Fernando Collor de Mello.

O discurso forte, numa equação “ataque contundente a quem está no poder” + “defesa de uma causa negligenciada por alguns colegas de Parlamento” (Forças Armadas, e mais especificamente o Exército) garantia exposição na mídia, o que ampliava o alcance,

¹⁵ <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/resultados-1998>, acesso em 1 jun 2023. Dados não disponibilizados. Mensagem no site do TSE: “Estão incompletos os dados de resultados das eleições de 1998, pois os mesmos não foram completamente centralizados nas bases no TSE”, Única opção de busca possível: Wikipedia.

https://pt.wikipedia.org/wiki/EleicA7%C3%B5es_estaduais_no_Rio_de_Janeiro_em_1998. Acesso: 7 jun 2023.

¹⁶ Problemas na página do TSE. Uma opção possível foi o site do jornal *Folha de São Paulo*:

https://www1.folha.uol.com.br/foha/especial/2002/eleicoes/congresso_nacional-camara_dos_deputados.shtml Acesso: 9 jun 2023.

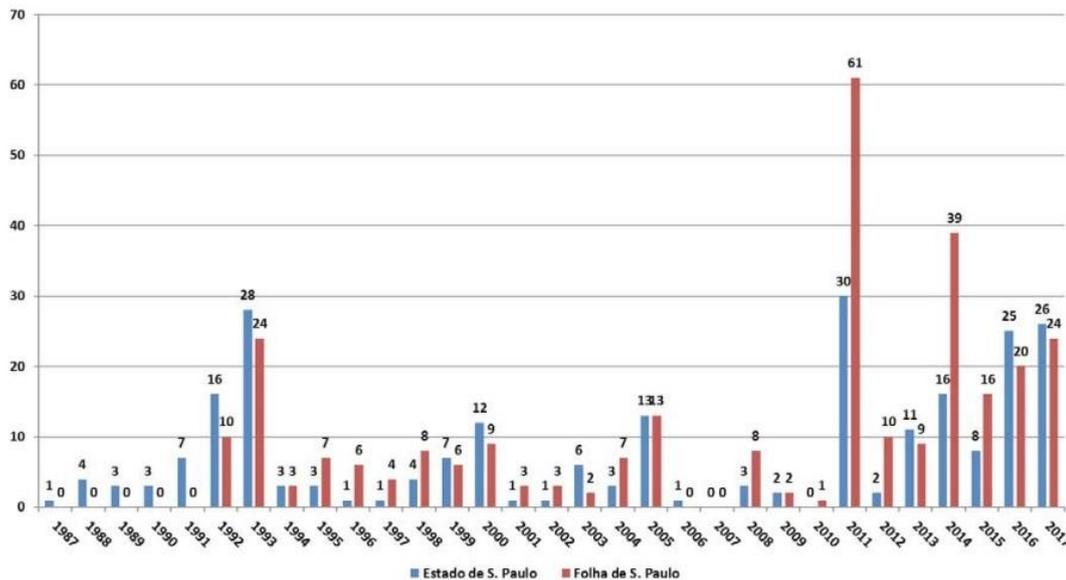
¹⁷ Link do TSE só dava acesso a votos por seção eleitoral: <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/resultados-2006/resource/6e3ecee1-177a-4d4e-9bee-f1a1ae54e1a7> Mais fácil conseguir o resultado geral pela imprensa: <https://eleicoes.folha.uol.com.br/foha/especial/2006/eleicoes/rj1df-1.html> Acesso: 9 jun 2023.

¹⁸ Como link do TSE com problemas nesta eleição também, alternativa foi buscar dados do portal *Terra*: <http://eleicoes.terra.com.br/apuracao/2010/1turno/rio-de-janeiro/#/deputado-federal/> Acesso: 9 jun 2023.

¹⁹ Link do TSE só dava acesso a votos por seção eleitoral: <https://dadosabertos.tse.jus.br/dataset/resultados-2014/resource/7c3c60f0-d5f4-4924-916a-3b8cb0650901> Mais fácil conseguir o resultado geral pela imprensa: <http://eleicoes.folha.uol.com.br/2014/1turno/deputadofederal/rj.shtml> Acesso: 9 jun 2023.

potencializando maior número de votos – quase dobrou o número de votos entre 1990 e 1994. Uma lição que não seria mais esquecida.

ILUSTRAÇÃO 1 – Frequência de matérias com Jair Bolsonaro entre 1987 e 2017



Fonte: NASCIMENTO, Leonardo; ALECRIM, Mylena; OLIVEIRA, Jéfte; OLIVEIRA, Mariana; COSTA, Saulo. Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer (2018)

O estudo da Ilustração 1 (Gráfico 2 no artigo de Nascimento et al., 2018, p. 142) mostra que por muitos anos o político teve número reduzido de aparições – em 2001 e 2002, quatro citações por ano; em 2006, uma e em 2007, nenhuma matéria. Há exceções: em 1992 foram 26 aparições, e 52 em 1993 (período marcado pela transição de Collor a Itamar); e 26 matérias em 2005, ano de eclosão do Mensalão. Produziram efeitos distintos: as aparições no período do *impeachment* oxigenaram a votação, e em 1994 Bolsonaro experimentou forte crescimento na intenção de votos em relação ao pleito anterior, conforme análise dos números na Tabela 1. Já a presença de certa forma constante na mídia em 2005 não representou substancial aumento na votação do ano seguinte, o que mostra que não há uma relação direta entre presença na mídia e intenção de votos. Mas há uma consolidação de imagem.

Uma análise importante é a do período entre 2009 e 2011. Bolsonaro teve pouco espaço nos dois *jornalões* em 2009 (quatro aparições) e 2010 (uma única matéria). Em 2011, a partir de uma declaração polêmica que ele dará num dos programas a ser analisados (envolvendo a cantora Preta Gil), ganhará amplo espaço na mídia: 91 matérias mencionarão o nome dele em reportagens naquele ano.

Jair Bolsonaro sempre se notabilizou por declarações polêmicas. Em 23/5/1999, no programa *Câmara Aberta*²⁰, atacou o então presidente Fernando Henrique Cardoso, dizendo: “Através do voto você não vai mudar nada nesse país. Nada! Só vai mudar quando um dia partirmos para uma guerra civil aqui dentro. E fazendo um trabalho que o regime militar não fez, matando uns 30 mil. Começando pelo FHC”. Algumas pessoas aceitavam esse estilo²¹, e o deputado teve uma característica geral identificada: “Nas reportagens analisadas foi possível encontrar muitos episódios de insultos do deputado Jair Bolsonaro contra uma diversidade de pessoas” (NASCIMENTO et al., 2018, p. 148):

Bolsonaro defende a atuação da Polícia Militar do Pará no massacre de sem-terra em Eldorado do Carajás, em abril de 96. No episódio morreram 19 sem-terra, classificados pelo deputado como ‘desocupados que estavam desrespeitando a lei’. Nenhum PM morreu (*Folha de S. Paulo*, 13 mar. 1998, p. 10 apud NASCIMENTO et al., 2018, p. 153)

(...)

O deputado Jair Bolsonaro (PPB-RJ) chamou o cardeal arcebispo de São Paulo d. Paulo Evaristo Arns, de ‘desocupado’, ‘vagabundo’ e ‘megapicaretas’ durante discurso no plenário da Câmara. Procurado pela Folha, d. Paulo disse que não comentaria as declarações feitas em Brasília pelo deputado Jair Bolsonaro. (*Folha de S. Paulo*, 20 mar. 1998, p.4 apud NASCIMENTO et al., 2018, p. 142)

(...)

Logo que Dirceu começou a falar brotou o tumulto: ele dizia defender a liberdade de imprensa porque foi vítima da censura e da ditadura. ‘Terrorista!’, gritou quatro vezes Jair Bolsonaro. (*O Estado de S. Paulo*, 23 jun. 2005, p. A8 apud NASCIMENTO et al., 2018, p. 143)

No quinto gráfico do artigo, os autores ranqueiam os temas que aparecem com mais frequência nas reportagens com o então deputado federal: ‘Apologia à Tortura e Uso da Violência’ (70 ocorrências), ‘Direitos do Militares’ (73), ‘Apologia à Ditadura e Golpe Militar’ (141) e 191 vezes sobre o tema ‘Anti-DH’ (na definição dos autores: “temáticas anti-LGBT, contra refugiados, acusações de pedofilia, racismo contra quilombolas e machismo, contra a liberdade de expressão, ataques diretos aos defensores dos direitos humanos”). Mas se antes Bolsonaro era visto como um deputado inexpressivo, pertencente ao grupo apelidado de *baixo clero* na Câmara Federal, a partir de 2013 Jair Bolsonaro estabelece um novo patamar de publicações nos dois veículos: nunca mais ficaria abaixo de 20 matérias/ano – em 2011, aliás, um recorde: 91 matérias citam seu nome.

Essa relação direta entre bravatas e publicação vai pavimentar um caminho para que o então deputado construa um canal de comunicação com seu público, instrumentalizando a construção de um projeto político. A participação de Bolsonaro em programas de TV (como as que serão analisadas posteriormente no capítulo 4) buscarão mostrar pistas de que essas

²⁰ Programa exibido aos domingos a partir de 23h na Band, o programa contava com uma audiência muito pequena. <https://www.youtube.com/watch?v=21IQ84pnuwo>, acesso em 28 mai 2023.

²¹ Em 2002, eu trabalhava na Rede TV! e estranhei o chefe de reportagem enviar uma equipe de reportagem para acompanhar o protesto solitário do deputado Jair Bolsonaro na porta do Clube Militar em defesa do 31 de março. Ele argumentou dizendo “Ele é uma figura caricata”. O jornalista em questão é filho de militar

aparições midiáticas vão se intensificar ao longo do tempo, trazendo elementos de Retórica. O estilo pensado (e, possivelmente, incorporado) trata de buscar aproximação com esse público-alvo, baseando-se em transformar performance em prática de um jogo político, no qual a emoção faz parte do discurso, o que vai permear a trajetória do deputado.

1.3 2013, o início do fim do governo PT

No processo de disputas de discurso e acirramento das posições, o Brasil encontrou 2013. Alves (2019) elenca vários acontecimentos políticos para uma mudança nos rumos da nação, iniciando um ano antes, com o julgamento do Mensalão e a prisão de diversos líderes petistas, seguido pelas manifestações a partir de junho de 2013 como pano de fundo para um enfraquecimento do governo Dilma. Na análise dele, os fatos descritos proporcionaram dois tipos de fatores: os *endógenos* (internos na relação Mídia e Política. Acontecimentos políticos do campo institucional que deterioraram instituições democráticas a partir da cobertura midiática, além de desvios cometidos pelo sistema de Justiça, criminalizando a prática política) e os *exógenos*, “reconfigurações de longo prazo no sistema midiático nacional a partir da plataforma da web, e, essencialmente, das mídias sociais para acesso a notícias” (ALVES, 2019, p. 23), com táticas de desinformação em massa, uso de algoritmos na polarização e na radicalização dos discursos.

Ortellado e Solano (2016, p. 177-178), entendem que o primeiro mês das Jornadas em 2013 foi uma oportunidade perdida pela esquerda e rapidamente agarrada pela corrente adversária: “Na ausência de grupos progressistas desvinculados dos partidos políticos, para além do MPL²², que fossem capazes de dar orientação e liderança para a indignação que foi despertada, grupos liberais e conservadores se aproveitaram da oportunidade para moldar e explorar politicamente a insatisfação”.

Em sua análise sobre 2013, Mendonça (2018) aponta uma preocupação com regras que assegurassem a democracia em meio aos protestos: “A crítica veemente às instituições vigentes caminha para uma negação da própria institucionalidade da democracia e para um apagamento de suas múltiplas dimensões” (p. 17-18). Uma forma um pouco mais agressiva de se manifestar nos eventos políticos em anos posteriores pode ter sido semeado nas Jornadas:

Em nome de objetivos substantivos (a prisão do corrupto, a manutenção de um projeto político, a derrubada do governo), regras e procedimentos democráticos são frequentemente violados. (...) Fazer justiça com as próprias mãos tornou-se aceito, seja nos linchamentos públicos de suspeitos,

²² Movimento Passe Livre de São Paulo

seja na humilhação do adversário político. A competição política balizada é substituída por um jogo de soma zero, voltado à eliminação do adversário. (Mendonça, 2018, p. 24)

Fabrino (2018) vai na mesma direção de argumentação:

E tudo isso, frequentemente, em nome da própria democracia. Em nome dela, sustenta-se um culto ao individualismo e à autoexpressão, cujas consequências são o apagamento da própria comunidade política. Em nome dela, criam-se mitos personificadores de uma salvação que há de vir carregada pelos braços do povo na rua (Fabrino, 2018, p.20)

Deve-se ressaltar que diversos trabalhos (Alves, 2019; Castells, 2013; Mendonça, 2018; Puglia, 2020) já apontam que não houve um movimento político uniforme em 2013, tendo as manifestações sido divididas em várias diferentes fases, como: no início, participação de grupos de tendência esquerda, como MPL; a seguir, com uso de violência policial, chegando a ferir jornalista em São Paulo com tiro de bala de borracha no olho; a seguir, movimento mais amplo, com múltiplas demandas em muitas cidades; manifestações com expulsão de bandeiras de partidos e sindicatos; em julho de 2013, o movimento ganha contornos mais de antissistema, numa miríade de reivindicações que oscilam por todo o espectro político. Além disso, algumas manifestações contaram com presença dos chamados *Black blocs*, alguns saqueando lojas e apedrejando agências bancárias; e num outro estágio, com ataques à mídia, como o que resultou na morte do cinegrafista Santiago Andrade (Band), no Rio de Janeiro, em fevereiro de 2014.

Santos e Guarnieri (2019) entendem que 2013 foi marcado pela emergência do fascismo entre os protestos. Para eles (p. 487), a lógica do fascismo brasileiro é bem simplista: todos os políticos, da presidência à vereança, de todos os partidos, são corruptos, “membros de uma gang cujo único objetivo é esvaziar os cofres públicos”. Por outro lado, as instituições *formais* de controle (grifo deles), como Poder Judiciário e Forças Armadas, são formadas por bons homens, preparados para suas funções – mas que precisam ter mais poder para combater os saques do dinheiro público, em prol do cidadão comum.

Mendonça (2018) entende que as Jornadas de 2013 não demarcam uma guinada, mas compõem um processo político que levaria ao impeachment da então presidenta Dilma:

Isso ajuda a entender os desdobramentos da política brasileira entre 2014 e 2016, o que não significa, todavia, que atribuamos às Jornadas a ascensão da polarização política. Junho de 2013 insere-se em um processo ambivalente (...) Nossos achados jogam luzes sobre esse contexto político, sugerindo fios de 2013 que podem atravessar os anos subsequentes. A intensificação da polarização política, manifesta entre 2014 e 2016 nas discussões sobre eleições, crise política e o impeachment, é profundamente marcada pela negligência à multidimensionalidade da democracia (MENDONÇA, 2018, p. 9-18)

Ortellado & Solano (2016) amplificam o debate sobre os acontecimentos políticos naquele período, desenvolvendo a ideia de múltiplas visões e perspectivas:

Como havia semelhança entre a primeira parte das reivindicações de junho de 2013 e as opiniões constatadas em abril de 2015, nos perguntamos se, a despeito da profunda diferença da composição social (em 2015, os manifestantes eram mais velhos, mais ricos e mais escolarizados) e da orientação política dos grupos convocantes (em 2013, na esquerda do espectro político; em 2015, na direita), se não poderia haver uma inquietação e insatisfação comum que ligava subterraneamente um fenômeno ao outro. (Ortellado & Solano, 2016, p. 170)

Num ambiente de posições tão demarcadas, a possibilidade de ascensão de Bolsonaro torna-se uma realidade, ele conseguiu ampliar sua atuação. Um editorial de *O Estado de São Paulo* equipara o deputado a um *tiozão conservador*, dando uma dimensão cultural mais ampla para o raio de influência do deputado:

Bolsonaro deixou de ser apenas um capitão do Exército para se tornar também o arquétipo do tio conservador que toda família do interior do País abriga. Quer ordem na escola, ordem na família, quer ordem, enfim. ‘Há excesso de direitos no Brasil’, diz (*O Estado de S. Paulo*, 2 abr. 2017, p. A8 apud NASCIMENTO et al., 2018, p. 155)

Não se trata de defesa isolada de um método. Há, na interpretação dos autores, uma aceitação por parte da sociedade para este tipo de discurso:

Em termos sociológicos, o posicionamento político de apologia à violência associado à imagem pública do deputado só é possível de ser enunciado porque encontra reverberação na estrutura específica de relações de longo prazo de nossa sociedade (NASCIMENTO et al., 2018, p. 155)

Só isso explicaria o sucesso eleitoral do capitão em 2018? Talvez não. Um aspecto a ser considerado é a relevância cada vez maior da Internet no dia a dia dos brasileiros. E Jair Bolsonaro sempre teve participação ativa nas redes sociais, desde o Facebook das primeiras campanhas com uso digital. Em Nehrer (2017, p. 58), um marqueteiro arriscou dizer em que campanha começou a chamada eficiência digital: “2010 tem avanço nas redes sociais, o ingrediente que precisava, a Internet surge preponderante. Ela surge como um susto, ninguém sabe bem como fazer, vai fazer certo em 2012”.

Isso não significa uma troca de principal meio a atingir o público. A centralidade da TV foi identificada em Nehrer (2017). Durante aquelas entrevistas em 2016 – posterior ao período aqui estudado (2010-2014) – ainda era inabalável, segundo os profissionais de campanhas políticas. Tanto que (p. 72), o impacto da telinha nas campanhas foi o assunto mais comentado nas 27 entrevistas. Um profissional entrevistado definiu à época: “Se existe algo que une os brasileiros é assistir televisão, a única cultura que vai do Oiapoque ao Chuí”. O marqueteiro Duda Mendonça (2001, p. 30) justifica: “Porque numa campanha política, televisão é o antibiótico, e todo o resto é homeopatia”. Dois outros profissionais confirmam a força da TV (ibidem, p. 73): “Ainda é o grande carro-chefe. Perdeu audiência para a TV fechada, perdeu atenção para a Internet, mas ainda é o principal meio de influenciar”, diz um; “O país, depois

dessa facilitação de crédito, é muito difícil uma casa não ter TV, a não ser a extrema pobreza. E que ainda consome TV aberta à beça. É ainda o grande meio”, avalia outro.

Que não se perca o foco, o objetivo não é falar do período de campanha eleitoral. Mas as opiniões aferem uma importância ao veículo que não pode ser negligenciada, entendendo-se que, com o desenvolvimento tecnológico no país na década passada, a produção audiovisual passasse a ser consumida em outras plataformas (dada a facilidade de ser baixada nos celulares das pessoas). Mas essa produção audiovisual, principalmente no seu início, tem como principal fonte a própria televisão. Então, não observar o que se passa na TV é se surpreender com o que acaba aparecendo nas redes. Muitas vezes as novidades da internet são simplesmente alguma coisa já utilizada anteriormente na TV, muitas vezes o caminho é feito no sentido contrário.

Em 2016, era preciso uma estratégia articulada para puxar eleitores da televisão para as redes sociais, como demonstra o depoimento de um profissional digital na época:

[A] gente pegou o dia que ele era o primeiro do bloco, depois vinham todos os outros. Os últimos 25 ou 15 segundos, ele voltava na tela e falava assim: ‘Pessoal, nosso programa está acabando. Mas as nossas propostas, as discussões pra melhorar nossa cidade, não terminam nunca. Então é o seguinte ó: desliga agora a TV e vai lá pro Facebook que eu vou estar ao vivo respondendo as suas perguntas’. Isso era gravado, ia pra emissora, acabava o programa, abria a live dele no Facebook com a mesma roupa, mesmo cenário. Eu trazia uma audiência da TV pro Facebook do João que era monstruosa (NEHRER, 2017, p. 88)

As redes sociais, assim, marcam uma nova configuração nas eleições. Mas é insuficiente dizer que foram responsáveis pela vitória de Jair Bolsonaro em 2018. Feres Junior e Gagliardi (2019) apontam que até 2014 havia um “paradigma antigo ou tradicional” (p. 94), composto por, entre outros, “campanha direta, HGPE, mídia tradicional” (idem). Em 2018, a mudança paradigmática incluía as redes sociais, que “já estava presente nas eleições de 2014 ou mesmo anteriormente, contudo, somente em 2018 seu papel no resultado eleitoral foi digno de atenção especial” (p. 101). Não é só a entrada deste quarto elemento, houve mudanças provocadas nos três itens anteriores: encurtamento do tempo e diminuição do financiamento (impactando campanha direta e HGPE), papel reduzido da mídia tradicional: “[E]la viu sua função de meio roubada pelas redes sociais, que funcionam como portais pelos quais os usuários têm acesso a conteúdos na internet (...) É claro que a perda relativa da função de meio redundava em perda da eficiência comunicativa desse canal” (p. 106). Os autores concluem que “[o] novo paradigma tem ainda muitos aspectos a serem explorados, entre eles a decadência do aspecto deliberativo do processo eleitoral, o uso de *fake news* e as possibilidades de sua regulação” (p. 117)

No próximo capítulo, será tratado o conceito de Guerra Cultural, importante fenômeno que vai encontrar um *locus* especial nas redes sociais. A possibilidade do anonimato vai dar a esse ambiente a possibilidade da exposição de sentimentos extremos, o que será primordial para

o entendimento do crescimento da aceitação do discurso de Jair Bolsonaro, que vai trabalhar para que a voz destoante, use de declarações polêmicas para que o ódio seja usado como elemento de visibilidade, uma estratégia que será importante nos programas de auditório.

2. GUERRA CULTURAL COMO PRÁTICA POLÍTICA

Neste capítulo será apresentado o conceito de Guerra Cultural, fenômeno existente em algumas partes do planeta há pelo menos 30 anos. No que tange ao seu uso na Internet, ela fica fortemente caracterizado por guerra de ódio e de costumes, mas deve-se ampliar a discussão (e também, para fora do ambiente digital) para o viés de uma disputa contra-hegemônica, construção de identidades não necessariamente através da informação *hard news*, mas também pelas novelas, humor ou entretenimento. Melo & Vaz (2021, p. 7-8) identificam que “ocorre uma mudança moral de amplo alcance, que dá expressão ao direito dos indivíduos e de minorias; surge porém, quase que em simultâneo, uma reação conservadora organizada (...) a aparição do conceito reconhece a crescente força da moral na política”.

A mesma dupla de autores questiona se o termo deveria ser ‘Guerra Cultural’ ou ‘Guerras Culturais’. Para eles (p. 14), “[o] conceito é normalmente empregado no plural quando se deseja caracterizar o que está acontecendo com a política nas sociedades contemporâneas: guerras e, não, guerra”. É um ponto de vista. Nesta tese, entretanto, será utilizada a expressão no singular, entendendo que se trata de um movimento orquestrado, que ataca várias frentes, como Ciência e Cultura, e que tem como objetivo letal desqualificar o discurso alheio. Para corroborar com essa perspectiva, os próprios Melo & Vaz (2021, p. 14) afirmam: “As guerras culturais podem ter, a cada dia, uma questão moral diferente como objeto. Mas a verdade é superficial, pois os protagonistas tendem a ser os mesmos”.

A questão da Guerra Cultural dialoga com a tese no sentido de recondicionamento da construção discursiva para além da Internet. Na construção da imagem em que a Guerra Cultural e a raiva entram como estratégia política, utilizada por Jair Bolsonaro em programas de entretenimento de alguns canais na TV aberta, é importante analisar o contexto cultural e político, a ambiência de um momento polarizado na Cultura como suporte para o debate político. Assim, desenha-se um processo de construção de visibilidade, de alianças com setores conservadores, presentes em alguns públicos dos programas por ele visitados.

No período 2010-2014, em que o Brasil foi pela primeira vez na História governado por uma mulher, setores mais reacionários encontraram espaço para se pronunciar de forma radical. É esse período que marca o crescimento de Jair Bolsonaro, a ponto de dar a ele uma votação recorde. Num dos programas de entretenimento que será analisado posteriormente, ele disse em 2014: “Se meu partido quiser, saio candidato à presidência esse ano. Garanto que chego no 2º turno, mas o PP não quer”.

Voltando um pouco no tempo, exatamente a 2002, ano da primeira vitória do Partido dos Trabalhadores à presidência do Brasil, observa-se novamente a aparição do sentimento de classe média ressentida. Olavo de Carvalho adota discurso contra-hegemônico, dizendo não haver como se manifestar nos ‘espaços oficiais’, e por isso operar nos espaços alternativos – leia-se Internet. Felinto (2023) observa a adoção do papel de se considerar minoria:

De fato, o que defino como ‘tática de inversão’ parece constituir uma das estratégias fundamentais do arsenal de ferramentas olavistas. Atribui-se ao inimigo certo domínio de eficiência maligna – como o êxito na guerra cultural ou em técnicas de sugestão hipnóticas – que é merecedor de crítica, mas que também, paradoxalmente, passa a ser utilizado pelo crítico (Felinto, 2023, 24)

A ascensão na trajetória de Bolsonaro passa pela relação dele com Olavo de Carvalho. A análise de Leonardo Puglia sobre esse período vai auxiliar na construção dos argumentos deste capítulo. Também importantes referências bibliográficas serão a obra da irlandesa Nagle sobre Guerra Cultural e *Os Engenheiros do Caos*, de Guiliano Da Empoli, que analisa a ampliação dos poderes dos marqueteiros mundo afora, a partir do trabalho envolvendo algoritmos, vigilância e impacto na população.

2.1 A disputa por atenção

Onde termina a vida política e começa a vida privada? Vários autores já se debruçaram sobre o tema (Jürgen Habermas e Richard Sennett entre eles) sem, entretanto, esgotar o debate. Hannah Arendt (2008) entendia que o ser de relevância política possuiria uma necessidade pendular de ter momentos de ‘trevas da existência resguardada’, do aconchego e discrição da vida privada. A autora via uma distinção entre as duas formas, que correspondia

[À] existência das esferas da família e da política como entidades diferentes e separadas, pelo menos desde o surgimento da antiga cidade-estado; mas a ascendência da esfera social, que não era nem privada nem pública no sentido restrito do termo, é um fenômeno relativamente novo, cuja origem coincidiu com o surgimento da era moderna e que encontrou sua forma política no estado nacional. (ARENDR, 2008, p. 37)

Na vida política contemporânea essas fronteiras foram *borradas*, até pela necessidade de os políticos adequarem-se à sociedade do entretenimento, o que Mungham (1996) chama de *packaging of politics*²³, política como produto:

Provavelmente, a figura mais antiga a submeter-se aos, agora numerosos, “consultores de imagem” foi Margareth Thatcher. Como a líder da oposição entre 1974-79 e nos primeiros anos como Primeira-Ministra, passou por uma transformação física extraordinária, o que inclui uma cirurgia dentária, remodelagem do cabelo, novo vestuário e um fonoaudiólogo para ensiná-la a falar de forma “menos esganiçada”. Para onde ela guiou, o Partido Trabalhista seguiu (p. 38)

²³ O trecho correspondente na tradução é: “empacotamento da política”

Street (1997, p.49) apontava, na mesma época, as transformações que a política passava com a aproximação à Publicidade: “Análise política e linguagem publicitária tornaram-se uma linguagem comum. Esses consultores não estão só ajudando a empacotar a política, eles estão colaborando também para *fazer política* (grifo dele)”²⁴, enumerando ferramentas da área da Publicidade incorporadas, como pesquisa direcionada e grupos focais.

Jamieson (1988) apresenta dados em que, no início do século passado, era comum uma fala presidencial durar 60 minutos no rádio; nos anos 1940, reduzida para 30 minutos; na campanha presidencial de 1984, o tempo médio na TV foi de meros 14,79 segundos. Uma nova gramática surge, o impactante conta mais que palavras. “Sabedores da força da imagem, políticos buscam imagens ‘irresistíveis’ para agradar as emissoras de TV – e, por tabela, a audiência”²⁵ (p. 60, tradução nossa). A eloquência é visual, não mais verbal: se a retórica criava empolgantes cenários imaginados, a TV leva para as nossas salas imagens reais. Gomes (2004, p. 205) reforça: “[A]té as mensagens tornam-se como que visuais, e o raciocínio discursivo submete-se ao princípio da visibilidade, quase como se fosse uma figura à disposição da sensibilidade, configuração estética. Tudo deve ser atraente, quente, interessante, espetacular”. Todavia, o autor adverte sobre os novos tempos:

[A] política parece exigir de nós cada vez menos a condição de cidadãos ativos, convocados à mobilização ou a alguma forma de engajamento emocional e corpóreo, cada vez mais nos coloca na condição de consumidores dos produtos do *show business*, cidadãos-consumidores, apreciadores de sofá e pipoca, da exibição política que nos chega pela telinha (GOMES, 2004, p. 387)

A análise de Wilson Gomes considerou a possibilidade de interpretar a política em uma dimensão performativa, por vezes dramática. Na configuração de teatro político, os meios de comunicação de massa passam a exercer impacto maior na política. O ator político, seja para atingir/ampliar seu público, disseminar sua ação política ou aumentar o alcance de sua mensagem, vai necessitar dos meios de comunicação de massa. Quanto mais rápido este político consegue instrumentalizar-se da gramática do meio, melhor para buscar seu público. Trata-se de um exercício de adaptação, como definiu o publicitário Lula Vieira (informação verbal)²⁶:

A força da imagem passa pelo veículo onde ela está construída. Num comício onde você tem um microfone pouco sensível, e uma transmissão muito ruim, o som muito ruim, você tem que falar devagar, e dar as pausas (*Lula imposta a voz*): ‘Pooooovo brasileiro. Estaaaamos aqui maaaaais uma veeeeez’.... Ou seja, adequação ao veículo. De Getúlio Vargas a Lula, é apenas uma adequação à linguagem do meio

²⁴ O texto na versão original é: “Political analysis and ad-speak become one language. But these advisers are not just helping to package politics, they are also helping to *make policy*”, tradução nossa.

²⁵ O texto na versão original é: “Recognizing the power of the visual image, politicians have become preoccupied with providing the lens with irresistible pictures”

²⁶ No documentário *Arquitetos do poder* (da Urca Filmes, 2010, direção de Vicente Ferraz e Alessandra Aldé)

2.2 A disputa e a polarização na arena digital

Posteriormente, as redes sociais serão o local em que o fluxo comunicacional poderá proporcionar uma percepção de presença perene do político junto a seu público. No mundo contemporâneo, um político não pode mais se dar ao luxo de não responder um comentário no Facebook ou Instagram. As ferramentas de monitoramento crescem na sua importância. Demorar para responder pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso digital naquele dia. Talvez a vitória de Obama nas eleições presidenciais estadunidenses de 2008 marque, se não uma nova era, o estabelecimento de (mais) uma plataforma comunicacional.

Se ao político o ambiente digital propõe presença constante, para o usuário comum a existência das redes sociais sugere um modelo de participação na qual ele escolhe o momento de interação. Appadurai (2009, p. 96) identifica que com a globalização há um incremento dessa prática: “Ainda temos o mundo vertebrado, organizado pelo sistema dorsal central de equilíbrios internacionais de poder, tratados militares, alianças econômicas e instituições de cooperação. Ao lado dele, porém, existe o mundo celular, cujas partes se multiplicam por associação e oportunidade”. Para ele, “o mundo agora está claramente ligado por múltiplos circuitos, ao longo dos quais dinheiro, notícias, pessoas e ideias fluem, juntam-se, convergem e dispersam-se de novo” (p.29). Neste ambiente de relações por vezes efêmeras, as redes sociais permitem uma expressão de sentimentos – de solidariedade e ódio, cisão e compartilhamento. Que serão muito utilizadas na propalada Guerra Cultural.

Melo & Vaz (2021, p. 6) lembram a origem do conceito de guerra cultural: “[T]em um início bem documentado: surgiu com o livro de James Hunter, *Culture Wars: the struggle to define America*²⁷, publicado em 1991”. Eles lembram que Hunter destaca “disputas em torno ao aborto, à posição da mulher na família e na sociedade, à sexualidade...”.

O republicano Pat Buchanan, candidato derrotado nas primárias em 1992 e 1996, usou a expressão em seu discurso na Convenção Nacional do Partido Republicano em 1992 (e depois no livro que publicou, *Death of West*²⁸): “Há uma guerra religiosa acontecendo nesse país. É uma guerra cultural, tão crítica para o tipo de nação que seremos como foi a Guerra Fria, pois é uma guerra pela alma da América” (MELO & VAZ, 2021, p. 7).

²⁷ O trecho correspondente na tradução é: “Guerras Culturais: a luta para definir os Estados Unidos”

²⁸ “Morte do Ocidente”, tradução nossa

Os autores vaticinam a relação entre o conceito e a Internet: “A polarização política é um fato social contemporâneo e que tem como uma de suas causas, talvez a maior, o advento da internet e das redes sociais” (Melo & Vaz, 2021, p. 11).

A Guerra Cultural encontrou campo de difusão nas redes sociais também por conta do anonimato na difusão de uma prática de exacerbação dos sentimentos, propiciando que fossem potencializadas divergências culturais e políticas. Trouxe novos ativismos e formas de se fazer política, impulsionando o surgimento de uma *extrema direita digital*, primeiro nos Estados Unidos, depois ampliada.

A partir do uso de dispositivos digitais, as emoções são terceirizadas por uma sintaxe específica que é apresentada. Não se trata de determinismo tecnológico, mas uma conformação que é dada pelas características socioculturais de uma dada época²⁹. O desejo de se comunicar e a aparente facilidade de operação dos equipamentos e aplicativos faz com que haja supersaturação ou a torrente das mídias (Gitlin, 2003) de emoções e sentimentos nas redes, que caracterizam o hiper estímulo contemporâneo.

Numa época que podemos classificar como modernidade cognitiva (Comunicação mediada quase 24 horas por dia por ferramentas e engenhos digitais), há cada vez mais dispositivos tecnológicos sendo disponibilizados para a produção de subjetividade. São máquinas perceptivas, que com uso de inteligência artificial monitoram, regulam e por vezes controlam vidas. A racionalidade algorítmica se estabelece nas empresas, lares e governos.

O entendimento da gramática das redes sociais é importante para o êxito de construção de imagem de um político, no período eleitoral ou não. O ser político contemporâneo, ator mas também objeto da enxurrada de informações intermitentes na Internet, entende que estar presente na atmosfera *online* torna-se uma importante arena de representação. Por isso, o (ab)uso das redes merece ser estudado. Boatos, *fake news*³⁰, lado B das campanhas eleitorais (atacar fragilidades dos adversários, às vezes com mentiras), isso existiu em eleições pretéritas; o que talvez seja novidade com o advento das TICs é a escala de alcance a partir das facilidades de *spreadability* (como define Jenkins et al., 2013).

O ambiente de trocas incessantes de mensagens nas redes sociais – por vezes, mensagens de ódio e difamação – foi tema de estudo da irlandesa Angela Nagle. Ela define, “uma tentativa de mapear as guerras culturais *online* que formaram a sensibilidade de uma geração. As batalhas *online* podem até ser esquecidas, mas modelaram cultura e ideias de uma

²⁹ Deleuze resume que uma sociedade se define por seus amálgamas, não por seus instrumentos

³⁰ Participei de uma banca de graduação há alguns anos. O aluno falou da campanha para governo de São Paulo em 1982 e a notícia enganosa de que o candidato Lula teria um apartamento no Guarujá. Em 1982

forma profunda a partir de mínimos e obscuros grupos subculturais e que alcançaram divulgação pública nos últimos anos”. A partir da análise de diversas redes sociais (4chan, Tumblr, entre outras), mas também observando comunidades³¹ virtuais dessas mesmas redes, ela identificou padrões, relatos e relações entre os atores sociais. Para ela, sinal de uma mudança gradual na forma de se comunicar pelas redes sociais.

Ponto de partida: 2008, eleição de Obama e momento *positivo* de cultura de massa. Várias revoluções *online* ocorreram (Castells, 2013): Islândia em 2008; Primavera Árabe em 2010; *Occupy Wall Street* de 2011; o alvorecer do Podemos espanhol em 2013; e as passeatas de 2013 no Brasil, caracterizadas por formas de ação sem liderança. Castells declarou à época: “The disgust becomes a network”³².

Não se trata de uma dialética simplista de Internet do bem x Internet do mal. Havia/há os dois tipos de manifestações no mundo virtual. Mas a irlandesa observou a formação de um ambiente propício para uma ruptura do que chamou ‘sensibilidades da Internet’ (Nagle, p. 7): “uma estranha vanguarda de gamers, nerds produzindo *trolls*, em que não ficava claro se o humor ácido e transgressivo era *só* humor”. Nagle questiona: as brincadeiras seriam o velho racismo satirizado na Internet? Para ela, a guerra digital tomou conta das eleições presidenciais estadunidenses de 2016, um fenômeno não capturado pela mídia tradicional, desprezada.

O anonimato nos comentários (como na máscara de Guy Fawkes em 2013) servia como um anteparo para uma reação extremada. As redes sociais seriam uma arena para ataques contra os movimentos progressistas. Ela denominou o fenômeno como *Schadenfreunde*³³, cinismo e humilhação pública via entretenimento. Essa cultura de anonimato promoveu um ambiente em que os usuários poderiam expressar seus pensamentos mais sórdidos: pornografia, incesto, suicídio, racismo, misoginia.... A irlandesa identifica que a disputa cultural nos ambientes digitais propicia comunidades de pertencimento e crença.

Na análise dela, as redes sociais, onde a maioria dos jovens desenvolve suas ideias políticas pela primeira vez, tornaram-se um panóptico, todos com receio de que todos o observem. Direita e esquerda *online* são impactadas nesse período de ‘ultrapuritanismo’.

Emerge então uma nova identidade política nos Estados Unidos, chamada por ela (Nagle, p. 12) de Alt-Right (*Alternative Right*, uma ultradireita alternativa). Por definição, os

³¹ Entre as comunidades analisadas, mostrando a amplitude de temas em debate, destacam-se: #GamerGate, sobre sexismo e progressivismo na cultura do videogame; *Promise Keepers*, em busca da masculinidade perdida com o surgimento do feminismo desenfreado e da sociedade atomizada dos anos 1990; e os *Proud Boys*, com estética *skinhead* e que proclamam governo mínimo, liberdade máxima, direitos armamentistas, guerra contra as drogas, fronteiras fechadas e veneração às donas de casa, modelo de esposas

³² O trecho correspondente na tradução é: “A repugnância torna-se uma rede”

³³ O trecho correspondente na tradução é: “machucar amigos”, tradução nossa

Alt-Right são “um exército de usuários da Internet, nova onda de movimentos e subculturas segregacionistas e nacionalistas” (idem, p. 16-17). Os Alt-R tem como preocupação “o declínio do Ocidente, a decadência cultural e o anti-igualitarismo” – mas exercem isso “com mais força e sem o que chamam de ‘passividade cristã’ da direita tradicional” (ibidem, p. 44). São de variadas tendências, crescem de forma desordenada, reúnem-se para atacar o Politicamente Correto. A ascensão de Trump e a Alt-Right não é, para Nagle, o retorno do conservadorismo, mas a hegemonia do não conformismo, da transgressão. O princípio libertário da contracultura foi reapropriado, tornou-se o estilo da nova direita (idem, p. 59).

Uma outra vertente ideológica que se formou, ela diz, é o Alt-Light, uma ponte entre o trumpismo e o Alt-Right. Alt-Light, ou ‘gramscinianos de direita’, foi um termo cunhado pela *Nouvelle Droite* no final dos anos 1960, e que consistia em adaptar as teorias de Gramsci de que a mudança política segue as mudanças culturais e sociais. Um líder belga diz: “a ideologia da maioria é mais importante que a maioria no Parlamento”. O movimento Alt-Light é baseado na influência da cultura, não na política formal.

Nagle aponta que a Alt-Light fez surgir e capilarizar sua mensagem com uma mídia alternativa própria (exclusiva no *online*), sem contar com apoio da mídia tradicional, dos partidos políticos e de outras instituições que pudessem apoiá-los. E critica a esquerda estadunidense: “Parece que na guerra cultural *online*, quem melhor observa a teoria do consentimento construído de Chomsky ou os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia de Gramsci, aplicando-os de forma estratégica, é a direita” (idem, p. 55). Nagle reporta que vários sites – *Buzzfeed*, *Upworthy* e *Allum Bokhari*, *Breitbart* – entregam uma estranha mistura de ultra-sensibilidade, sentimentalismo e radical construção social de política identitária. *Breitbart* é, aliás, uma das peças-chave do trumpismo na Guerra Cultural. Fundado em 2007, marcou os primeiros passos de Bannon, que o descreve como ‘a plataforma do Alt-Right’ (ibidem, p. 50).

O acirramento das disputas em plataformas digitais durante o período em questão (segunda década do século XXI) não passou despercebido pela Academia. Melo & Vaz (2021, p. 14-15) identificam que após um período em que Guerra Cultural “adquire uma relativa estabilidade de sentido e referência (...) Uma pesquisa sobre artigos e livros (...) nas línguas inglesa, portuguesa, francesa e espanhola sugere que houve globalização das práticas políticas estadunidenses”. Como os autores enfatizam, os números da primeira década mostram que “era um conceito praticamente restrito à língua inglesa” (p. 15), trabalhos externos analisando um fenômeno até então pertencente somente aos Estados Unidos. A partir daí, crescem as atenções: artigos nas línguas francesa e espanhola aumentam 317% e 367% respectivamente; na língua

portuguesa, exponencial aumento (995%), conforme tabela a seguir construída por Melo & Vaz (o autor apenas acrescentou linhas de total e total geral):

Tabela 2: Uso do termo “Guerras Culturais”

Década	Inglês	Português	Francês	Espanhol
	Culture Wars	Guerras Culturais	Guerres Culturelles	Guerras Culturales
1990-1999	7.200	19	60	63
2000-2009	16.600	208	250	294
2010-2019	19.700	721	581	762
2020-2021	8.210	313	150	247
TOTAL	51.710	1.261	1.041	1.366
GERAL	55.378			

Fonte: MELO, Cristina Teixeira Vieira de; VAZ, Paulo. Guerras Culturais: conceito e trajetória (2021)

Antes de analisarmos as idiosincrasias da Guerra Cultural no Brasil, será feita uma pequena reflexão a partir do trabalho de Empoli (2020) sobre o processo de construção de líderes políticos em parte do mundo ocidental. Uma nova lógica ascendeu, com o chamado marqueteiro ganhando projeção, em detrimento do líder, cada vez mais refém do processo midiático que o envolve, e menos identificado pelas suas características e feitos políticos.

2.3 Os engenheiros do caos

Quem seriam os tais engenheiros do caos? Se Eduard Shevardnadze foi considerado por muitos o arquiteto da Perestroika de Mikhail Gorbachev – ocupando seu lugar de ator coadjuvante, ministro de Assuntos Exteriores do império soviético – os engenheiros do caos são estrategistas políticos que entenderam a realidade virtual dos algoritmos e seu impacto na população e têm trazido ao mundo chefes de Estado como Donald Trump, Boris Johnson, Viktor Orban, Jair Bolsonaro e Beppe Grillo (ex-primeiro-ministro italiano). Para Empoli, não foram esses políticos que escolheram seus marqueteiros em busca da vitória, mas o caminho contrário: Steve Bannon, Dominic Cummings, Arthur Finkelstein, Gianroberto Casaleggio é que possuem o poder de escolha. Nesta perspectiva, criador e criatura mudam de posição.

Ao descrever o governo italiano na época de publicação, Empoli descreve como vulgares alguns ministros italianos: Luigi Di Maio (Trabalho) era guia do estádio do Nápoli,

ex-clube de Maradona (“Acompanhei muitos vips até seus lugares”, ele confessa); Matteo Salvini (vice-primeiro-ministro anterior) espalha racismo e *fake news*; Carlo Sibilia (Interior) é mostrado tendo dúvidas se estadunidenses realmente pousaram na lua em 1969.

Políticos (e, mais ainda, seus estrategistas) entendem que a missão é parecer cuidar das pessoas³⁴: “A política não me interessa, me interessa a opinião pública”, revela o *engenheiro* Casaleggio. Seria talvez a era do partido algoritmo, vidas esquadrihadas e os *big data* das pessoas sendo propulsores à ação. Afinal, a estatística é antiga companheira de campanhas eleitorais – vide pesquisas qualitativas (‘qualis’), quantis, *trackings* e microtargets³⁵.

O antissistema tornou-se o sistema e por trás da máscara do Carnaval, estabeleceu-se um regime de ferro. Para Empoli, a palavra-chave é ‘medo’, conceito que ele vai buscar no livro do filósofo alemão Peter Sloterdijk, *Ira e tempo*. A saída de cena de certos autores sociais – como os partidos de esquerda e a Igreja, ele ressalta – torna livre autênticos *bancos de cólera* que afligem boa parte da população, preocupada com avanços de uma sociedade multiétnica, com a mundialização dos hábitos, com a lentidão da política (em contraste com as redes sociais, que propõem participação política 24×7 sem a hierarquia do partido tradicional). A vingança, a raiva e a punição aos políticos tradicionais podem, enfim, ser canalizadas. Os engenheiros do caos trazem um novo paradigma para uma vitória eleitoral: a maioria será alcançada não se convergindo para o centro, mas adicionando aos extremos não forma centrípeta, mas centrífuga:

Nas teorizações tradicionais da ciência política sobre eleições, era consensual a necessidade de um candidato moderar seu discurso para vencer uma eleição: devia visar o centro, onde estava a maior parte dos eleitores. Com as guerras culturais, porém, especialmente para políticos conservadores, existe a possibilidade de ganhar uma eleição por ficar incessantemente açulando a base através da produção de conflitos morais e por forçar os moderados à radicalização, tanto pela falta de alternativa, quanto pela estigmatização do inimigo. Por se tratar de guerra, os moderados são forçados a escolher um lado (MELO & VAZ, 2021, p. 12)

Em tempos de enxurrada de informações, as redes sociais tornam-se plataforma para as interações. O hiper estímulo é incentivado e captado, a partir de uma vigilância digital operada por algoritmos, num ambiente de radicalização e generalização nas redes sociais. A falta de diálogo provoca distopias, uso de ferramentas para xingamentos banais, ou não (os *trolls*) e uma proliferação de ataques digitais, seja por racismo, sexismo ou qualquer causa política. A relevância de uma opinião é o tamanho do seu alcance. Protesto, logo existo.

³⁴ Mote de campanha do pastor Marcello Crivella na campanha de 2016, quando saiu vitorioso

³⁵ Numa campanha eleitoral em 2012 em que trabalhei, por exemplo, fui apresentado ao conceito de *microtarget*, informação de comportamento regionalizado, por vezes no bairro, às vezes até numa rua, uma *última novidade* no campo. Finkelstein, o livro nos revela, trabalhava com o conceito na década de 1980

Há uma virada de chave em que as redes sociais estimulam um modelo de discurso baseado no ódio. A violência das palavras nas comunidades virtuais é pano de fundo para o estabelecimento de práticas políticas que, em última instância, tem levado às democracias do Ocidente a experiências mais extremas de poder. Em que pese para a análise a derrota de Donald Trump nas últimas eleições estadunidenses (ainda é prematura uma projeção em que medida isso provocará algum efeito em outras democracias), o cenário político atual do Ocidente traz elementos que propõem uma nova ascendência do fascismo.

Tanto antagonismo em vias digitais tem trazido consequências éticas, proporcionando um regime de produção de verdades e crise de credibilidade de agentes formadores de opinião, como Academia, mídia, políticos³⁶ e regimes jurídicos. A cizânia digital não dá conta de explicar fenômenos recentes, como a transmissão e replicação do fascismo na Europa. Mas revela uma necessidade de criação de uma crítica discursiva e uma resistência estratégica.

2.4 E o Brasil com isso?

No plano nacional, o modelo de discurso com base no ódio também vigorou – basta analisar em que atmosfera se deu o segundo turno da eleição presidencial em 2014 (e mesmo em 2016 no Rio de Janeiro, Crivella versus Freixo). Embora seja desafiador avaliar se é possível que tal prática tenha sido de capital importância para a vitória de Bolsonaro em 2018, optamos por não estudar aqui esse fenômeno – não de forma isolada, mas sim como elemento de construção de um discurso, talvez já presente na performance do deputado nos programas de TV por ele visitados. Afinal, depreende-se a partir da observação das campanhas de 2014 e 2016 que o ambiente no Brasil estava propício para trabalhar a questão do ódio.

Cesarino (2019, p. 530) aponta que “a digitalização da política tem colocado para a dupla problemática da identidade e representação (...) formação fractal de identidades por meio de mídias digitais”. Ela aponta (idem, p. 531) que acontece uma “profunda reorganização do campo político identitário no Brasil. Esse rearranjo (...) já vinha sendo gestado gradual e discretamente por meio de mídias sociais e outros fóruns na internet (...) digitalização da política, tão determinante para a ascensão do bolsonarismo”.

³⁶ O Partido dos Trabalhadores tomou uma medida em 2020 que pode representar o início de uma mudança no debate “Esquerda analógica versus ultradireita digital”. Criou, a partir de seu braço educacional (Fundação Perseu Abramo), um curso para instrumentalizar correligionários e simpatizantes sobre as características de cada uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil (Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube etc.) e seu potencial uso político. Mais informações em <https://difusao.fpabramo.org.br/inscricao/#/inscricoes/25/externo/1>

Os efeitos das Jornadas de 2013, que aparentemente não mostraram grandes alterações nas eleições seguintes (na disputa presidencial deu novamente a dicotomia PT versus PSDB, a mesma dos cinco pleitos presidenciais anteriores), enfim eram expostos. A antropóloga (idem, p. 533-534) traz sua visão, em que “contextos de crise e desordem são pré-requisitos essenciais para que uma irrupção populista seja bem-sucedida (...) Não resta muita dúvida de que os anos que precederam as eleições de 2018 (...) conformam um contexto desse tipo”. Para ela (p. 539), “[a] aliança recente entre neoliberais e conservadores no Brasil espelha essa tendência global”.

A ilustração a seguir, construído por Melo & Vaz (2021), faz a historiografia dos debates culturais mais polêmicos recentemente. Percebe-se que a partir de 2010 intensifica-se número de questões e a participação – reflexo, talvez, também da emergência das redes sociais, como o lançamento/recolhimento da Cartilha do Politicamente Correto em 2007, ou a aprovação da união estável entre casais do mesmo sexo e suspensão da distribuição do Kit Brasil sem Homofobia, ambos em 2011. Vai ser num ambiente dividido e, de certa forma, tóxico, que vários debates nos programas de auditório serão travados. Um rápido posicionamento em relação a alguns destes tópicos vai ser essencial para que Jair Bolsonaro estabeleça uma identidade quanto a estas questões culturais.

ILUSTRAÇÃO 2 – Principais embates culturais no Brasil (1990-2021)



Fonte: MELO, Cristina Teixeira Vieira de; VAZ, Paulo. Guerras Culturais: conceito e trajetória. In: Revista ECO-Pós, v. 24, n. 2, p. 6-40, 2021.

Por vezes, nas palavras de Cesarino (2019, p. 535), havia “fluxo intensivo e constante de conteúdos alarmistas e conspiratórios (...) capaz de reduzir praticamente tudo que vinha do

entorno aos seus próprios termos. Assim, agentes desestabilizadores, reais ou potenciais, foram continuamente reduzidos à função estrutural do inimigo (‘esquerda’, ‘socialismo’).

Quem promove esse ‘fluxo intenso de conteúdos alarmistas’? Como mapear forças que se apresentam nesses debates? Embora não se tenha evidências da construção de resposta orquestrada, cabe destacar que as convergências de opiniões vão sendo buscadas na rede, e a partir daí um movimento identitário busca reforçar relações e estabelecer um plano de agir/responder em bloco. Na gramática das redes sociais, “as estratégias de produção de constrangimento, de cancelamentos e assédios passam por argumentos e princípios que os outros precisam entender e compartilhar para que tais estratégias possam funcionar. Não se pode constranger sem uma língua comum e sem valores compartilhados” (Gomes, 2021).

O resultado (pouco) prático é que há um acirramento das posições. Consenso não é mais uma perspectiva, como define Gomes (2021, p. 124), e o Brasil “se vê desarmado diante de um muro por meio do qual uma parte da sociedade brasileira se isolou da outra. É um muro cognitivo, tijolo por tijolo de um ceticismo com foco e propósito (...) É um muro identitário. Extramuros não há comunicação autêntica porque é vedado levar em consideração o que o outro diz (...) porque se chegou a um momento em que relutamos até mesmo em aceitar o direito de o outro existir, quanto mais de admitir o seu direito de falar e de apresentar reivindicações”.

Há respostas, entretanto, um pouco mais sofisticadas. Pérez (2013) faz análise de uma escola de comediantes (do gênero *stand-up comedy*) situada em Los Angeles, que traça estratégias para amenizar comentários de que suas piadas são racistas, principalmente as contadas por comediantes brancos. Ele se inscreveu num dos cursos e fez análise durante oito meses (200 horas), a partir da observação participante. Pérez cita Mikhail Bakhtin e seu clássico sobre a carnavalização dos costumes (da Idade Média até os dias atuais), e a ordem invertida, ainda que por poucos dias durante o Carnaval, para apresentar a justificativa dos comediantes: “O clube de comédia é um espaço público onde os artistas podem ampliar e inverter os limites do discurso público educado e formal³⁷” (Pérez, p. 481). Quanto ao discurso, o autor pensa que:

Este véu invocado propositadamente por parte do artista funciona para garantir a distância entre as afirmações literais e a intenção cômica e é mantido através de estratégias de desempenho retóricas: humor autodepreciativo, o “infrator de oportunidades iguais”, mecanismos de distância e de isenção de responsabilidade, e assim por diante³⁸ (idem, p. 484).

³⁷ O texto na versão original é: “a comedy club is a public space where performers can push and invert the boundaries of polite and formal public discourse”.

³⁸ O texto na versão original é: “This purposefully invoked veil on the part of the performer works to ensure distance between literal claims and comedic intent and is maintained through rhetorical performance strategies: self-disparaging humor, the ‘equal opportunity offender,’ distance and disclaimer mechanisms, and so on”.

Ele aponta que a escola trabalha com um limite a não ser ultrapassado (*hurtline*, ou linha de ataque), mas adverte que a estratégia não é para “impedir que os estudantes brancos se envolvessem em comentários raciais, mas a ensiná-los a fazê-lo estrategicamente em termos mais palatáveis”³⁹ (ibidem, p. 492). E explica que:

Embora a autoapresentação negativa também permita que os não-brancos falem sobre raça, os mecanismos de distância e negação foram mais frequentemente encorajados e usados por estudantes brancos como uma forma de redirecionar a tensão e o desconforto do público com o discurso racial público, afirmando uma *autêntica inautenticidade* (grifo do autor) em suas performances⁴⁰ (Pérez, p. 496).

Pérez conclui alertando que “É importante, portanto, prestar muita atenção à mudança do discurso racial no mundo da comédia como um local crítico onde um novo discurso racial é testado e normalizado”⁴¹.

A teoria aqui apresentada por Cesarino (2019), Gomes (2021) e Pérez (2013) não dá conta de explicar todas as transformações no Brasil da década passada. Mas são uma marca de que, como preconiza Bakhtin, a palavra tem sempre uma disputa de significados. As disputas na Guerra Cultural vão fazer surgir um pensador importante na ascensão do bolsonarismo: Olavo de Carvalho. É difícil estabelecer, como pensa Da Empoli, que por vezes o criador vem antes da criatura, e que por isso Olavo construiu Jair. A dupla teve seus encontros, suas convergências, mas também alguns pontos de ruptura. A importância do pensador na construção do pensamento de Bolsonaro será tratada no próximo item.

2.5 A ascensão do olavismo

Olavo Luiz Pimentel de Carvalho foi um profissional que abriu várias frentes de trabalho: atuou no Jornalismo, fundou a Escola Júpiter de Astrologia em São Paulo, participou da seita Tradição, fundou sucursal da seita no Brasil, foi expulso em 1987 da tariqa (Puglia, 2020, p. 122). Não era muçulmano, mas católico fundamentalista, embora seu pensamento não possa ser considerado como religioso. Seu maior legado foram livros e cursos *online* de Filosofia que ajudariam a fortalecer o pensamento da direita brasileira na última década.

³⁹ O texto na versão original é: “(Managing white racial discourse, therefore,) was not intended to prevent white students from engaging in racial commentary, but to teach them how to do so strategically in more palatable terms”

⁴⁰ O texto na versão original é: “While negative self-presentation also allows non-whites to talk about race, distance and denial mechanisms were most often encouraged and used by white students as a way of redirecting audience tension and discomfort with public racial discourse by asserting an *authentic inauthenticity* frame in their performances”.

⁴¹ O texto na versão original é: “It is important, therefore, to pay close attention to the shifting racial discourse in the world of comedy as a critical site where a new racial discourse is tested and normalized”.

Carvalho acompanhou de perto o crescimento da base de usuários na Internet no Brasil, tanto que já em 1998 “lançou seu primeiro site em parceria com Marcelo de Polli, editor da rede de blogueiros de direita *Wunderblogs*, e passou a publicar textos de autores como Otto Maria Carpeaux, além de artigos autorais e propagandas do Seminário de Filosofia” (idem, p. 128). Transformou-se “num intelectual cada vez mais engajado na militância anticomunista” (idem, p. 123) – curiosamente, Olavo não escondeu que fez parte do Partido Comunista em 1966, dois anos após a instalação do regime militar no país. Sua ambição era clara: “justificar sua guerra para tomar posse da cultura com uma retórica de vitimização radical (...) para sustentar o superdimensionamento do poder dos intelectuais de esquerda” (ibidem, p. 124).

Melo & Vaz (2021, p. 13) ratificam o olhar: “Como nas guerras, ocupar a posição de vítima inocente da violência do inimigo confere superioridade moral”. Dois meses antes da vitória esquerdista no pleito de 2002, Olavo de Carvalho criava um *site* chamado *Mídia Sem Máscara*, com mais de 50 colunistas de direita, que tinha como objetivo “imprimir unidade ao campo da direita nas redes digitais, reunindo suas diferentes frações numa atuação comum contra a ameaça comunista” (Puglia, 2020, p. 34). O *site* era um projeto editorial dele, uma vitrina para mostrar que ele era intelectual, e formou muitos comentaristas que depois seriam absorvidos pela mídia tradicional, como Rodrigo Constantino. O *Mídia Sem Máscara* deu centralidade para o filósofo, inserindo-se entre as publicações relevantes da direita na época.

A retórica olavista pressupunha uma situação de inferioridade numérica da direita. O imaginário popular que se buscava implantar a partir desses enquadramentos, buscando desqualificar quem pensasse de forma diversa (agressividade no conteúdo, uso de palavrões até), ataque à instituições e que deveria produzir pânico moral:

No teatro, no cinema e na TV, a autoridade da esquerda pode ser medida pelo poder incontestado de veto ideológico exercido, na seleção das novelas da Globo — o mais vasto aparato de formação do imaginário popular —, pelo casal de militantes comunistas Dias Gomes e Janete Clair. Idêntica filtragem aconteceu no movimento editorial. Aos poucos, todos os autores não aprovados pelo Partido Comunista desapareceram das livrarias, das bibliotecas escolares, dos programas universitários, e isto ainda na vigência de um regime cuja fama de anticomunista era apregoada aos quatro ventos pelos próprios comunistas que se beneficiavam de sua sonsa tolerância e omissão ideológica (Carvalho, 2013, p. 312 apud Puglia, 2020, p. 126-127)

O *Mídia sem Máscara* se expandia, e alguns de seus colaboradores “atuaram na articulação do MSM com o Instituto Millenium e com o Instituto Mises Brasil. Os dois *think tanks* liberais haviam sido fundados em 2006 e 2007, respectivamente, no contexto da reação da militância pelo Estado mínimo à reeleição de Lula” (Puglia, 2020, p. 132). A reforma moral proposta por Olavo, aliá, parecia estar alinhada com os Alt-Right dos Estados Unidos, lugar

aliás que ele morava desde 2005 em “Richmond, na Virgínia, após ser demitido de O Globo, Zero Hora, Época, Bravo!, entre outros veículos” (Puglia, 2020, p. 139):

O humor, o escárnio ou mesmo o recurso a palavrões, conforme defendido por Olavo de Carvalho, vão ser encarados como um ato de resistência política em defesa do direito à liberdade de expressão ilimitada contra a ditadura do “politicamente correto”, que seria uma nova manifestação das ambições autoritárias do chamado “marxismo cultural” (Puglia, 2020, p. 135)

Recorramos ao antropólogo indiano para buscar entender como a violência pode agregar pessoas que possuem alguma compatibilidade de pensamento: “[U]ma bem-sucedida campanha de medo, dirigida às maiorias numéricas, que as convence de que estão correndo risco de destruição pelas minorias, que sabem como usar a lei (e todo o aparelho da política liberal-democrática) para alcançar suas próprias finalidades” (Appadurai, 2009, p. 50).

Direto dos Estados Unidos, Olavo de Carvalho seguia recrutando, escrevendo e ampliando seu público: “Em 2010, Carvalho tentou dar um passo adiante em seu trabalho organizativo com a fundação do *Inter-American Institute for Philosophy, Government, and Social Thought*⁴², visando articular, em torno de si, um grupo de intelectuais direitistas latinos e norte-americanos, como Paul Gottfried e o antiglobalista Jeffrey Nyquist” (idem, p. 138). O conceito de capilarização que a Internet possibilita também ajudava: “No geral, os leitores-militantes seguiam as orientações da intelectualidade do MSM para focar na ‘divulgação, exposição e tomada de espaços’ na internet (ibidem, p. 142). Em 2012, a prova da convergência de pensamento de Olavo com a extrema direita: o deputado estadual Flávio Bolsonaro (PP-RJ) concedeu a Medalha Tiradentes (a mais alta insígnia da Assembleia Legislativa fluminense) ao autor do sucesso editorial *O Mínimo que Você Precisa Saber para Não Ser um Idiota*.

Durante os governos do PT, mais marcadamente no período em que Dilma Rousseff ocupava a presidência, Olavo de Carvalho ajudou a criar uma onda conservadora, a construir o neoconservadorismo brasileiro. Precisamente nesta época ele radicalizou um pouco o discurso:

A retórica olavista assumiu, então, sentido de urgência, abandonando de vez os limites do conservadorismo para abraçar uma perspectiva abertamente reacionária, ancorada na rejeição radical, de fundo tradicionalista, ao impulso moderno de laicização da política, que no Brasil seria encarnado, na sua visão, pelo Partido dos Trabalhadores. (Puglia, 2020, p. 129)

Felinto (2023) define Olavo de Carvalho como importante formador de opinião:

[A]judou a moldar um imaginário conservador assentado na defesa dos valores da família, da religião e do patriotismo que iria tomar corpo no slogan bolsonarista “Brasil acima de todos, Deus acima de tudo”. Acossado por pânico morais da decadência dos costumes e alimentado por anseios de retorno a um passado mitificado (o período da ditadura militar), esse imaginário

⁴² Em tradução livre: “Instituto Interamericano de Filosofia, Governança e Pensamento Social”

busca garantir a constituição de uma zona de segurança aos indivíduos atormentados pela complexidade e incertezas de um mundo em constante e rápida mutação. (Felinto, 2023, p. 15)

E vai além, localizando a política como local de disputa de símbolos e de afetos, alvo das disputas da Guerra Cultural aqui explicada:

Carvalho percebia claramente o poder da ficção, o papel do imaginário e dos afetos nas tomadas de decisões, inclusive políticas. Nesse quesito, de fato, “Olavo tem razão”, como costumavam dizer seus seguidores. Pode-se, assim, imaginar que o “guru de Bolsonaro” executava um programa político altamente eficaz. No contexto de uma cultura profundamente midiaticizada, como alertou Chiara Bottici, “o papel das imagens na política contemporânea é tamanho que elas já não simplesmente mediam nossos afazeres políticos, mas corre-se o risco de que façam política em nosso lugar” (2014, p. 11). Somos seres imaginários, afirma a autora, e o imaginário é, ele próprio, constitutivo da realidade. Isso significa, fundamentalmente, duas coisas: primeiro, que a política é um campo de disputas simbólicas, de expressão de afetos e de atuação do imaginário; segundo, que as noções do verdadeiro e do falso sofreram impactos profundamente transformadores que ainda estamos tentando entender. (Felinto, 2023, p. 28)

Olavo de Carvalho morreu em janeiro de 2022, portanto antes de ver seu presidente ser derrotado nas urnas. As deputadas Carla Zambelli (PL-SP) e Bia Kicis (PL-DF) organizaram uma sessão solene em sua memória em setembro de 2023. Matéria em *O Estado de São Paulo* descreveu o evento, espécie de ocaso do pensador:

[T]eve a presença de pouco mais de 50 pessoas e de seis parlamentares. O evento na Câmara teve apresentação musical, vídeo com um depoimento em homenagem e um poema dedicado a ele. Olavo (...) ajudou a mentorar alguns dos parlamentares mais ideológicos do PL. Além de Zambelli e Kicis, compareceram Nikolas Ferreira (PL-MG), André Fernandes (PL-CE), Marco Feliciano (PL-SP) e Professor Paulo Fernando (Republicanos-DF).

3 BOLSONARO NA TV: TOLERÂNCIA E RISCO

Neste capítulo será apresentado o objeto de pesquisa: programas de entretenimento de TVs brasileiras que convidaram o deputado Jair Bolsonaro para mostrar sua visão de mundo. A relação dos programas com o ambiente digital por vezes raivoso busca ambientar o leitor na atmosfera de radicalização dos discursos. Mas não será feita aqui relação de TV e Internet, embora TV tenha sido ressignificada (ou sofrido processo de remediação, diria Richard Grusin) após o advento da grande rede. Na remediação são reformulados os meios, sem *excluir* os anteriores, há uma continuidade, Internet repete hábitos da TV. As práticas discursivas de uma mídia podem ser aplicadas em outra, um *post* pode ser criado a partir da edição de uma declaração na TV, bem como uma fala na TV pode surgir após o impacto nas redes provocado por uma ideia. Ainda assim, o objeto de análise será TV, não sendo consideradas interações com outras mídias.

A análise buscará mostrar se Bolsonaro replica em programas de entretenimento estratégias mais comuns no ambiente digital (como ódio e humor desrespeitoso) que não são de informação, durante as disputas para a construção de imagem e reputação. Ela não se dará apenas a partir da performance do deputado, mas também será objeto de atenção o papel das emissoras. Vai ser objeto de análise buscar identificar o comportamento do(a) apresentador(a) e seus jurados (quando for o caso) em relação ao entrevistado: atitude de leniência, apoio (ou mesmo cumplicidade) dos apresentadores, saudável troca de ideias, debate acirrado ou confronto hostil. Como definir o ambiente enfrentado pelo deputado nos programas?

Outra perspectiva é tentar identificar de que forma as empresas jornalísticas portaram-se em relação a Bolsonaro. Talvez seja possível assinalar que havia, em determinada(s) oportunidade(s) um projeto de divulgação do personagem Bolsonaro. Neste caso, a divulgação seria uma estratégia deliberada do veículo de comunicação – ou talvez fosse o caso de atribuir ao deputado senso de oportunidade, soube tirar proveito da exposição, sem apoio institucional.

Neste capítulo será também apresentado o Quadro Analítico dos Programas, elaborado pelo autor para que a análise dos dados seja tabulada. O Quadro Analítico foi construído a partir de três eixos: ‘Retórica da Mensagem’, ‘Construção do discurso’ e ‘Elementos Audiovisuais (da emissora)’. Por ‘Retórica’ entende-se atributos pessoais e de performance, maneira de apresentar o discurso (aos berros ou sussurrando, olho nos olhos ou olhando para a câmera, vestuário formal ou não, por exemplo); ‘Construção do discurso’ foi o setor do Quadro Analítico que discorreu sobre o conteúdo, os temas abordados pelo deputado nos programas de entretenimento. Se ‘Retórica’ aproxima-se de hardware, na área de Tecnologia de Informação,

então ‘Construção do discurso’ seria o espaço do software; o terceiro e último eixo pensado para análise, ‘Elementos Audiovisuais (da emissora)’ observa características de cada programa de TV, e como emissora e programa se prepararam para o dia. Algumas podem fazer produção de conteúdo (vinhetas, pesquisa), indicando um maior cuidado e preparação; outras podem optar por simplesmente trazer o convidado e deixá-lo apresentar suas ideias – algumas questões foram levantadas no parágrafo imediatamente anterior a este sobre o papel das emissoras.

Com essa tripla perspectiva, espera-se que a pesquisa possa identificar elementos (em cada um dos três eixos aqui apresentados) que compuseram a performance de Jair Bolsonaro que, àquele momento, buscava ganhar mais visibilidade na TV:

Embora tenha sido figurinha carimbada em notas e matérias de jornais nesse tempo, a partir de 2010 houve uma inflexão: Bolsonaro se tornou um personagem constante dos programas de auditório de emissoras de baixa audiência (Band, SBT e RedeTV!). Ou seja, para além das páginas de política dos jornais impressos e dos programas de jornalismo da televisão, o deputado abriu uma nova frente de exposição midiática: o entretenimento (PIAIA & NUNES, 2018)

Para tratar da definição de programa de entretenimento – em oposição ao formato mais sério e objetivo dos telejornais (Rabaça & Barbosa, 2002, p. 714: “[P]rograma jornalístico editado em linguagem de televisão, para ser transmitido por essa mídia”) – foi escolhida a visão apresentada por Cashmore (1998 apud Dias, 2017) de que aqueles programas “apresentam um estilo despretenso ao não tocarem em assuntos sérios. Querem ser considerados leves, mas estabelecem padrões para as audiências, sem que elas se deem conta. Trata-se de uma fórmula com estereótipos e clichês, que parece representar perfeitamente a realidade, por usar referências comuns a quem assiste”.

Buscar aproximar-se de um determinado segmento da sociedade a partir de programas de entretenimento parecia, àquela época, uma estratégia pouco difundida no Brasil. Não ter referências para atuar poderia trazer algum risco na empreitada do deputado – mas não lhe tirava certo ineditismo na ação.

3.1 O corpus da pesquisa

A partir de levantamento realizado para uma disciplina do doutorado), a lista de programas em que o deputado federal se apresentava foi aumentando. Havia mais de 40 aparições, principalmente a partir de 2010 (indo até 2018, pois pesquisa feita em 2019).

A pesquisa à época foi realizada num formato livre, listando-se todos os gêneros televisivos encontrados (programas de entretenimento, telejornal, programa de entrevistas etc.).

Não houve recorte, naquele momento, quanto à origem da transmissão (programas jornalísticos em TVs a cabo, programas de rádio *online*, programas no *Facebook* etc).

Para o levantamento da disciplina em questão, foram selecionados cinco programas, sendo quatro de TV e um de rádio (mas com imagens), entre 2012 e 2018. Para os objetivos daquele trabalho, foi interessante ter um programa de 2012 (antes, portanto, das Jornadas de Junho), um de 2014 e dois de 2015, e encerrar com um em 2018, ano da eleição de Bolsonaro.

Para a pesquisa atual, foi decidido então que o recorte selecionado seriam programas de auditório em emissoras de canal aberto, entre 2010 e 2014 – período de agudo crescimento eleitoral do deputado (quadruplicou o número de votos na comparação entre os dois anos), ganhou mais espaço na mídia e potencializou uma eventual candidatura à presidência em 2018. Outros fatores mostravam o acerto do período escolhido: a ilustração apresentada no capítulo anterior (Melo & Vaz, 2021), apontando para um crescimento no número de questões debatidas (Guerra Cultural), e a consolidação no país do uso de redes sociais, principalmente o Facebook.

Entretanto, enquanto a lista era construída, o pesquisador deparou com Piaia & Nunes (2018), que analisa a performance de Jair Bolsonaro em 34 aparições de 18 programas distintos entre 2010 e 2018 (ver anexo 1): sete programas na Rede TV!, seis no SBT, quatro na Band e um na TV Gazeta. Não foram encontradas entrevistas nas demais emissoras de canal aberto (TV Brasil, Globo, CNT, Record). Além disso, a lista da dupla de doutores continha alguns *links* ainda não identificados pelo pesquisador – um deles, de um dos programas do apresentador Ratinho, estava desativado. Ficou decidido então que haveria uma junção dos dois arquivos, com o intuito de tornar toda a amostra acessível, apesar dos anos passados (nem todos os programas foram arquivados no *YouTube*, principal canal de memória pesquisado).

Era necessário definir um universo de programas para análise. Na lista final, foram 20 no período escolhido: três em 2010, sete em 2011, três em 2012, três em 2013 e quatro em 2014.

Quadro 1: Programas de entretenimento com presença de Jair Bolsonaro – 2010 a 2014

Nº	Ano	Data	Emissora	Programa	Formato
1	2010	25/11	RedeTV	Manhã Maior	Revista eletrônica
2		30/11	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
3		13/12	SBT	Programa do Ratinho	Programa de auditório
4	2011	28/03	Band	CQC	Programa de auditório
5		04/04	Band	CQC	Programa de auditório
6		07/04	RedeTV	Superpop	Programa de auditório

7		19/05	SBT	Casos de família	Programa de auditório
8		19/05	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
9		07/07	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
10		09/09	SBT	Quem convence ganha mais	Programa de auditório
11	2012	01/03	Band	Agora é Tarde	Talk show
12		23/03	Band	CQC	Programa de auditório
13		16/04	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
14	2013	24/05	Gazeta	Mulheres	Programa de variedades
15		12/07	RedeTV	Morning Show	Revista eletrônica
16		23/07	Band	Agora é Tarde	Talk show
17	2014	03/02	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
18		06/03	SBT	Programa do Ratinho	Programa de auditório
19		08/04	Band	Agora é Tarde	Talk show
20		27/04	Band	Pânico na Band	Programa de auditório

Fonte: recorte do autor a partir de pesquisa própria e do original de Piaia & Nunes (2018)

Antes mesmo de começar a análise propriamente dita dos programas de entretenimento, uma breve leitura do Quadro 1 já permite algumas observações. Em 2010, houve senso de oportunismo por parte do deputado, que encontrou um tema polêmico (material educacional que ele classificou como *kit gay* começou a ser distribuído nas escolas públicas), o que talvez explique que em apenas 19 dias tenha participado de três programas. A forma como Bolsonaro tratou do tema passa por questões do Politicamente Correto – conforme visto no capítulo 2, atacar essa questão ajudou a popularizar Donald Trump e a Alt-Right; e no capítulo 3, compôs o discurso adotado por Olavo de Carvalho contra o que identificou como marxismo cultural). Como identificado por Piaia & Nunes (2022): “[E]ssa postura corporifica a demanda por um retorno da liberdade de expressão e da autenticidade sem freios, que teriam sido restringidas por um consenso hegemônico artificial” (2022, p. 100). A estratégia deu certo: “As participações de Bolsonaro foram se tornando reiterativas: quanto mais produzia ‘polêmicas’, mais era chamado aos palcos para reproduzi-las ou elucidá-las” (idem, p. 101). Uma declaração bombástica contra a cantora Preta Gil, no ano seguinte, vai produzir o mesmo fenômeno: três idas a programas de auditório num período de somente 11 dias.

Outra observação identificável é o peso do programa *Superpop*, de Luciana Gimenez: seis participações dos 20 programas listados foram no da modelo e apresentadora, 1/3 do total.

Também é digno de destaque a estratégia de buscar ocupar a grade de programação com intensidade: há programas matutinos (como *Morning Show* e *Manhã Maior*), do meio da tarde (*Casos de Família e Quem convence ganha mais*), noturnos (*Superpop*, *Ratinho*) e até já de madrugada (*Agora é Tarde*). Parece tática de guerra a ocupação dos espaços.

Finalmente, as questões de gênero e forma de apresentação: não foi preocupação para Jair Bolsonaro buscar um só tipo de apresentador. De Luciana Gimenez a Cristina Rocha (mais dura), passando por Ratinho e Marcelo Tas até Danilo Gentili (pegada mais para o humor), o deputado esteve disponível para quem o quisesse ouvir. Tal atitude garantiria um amplo espectro da população atingida por sua performance nos programas de auditório.

3.2 Contatando emissoras para mais informações

A providência inicial para buscar qualificar informações e características dos programas foi contatar as três emissoras (SBT, Band e Rede TV!) responsáveis por 19 dos 20 produtos audiovisuais. Afinal, alguns deles já tinham saído da grade de programação das emissoras, isso quando não havia mudanças no programa (horário, duração, nome do/a apresentador/a). A intenção pode ter sido das melhores, mas não trouxe resultados relevantes. Pouco ou quase nada de informação nova foi gerada a partir destes contatos.

Como a cabeça de rede (escritório-matriz) das três emissoras fica sediada em São Paulo, foi necessário contato não presencial – a saber, e-mail ou telefone. A primeira delas foi a Band. Sem uma indicação no site oficial da Band sobre um telefone de contato em São Paulo, ajudou uma colega jornalista da redação da Band Rio, que conseguiu o telefone da assessoria de imprensa em São Paulo. Dia seguinte (26/9/2023), uma voz jovem atendeu (no sentido de “responder ao chamado telefônico”, mas não no sentido de “assistir e resolver a questão alheia”: “Band/Publicom⁴³, boa tarde (...) Então, não teria o plano comercial da época para levantar público-alvo ou índices de audiência. Hoje, a Band, como a TV aberta em geral, trabalha com público acima de 40 anos de idade, o *40plus*. Acredito que *sites* como Wikipedia costumam ser atualizados, podem te ajudar”, se esquivou. Data de criação do programa, quanto tempo ficou na grade da casa, nome dos principais apresentadores.... nada foi respondido.

O contato com o SBT foi inicialmente por e-mail (apêndice B), enviado em 24/8/2023, sem resposta. No dia 12/9, uma repórter do SBT em São Paulo amiga do pesquisador passou o contato da responsável pelo departamento de Assessoria de Imprensa e sua auxiliar. Duas

⁴³ Publicom Assessoria de Comunicação é nome de uma empresa de assessoria de Comunicação no Rio de Janeiro e em São Paulo. Provavelmente quem presta este tipo de serviço para a emissora

semanas depois (26/9), finalmente resposta da coordenadora via *WhatsApp*: “Infelizmente não temos como puxar dados antigos”, resumiu. Nova pergunta: “Mas nem uma descrição atual dos programas que ainda estejam na grade?”. A resposta, por áudio na mesma rede social: “Veja só: a realidade da televisão aberta hoje é totalmente diferente, não tem como você comparar a audiência de hoje *pra* audiência de lá. O que você pode colocar é que era vice-líder. Isso eu posso garantir que o SBT nessa época era vice-líder de mercado, Globo em 1º lugar”. A resposta em certa medida assemelhava-se à classificação “fuga do tema” (muito usada em questões de Redação do Exame Nacional do Ensino Médio, o ENEM). Mas foi interpretado que não haveria forma de extrair informação também desta assessoria de imprensa.

Por fim, a Rede TV!, que tem um e-mail para o público geral (o melhor que se conseguiu após navegar no site oficial da emissora). Enviado (apêndice C), não respondido, foi necessário contar com apoio de amiga jornalista da emissora no Rio de Janeiro, que deu um telefone geral da TV em São Paulo e sugeriu: “Pede *pra* falar com o ramal do programa (*Superpop*). A assessoria de imprensa também fica em São Paulo. Acredito que por esse *tel* geral deve conseguir falar, pedindo *pra* transferir *pro* ramal deles”, ensinou a colega jornalista, numa mensagem via *WhatsApp* em 11 de setembro.

Dito e feito. No dia 29/9/2023, após longa espera no telefone, a transferência da ligação para o ramal da Assessoria de Imprensa, jornalista atenta prometendo ajudar (“Olha, pode demorar, vou procurar o Comercial, a Programação...”), envio novamente do e-mail (apêndice C)... e nenhuma resposta. Em 9 de outubro, um novo e-mail cobrando alguma resposta foi enviado, sem sucesso também.

Três emissoras, três resultados semelhantes e insatisfatórios. Assim, a descrição sobre cada um dos programas será feita a partir de pesquisa e análises encontradas na Internet, assim como por percepção deste pesquisador sobre cada programa.

3.3 Metodologia de análise do objeto

O ponto de partida para elaborar um Quadro Analítico foi observar um trabalho pregresso que dialoga com análise de programas exibidos na televisão. Há profundas diferenças entre um programa de entretenimento exibido em qualquer mês de qualquer ano e um *spot* de 30 segundos, *programete* de determinado candidato durante o horário eleitoral. Eles possuem objetivos bem diferentes – o prazo, por exemplo, para que a mensagem de um programa de auditório seja entendida pela população pode ser extenso, condição impossível durante uma eleição. Atacar adversário é condição quase *sine qua non*, trata-se de disputa eleitoral, ao passo

que a performance num programa de auditório pode versar apenas sobre o político (que nem candidato é, pelo menos naquele momento).

Ainda que haja diferenças na abordagem, a metodologia de Figueiredo et. al. (2000) foi a escolhida para servir como base para buscar identificar como se dá a estratégia de persuasão do eleitor, a partir da análise de propagandas políticas veiculadas na TV durante o HGPE, entendendo que a estratégia comunicativa passa pela mídia. Não parte nem da ponta do emissor (seria necessário conversar com o marqueteiro de determinado candidato em busca da intenção dos programas como um todo, e cada programa) nem da forma quantitativa de análise do receptor (quantos votos o/a candidato/a recebeu), até mesmo porque essa relação direta propaganda-voto seria muito determinista, não concebendo que outras influências atravessam o eleitor na hora da decisão do voto. Sobre esse aspecto, Marcus Figueiredo pontua (2007):

[É] ainda enorme a controvérsia na literatura internacional sobre os efeitos da propaganda política na produção dos resultados eleitorais. A natureza do impacto da propaganda política e dos debates eleitorais entre partidos e candidatos na vontade do eleitor e em que medida eles sobrepujam ou como interagem com outros fatores, tais como o contexto sócio-econômico e mesmo processos históricos de mais longo prazo, estão ainda sujeitos a um intenso debate. (Figueiredo, 2007, p. 10)

Para os fins da tese, a análise do discurso envolve os chamados três eixos ('Retórica', 'Conteúdo' e 'Elementos Audiovisuais'). Haverá uma adaptação do método, uma vez que Figueiredo et. al estabeleceram aquele para "desenvolver uma metodologia para análise de persuasão de campanhas eleitorais a cargos majoritários" (Figueiredo et. al., 2000, p. 200), ao passo que no presente trabalho os vídeos serão anteriores ao período de campanha eleitoral. Trata-se de um método para tentar medir o grau de aceitação do discurso de um político.

A pesquisa de Figueiredo buscou valorar elementos identificados nos *spots* (programas de 30 segundos do HGPE). Trabalha com a perspectiva de discurso de mandatário (o copo com água não ficará vazio, a situação melhorará) ou de desafiante (o copo com água está quase vazio, perpassando um sentimento de necessidade de mudança). Na disputa pelo discurso, foram construídas tabelas com o conteúdo das mensagens difundidas nos spots, elementos de retórica (sedução, crítica, ameaça etc.), de linguagem (didática, informativa, panfletária) e de construção de imagem (honestidade, competência, dinamismo, entre outras). Mais ainda: também foram considerados formato (documentário, entrevista, dramatização) e técnicas de produção (produção externa, imagens de apoio, ênfase na música). Entende-se, portanto, que o arranjo também pensando nos tais 'três eixos' aproximaria as duas formas de análise.

Entretanto, se na pesquisa de Figueiredo há uma preocupação quantitativa (quantos por cento do tempo de um anúncio o candidato estava frenético ou calmo, por exemplo), na análise

que aqui se propõe o viés é mais qualitativo, em determinadas ocasiões até binário (houve ou não menção a determinado conteúdo no programa de TV, por exemplo).

Na análise dos programas de entretenimento analisados, será buscada avaliação plural de diversos elementos contidos e identificados. Serão buscados aspectos em cada apresentação do político em programas populares, de forma a identificar como se estabeleceu a estratégia de persuasão, e suas formas mais diversas: credibilidade, carisma, postura, ataques a adversários ou projetos de adversários, apelo à mudança, valores políticos, emoção etc. E ainda sobre como a emissora se preparou tecnicamente para receber o deputado. Aqui, será incorporada à análise do deputado elementos propostos pelo programa, como uso de músicas, luzes etc. para *ambientar* as falas (ruídos, música de suspense antes de ele responder algo, uso de texto-legenda na tela etc.). Jamieson (1993 apud Figueiredo et al. 2000, p. 166) diz que os elementos “[c]riam um clima emocional que reforça a persuasão do discurso verbal”

3.4 Quadro Analítico dos Programas

Para a análise dos programas de TV, foi criada uma lista de elementos (APÊNDICE D) a partir de três perspectivas: ‘Retórica da Mensagem’; ‘Construção do Discurso’; e ‘Elementos Audiovisuais (da emissora)’. Por ‘Retórica da Mensagem’, entende-se a performance do deputado ante as câmeras: que sentimentos ele parece estar sentindo, e que valores (morais e políticos) parece professar; ‘Construção do Discurso’ versa sobre os temas escolhidos pelo deputado para expor seu ponto de vista, bem como suas táticas para apresentação de sua visão dos fatos; por fim, ‘Elementos Audiovisuais (da emissora)’ trata de características do programa: tempo de duração, recursos técnicos (música, iluminação), postura do apresentador, jurados e convidados etc. A proposta é, categorizar da forma mais exaustiva possível, todos os elementos que podem compor uma apresentação num programa de entretenimento – e aplicar essas categorias a todos os programas analisados. Não há restrições de quantidade de categorias aferidas: um mesmo programa pode mostrar duas situações contrastantes de Bolsonaro, por exemplo (ser calmo em frente às câmeras e demonstrar destempero em proporção semelhante). A lógica analítica será de aferir ausência/presença do elemento a ser observado.

Convém frisar que, após a definição da categorização nos três eixos, foi realizada uma primeira rodada de análises (quatro programas), em que já apareceram questões e propostas de mudança. Para evitar redundância (publicar aqui a versão 1, comentários acerca das mudanças e versão 2), será excluída a apresentação da versão inicial, passando-se direto para os itens que foram modificados na nova versão do Quadro Analítico.

O item ‘Questões de gênero’ virou duas categorias (‘Questões LGBTQIA+’ e ‘Mulher’), uma vez que enquanto o tema LGBTQIA+ era perene nos programas (o deputado Bolsonaro frisava constantemente a intolerância aos homossexuais), a crítica às mulheres (e sua eventual desqualificação) passará a ser tema mais repetido nas falas dele quando da desconstrução de imagem da então presidenta Dilma Rousseff.

Outra mudança foi a supressão de quatro itens (inspirados no modelo de Figueiredo et al.), que mostraram ser de difícil aferição – ou que simplesmente não foram identificados: ‘Carisma’; ‘Honestidade/Integridade’; ‘Competência’; e ‘Ofensiva quanto a temas substantivos (avaliando o hoje e projetando)’. Por outro lado, dois temas se fizeram presentes na retórica do deputado nessa avaliação experimental, e *impuseram-se* para ser incluídos: ‘Religião’ e ‘Segurança Pública’, embora por vezes o deputado misture Forças Armadas e Segurança Pública, talvez propositadamente, aproveitando a imagem positiva que geralmente o Exército tem junto à sociedade. Posteriormente, outros itens foram modificados (‘Convivência’ trocado por ‘Leniência’, relação dele com convidados etc.). A nova versão do Quadro Analítico dos Programas (APÊNDICE E) é apresentada a seguir:

Quadro 2 – Quadro Analítico dos Programas

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras):	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.):
1.1.3 Uso de terno e gravata?	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza:
1.1.5 Agressividade:	1.1.6 Deboche:
1.1.7 Ameaça:	1.1.8 Indignação:
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais:	1.2.2 Valores políticos:
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política:	2.1.2 Forças Armadas:
2.1.3 Questões LGBTQIA+:	2.1.4 Raça:
2.1.5 Direitos Humanos:	2.1.6 Mulher:

2.1.7 Religião:	2.1.8 Segurança Pública:
2.1.9 Outros temas? Quais?	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos:	2.2.2 Apelo à mudança (do mundo atual):
2.2.3 Ênfase em realizações próprias:	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas:
2.2.5 Uso de frases de efeito:	2.2.6 Apresentação de dados sobre temas:
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou tem jurados?	3.1.2 Grau de leniência do apresentador:
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado:	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver):
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)?	3.1.6 Plateia no auditório? Como participa?
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado:	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos?
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa:	3.2.2 Produção de vídeo introdutório:
3.2.3 Uso de música-tema:	3.2.4 Iluminação diferenciada no ambiente:
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.):	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo:
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela:	

Fonte: criação do autor

Cada item categorizado será imediatamente fruto de breve explicação. Analisemos de forma separada cada ‘eixo’.

1. Retórica da Mensagem, dividido em Elementos de Performance e Atributos Pessoais

Elementos de Performance (1.1) compõem aspectos que se identifica do deputado apenas visualizando sua participação no programa (talvez até mesmo com o volume da TV desligado seja possível aferir se Bolsonaro usou ou não de determinado atributo). A categoria 1.1.1 (Timidez) mostra a postura dele frente às câmeras. A mídia TV costuma incomodar pessoas

mais tímidas⁴⁴, e aqui cabia avaliar a percepção que se tinha do deputado. Os programas eram, em sua maioria, realizados ao vivo, isso imputava uma maior responsabilidade sobre como se portar; 1.1.2 Expressão Corporal mede exatamente esta percepção. Uma pessoa sem o domínio do veículo televisão pode gesticular bastante, atrapalhar a própria imagem (ao gesticular colocar elementos do corpo na frente da própria face, por exemplo) ou deixar transparecer um certo descontrole emocional⁴⁵; 1.1.3 Uso de terno e gravata era categoria com resposta Sim ou Não, mostrando se havia um olhar constante sobre o vestuário; 1.1.4 Autoconfiança/Firmeza é usado para avaliar se o político (alinhado com o item 1.1.2) possui controle do corpo, respira de forma adequada, aparenta estar em situação confortável (às vezes, mesmo que pressionado); 1.1.5 Agressividade mostra, evidentemente, uma dosagem exagerada em relação ao item anterior. Por vezes, pessoas são desafiadas em frente das telas e descontrolam-se, aumentando o tom de voz ou gesticulando de forma feroz. Por mais que possa parecer estar ‘ganhando a discussão’, é tido comumente como forma destemperada de agir, trazendo aspectos negativos para avaliação geral da performance na TV; 1.1.6 Deboche: para não incorrer no erro do item anterior, uma dose de deboche pode ser utilizada para se esquivar de alguma acusação ou ofensa. É uma categoria de uso muito difícil, uma vez que, na dose certa, pode provocar risos e imagem positiva do político; entretanto, de forma exagerada pode ‘virar o quadro’ (as pessoas comumente não gostam de ver um autêntico *massacre* na telinha. Não raro que um político muito atacado consiga reverter isso em prol de uma atitude de condescendência por parte da audiência); 1.1.7 Ameaça pode ter um viés positivo (o político pode lembrar ao grande público que se determinada ação proposta por ele não acontecer o pior está por vir) ou negativo, se ele usar de forma descontrolada na exposição de seus argumentos e atacar um adversário (no caso dos programas de auditório, confrontar um jurado, o apresentador ou um convidado de forma ríspida); 1.1.8 Indignação é a categoria da explosão de sentimentos, com tom alto de fala. Nem sempre é negativo: se a causa for considerada justa pela plateia, a indignação é digna de palmas.

Foram categorizados dois tipos de atributos pessoais: 1.2.1 Valores Morais, quando as falas do deputado priorizavam valores morais (como honestidade ou apego à família) e 1.2.2 Valores Políticos, quando era demonstrada uma ideologia por trás de uma decisão, ou apresentada uma situação em que foi exercida a conversação política para uma tomada de decisão.

⁴⁴ Sheila Vaz, uma excelente profissional de TV, falava num curso de formação de profissionais para o *SporTV*, em 1999: “Televisão é como o enigma da esfinge: decifra-me ou devoro-te”

⁴⁵ Morei fora do país entre 1989 e 1995. Ao assistir o debate para governador entre César Maia, na política desde a eleição de Leonel Brizola em 1982 e Anthony Garotinho, que eu não conhecia, assustei-me com a quantidade de suor que Maia apresentava, principalmente debaixo do braço. Isso demonstrava (para mim e talvez para o grande público) que ele estava se sentindo pressionado pelo adversário, sorridente e tranquilo durante o debate

2. Construção do Discurso, dividido em Temas Levantados e Táticas do Discurso

Os temas identificados na fala de Bolsonaro foram divididos em categorias rígidas, mas foi comum aglutinar duas ou mais categorias na avaliação de um discurso. O primeiro item classificado foi 2.1.1 Dados Biográficos e Atuações Anteriores na Política, que é muito usado quando o político faz questão de ressaltar sua experiência pregressa na política ou, dada a curiosidade do(a) apresentador(a), é feita espécie de “quem é Fulano”, mostrando um pouco da formação profissional ou mesmo os primeiros passos na militância (ainda que não partidária naquela ocasião). Em relação aos demais temas, conforme mencionado anteriormente, Jair Bolsonaro tratava em algumas ocasiões de Segurança Pública (2.1.8) com a participação das Forças Armadas (2.1.2), ou misturava Direitos Humanos (2.1.5) com questões LGBTQIA+ (2.1.3), de Raça (2.1.4) ou da Mulher (2.1.6) – nestes casos, era comum a identificação em mais de uma categoria. O tema Religião (2.1.7) foi isolado, e por vezes a enunciação de falas religiosas (“Se Deus quiser”, “Deus acima de tudo”) deixava em dúvida o pesquisador se o tema havia sido evocado. O último item (2.1.9 Outros temas) trazia ampliação de assuntos debatidos pelo deputado, e deu-se mais comumente nos programas analisados em 2014, quando resolveu atuar de forma mais efetiva em assuntos mais gerais – como Amazônia, assunto-tabu (ou pelo menos não citado nos anos anteriores).

Táticas do Discurso compõem o segundo bloco de análise na categoria ‘Construção do Discurso’. Trata-se de estratégias utilizadas por Bolsonaro ao abordar os temas do item anterior. O caso mais recorrente na retórica de desafiante é a categoria 2.2.1 Ataques a Adversários, Partidos ou Projetos (o que, dada a característica *explosiva* do deputado, é fácil de depreender seu uso); 2.2.2 Apelo à Mudança do Mundo Atual traz um tom um tanto alarmista, diferente de 2.2.4 Apelo Pragmático/Racional com Propostas, mais adequada para o caso de o político ter uma atitude propositiva, enxergando soluções para os problemas por ele levantados; 2.2.3 Ênfase em Realizações Próprias é utilizado quando o político traz a memória de sua reação ante algum dos temas (dada a pálida participação do deputado em todas suas legislaturas, um item a ser praticamente descartado); 2.2.5 Uso de Frases de Efeito inclui o uso de frases *lugar-comum*, consagradas ou naturalizadas. Pode ser muito útil quando se busca uma identificação por parte do público (“Esse é dos meus, pensa igual”); e 2.2.6 Apresentação de Dados Sobre Temas revela um caráter pedagógico, em que o político expõe sua argumentação fazendo uso de informações para embasar seu pensamento.

3. Elementos Audiovisuais, com Características do Programa e Técnicas de Produção

Este eixo serve para medir a percepção que se tem da preparação/preocupação da emissora e do programa de entretenimento quanto à apresentação de Jair Bolsonaro. O item 3.1 trata da

linha editorial (Rabaça & Barbosa, 2002, p. 432: “Direção seguida por uma empresa de comunicação (...) na elaboração de matérias e no próprio tratamento de seus conteúdos”). Ou seja: qual será a postura adotada para receber o político. A categoria 3.1.2 Grau de Leniência do Apresentador observa como o condutor do programa se comporta em relação ao convidado (o item 3.1.1 Apresentador Entrevista ou Tem Jurados? identifica se ele estará sozinho nessa missão); 3.1.3 Linguagem do(a) Apresentador(a) sobre o Deputado revela bastante sobre a linha editorial adotada naquela ocasião (programas com mais de uma visita permitem que se identifique se o comportamento era constante ou sujeito a variações momentâneas). Três itens são descritivos do ambiente que será encontrado por Bolsonaro: 3.1.4 Descrição dos Jurados, 3.1.5 Tem Outro(s) Entrevistado(s) e 3.1.6 Plateia no Auditório? Como Participa? Em 3.1.7 Relação Jurado(s)-Deputado e/ou Convidado(s)-Deputado será observado como se dá a relação de Bolsonaro com outros integrantes do programa: convergência? Animosidade? O último item do bloco (3.1.8 Programa tem Música, Jogos, Fofocas ou Vídeos?) busca mostrar um pouco da ambiência encontrada pelo político. Há casos em que ele é a atração principal; em outros, mais uma novidade entre as variedades escolhidas para aquele dia de programação.

3.2 Técnicas de Produção apresenta os recursos identificados pela emissora/programa. O item 3.2.2 Produção de Vídeo Introdutório mostra se houve uma pré-produção – de novo recorremos a Rabaça & Barbosa para a definição: “Conjunto de providências de produção anteriores (...) Envolve, conforme o caso, escolha e preparação da equipe, planejamento, arranjos, aquisição de material, entre outras atividades” (idem, p. 588). Este item mostra se houve investimento de tempo para preparar com cuidado um produto audiovisual para compor, e que pode ajudar a dar ritmo, ainda mais se o item 3.2.1 Tempo do Programa for de minutagem elevada. Os três itens seguintes são basicamente de ordem técnica: 3.2.3 Uso de Música Tema, 3.2.4 Uso de Iluminação Diferenciada no Ambiente e 3.2.5 Sons (Suspense, Gargalhada etc.). Em 3.2.6 Movimentação de Câmera: Close no Deputado, Por Exemplo observa-se se o diretor do programa priorizava captar as reações do político (às vezes, enquanto outra pessoa fala, um olhar ou expressão podem comunicar muito), ou seja, se havia uma centralidade dele naquele ambiente. Por fim, 3.2.7 Uso de Tarja (GC) na Tela é um recurso muito utilizado em TV, tanto em telejornais quanto programas de entretenimento para apontar algo *quente* deste momento do programa (com o advento do controle remoto, é prática comum uma tarja indicar o assunto ou mesmo uma interpretação do assunto, ajudando ao telespectador que *está chegando* identificar do que se trata aquele programa).

É importante ressaltar que, para quase todas as categorias aqui descritas, a análise se dará de forma qualitativa, apontando em alguns instantes simplesmente a presença ou ausência

de algum item da lista acima, optando-se na metodologia por não fazer uma quantificação do tempo exato de cada ocorrência, até porque pode não ser conclusiva. O apontamento de que algum item ocorreu em determinada frequência torna-se mais importante para identificar estratégias utilizadas por Bolsonaro nestes programas. O ‘quase’ é porque determinadas categorias (uso de terno e gravata, tempo de programa, presença ou não de jurados) são eminentemente técnicas e seu preenchimento obrigatório.

Quanto à Retórica, é preciso ter em mente que a lógica de discurso perpassa elementos subjetivos, ainda mais quando uma fala ocorre fora do período eleitoral, em que as pessoas estão mais atentas, a princípio, do que falam os candidatos:

Em um debate político, não eleitoral, cuja retórica é a da argumentação política, a ideia de persuadir a maioria consiste em convencer o público (...) Nesse caso, a tábua da verdade lógica cede lugar à filosofia dos princípios e dos fins e a evidência empírica cede lugar às crenças, aos valores e aos interesses dos atores (Figueiredo et al., 2000, p. 151)

Importante destacar que serão buscados aspectos em cada apresentação do político em programas populares de forma a identificar como se estabeleceu a estratégia de persuasão, e suas formas mais diversas: credibilidade, postura, ataques a adversários e/ou projetos, valores políticos, emoção etc. Um Quadro Analítico será preparado para cada programa, e transformado em formato texto para fins de leitura da tese – mas o Quadro original constará nos anexos ao fim do trabalho (a partir do anexo F e até o anexo R).

4 O QUE OS PROGRAMAS DE TV MOSTRARAM

Neste capítulo será feita a análise dos programas de entretenimento com participação do deputado federal Jair Bolsonaro, utilizando a metodologia proposta no capítulo anterior.

Várias hipóteses foram aventadas antes do início do estudo. A própria criação de uma ficha tão ampla (Quadro Analítico dos Programas) encoraja que sejam realizadas análises dos programas de TV em várias direções.

Uma das etapas de análise é buscar mapear se houve espécie de *subdivisão* das etapas, a partir da observação de pequenos ajustes (da própria equipe de Bolsonaro) que as aparições foram processando durante o período selecionado. É importante buscar identificar em que medida os programas populares auxiliaram na naturalização (ou ao menos, numa tolerância ou aceitação) do discurso de Bolsonaro, amplificando sua mensagem, e permitindo que a narrativa dele atingisse outras pessoas, tornando sua audiência majoritária.

Será possível observar que Bolsonaro trabalhava com propriedade seus atributos pessoais em performance na TV, atingindo com algum êxito o propósito de ampliar sua mensagem, alcançando o público das camadas mais populares.

O estudo dos 20 programas previamente selecionados terá uma diferenciação: 13 deles serão analisados em profundidade, enquanto em sete casos o relato será mais breve. Será que há uma fórmula para limitar a quantidade de vídeos assistidos? “Em geral, quando entrevistas posteriores vão adicionar pouco à história, então essa é a hora de parar⁴⁶” (WEISS, p. 21, tradução nossa). Ainda sobre o tema, Bauer e Gaskell (2002) apresentam um dado matemático que, se não deve interromper um entusiasmado pesquisador, pelo menos deve alertá-lo: “Há a questão do *corpus* a ser analisado. A transcrição de uma entrevista pode ter até 15 páginas; com 20 entrevistas, haverá, então, umas 300 páginas no *corpus*”. Nesta tese, o Quadro Analítico dos Programas (ver 3.5) é extenso, com proposta de análise de elementos semânticos, simbólicos, performáticos e tecnológicos. O que deve motivar uma análise é o volume de informação a ser gerado na interpretação de mais uma aparição do deputado na TV – o que não aconteceu em quatro ocasiões do *Superpop*, que aplicou a fórmula anteriormente utilizada, índice de redundância elevado; um *CQC* exibido na semana seguinte a um de repercussão (no jargão jornalístico: suíte) pouco apresentou de novo, fez referências ao anterior; houve um programa de auditório com formato semelhante aos pares; e um quadro de humor de 10 minutos, sem muito a aproveitar sobre a atuação de Bolsonaro.

⁴⁶ O texto original é: “In general, when further inquiry will add little to the story, stop inquiring”

Não que haja uma relação direta entre o tempo de um programa e o que ele oferece como material de pesquisa – na tabela a seguir, há uma aparição de Bolsonaro que durou apenas 4:33 (e que veio a ser a de maior repercussão no período). Por outro lado, há programas de quase uma hora de duração, e nem sempre o material bruto é proporcional.

A tabela mostra que foi dado espaço para Bolsonaro expor suas ideias. A título de comparação, o Jornal Nacional aparece na grade de programação como atração entre 20h30 e 21h15 – isso significa, descontado o tempo de inserções comerciais, não mais do que 33 minutos de telejornal, em média. Conseguir 20 minutos para falar, é algo impensável se não significar que garanta bom retorno à TV – seja financeiro ou de audiência.

Tabela 3: Programas de entretenimento analisados – 2010 a 2014

Nº	Ano	Data	Emissora	Programa	Tempo
1	2010	25/11	RedeTV	Manhã Maior	10:30
2		30/11	RedeTV	Superpop	57:52
3		13/12	SBT	Programa do Ratinho	27:57
4	2011	28/03	Band	CQC	4:33
5		04/04	Band	CQC	13:44
6		07/04	RedeTV	Superpop	1:15:05
7		19/05	SBT	Casos de família	16:10
8		19/05	RedeTV	Superpop	13:27
9		07/07	RedeTV	Superpop	14:35
10		09/09	SBT	Quem convence ganha mais	22:31
11	2012	01/03	Band	Agora é Tarde	42:21
12		23/03	Band	CQC	9:50
13		16/04	RedeTV	Superpop	2:57
14	2013	24/05	Gazeta	Mulheres	55:01
15		12/07	RedeTV	<i>Morning Show</i>	50:01
16		23/07	Band	Agora é Tarde	9:54
17	2014	03/02	RedeTV	Superpop	13:02
18		06/03	SBT	Programa do Ratinho	38:01
19		08/04	Band	Agora é Tarde	25:30
20		27/04	Band	Pânico na Band	11:30

Fonte: recorte do autor a partir de pesquisa própria e do original de Piaia & Nunes (2018)

A análise da participação de Jair Bolsonaro nos 20 programas de entretenimento, a partir de 2010, levanta a hipótese de que, contando com uma certa complacência dos entrevistadores, a performance do deputado – no sentido apontado por Street (p. 51) de que, “Política é uma questão de performance”, dar vida e relevância a suas ideias, evocando confiança e representatividade – “foi se aprimorando, conformando-se na audiência” (idem, p. 60), o que será buscado na análise dos programas. Cada programa abre com uma breve ficha, constando a data de exibição na TV e a(s) data(s) em que foi estudado.

4.1 Programa Manhã Maior⁴⁷

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 25/11/2010
Data(s) de análise(s): 26/9, 12 e 14/10/2023	Tempo do programa: 10:30

O primeiro programa analisado é um matutino, que durou três anos na programação da Rede TV! Apresentado na ocasião por Daniela Albuquerque e Keila Lima, tinha duas horas de duração, com vários quadros (como *Ai que luxo!*, *Dr. Coluna* e *Culinária*). O link analisado não era da Rede TV!, mas do canal do *Youtube* de Carlos Bolsonaro, com o título ‘Bolsonaro na RedeTV (Diferença entre Homossexual e Sem Vergonha)’⁴⁸. Pouco mais de 10 minutos foram usados para a entrevista de Bolsonaro e um representante do movimento LGBTQIA+.

O trecho inicial foi provavelmente cortado, começa com vídeo sobre o político, (imagens dele atuando na Câmara, enquanto um locutor em *off* narra dados biográficos da origem militar, declaração dele contra FHC e favorável ao massacre em Carandiru em 1992). Bolsonaro parece saber quem é o outro entrevistado, talvez tenha havido apresentações formais anteriormente. Logo depois do vídeo de apresentação, a apresentadora fala (0:27) “Deputado, para começar, você falou sem pensar, né?”, sobre alguns excessos no vídeo. É a oportunidade que ele tem para se posicionar: “Não, me orgulho de ser um parlamentar independente”.

A gravação encontrada passou por edição: há cortes quando o outro entrevistado fala, reduzindo sua aparição a poucos gestos e mínimas falas. Bolsonaro é agressivo, e interrompe a fala do outro convidado em 2:06 (“Espera, deixa eu falar agora”); aos 9:13, aponta para o outro entrevistado e diz: que “Ele diz que eu rasgo a Constituição, mas ele rasga o Código Civil no

⁴⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=b3bBz2CCZv4>. Primeiro acesso em: 26 set. 2023.

⁴⁸ A Rede TV! não possui um local no site oficial da emissora que disponibilize programas antigos. Ou fora da grade de programação, com o é o caso. Por isso a opção de usar o único link disponível

tocante à família, esculhamba a questão da família! Que família é essa que um garoto está sendo adotado por um casal homossexual?”.

Se esse é o primeiro programa de entretenimento que ele foi convidado (ou, que seja, um dos primeiros, embora seja o primeiro identificado nesta pesquisa), talvez seja importante frisar logo seus valores morais – o que Bolsonaro faz, falando de temas diversos como violência e drogas. Já abre sua fala (0:34) dizendo: “Me orgulho de defender a família, os policiais militares, no caso de Carandiru. Ninguém levou em conta os milhares de órfãs (*sic*) e viúvas que esses marginais fizeram”. É uma perspectiva até então pouco explorada, a de ter o olhar da alteridade, defender os policiais. Em 0:48, fala sobre castigo aos filhos: “Na questão do couro (surra), se o nosso filho começa a andar com quem cheira, a princípio ele tem tudo para cheirar também (...) e se começa uma amizade *gay*, tem tudo para ser um *gay* no futuro”. Aqui identifica-se que ele faz uso de um argumento sobre causas, embora seja arriscado declarar que o argumento explica como a causa conduz ao efeito. É sugestivo, mas sem comprovação científica que ‘quem anda com quem cheira, cheira também’. O deputado usa de figura do senso comum, ao evocar o ditado (“Diga-me com quem andas e te direi quem és”). Pode não ser muito profundo, mas precisamente por isso é de fácil compreensão. Relevante também é ele fazer uma conexão entre temas distintos, analisando drogas e questões homossexuais numa mesma argumentação. É difícil mensurar, mas pode haver um efeito provocado na audiência com esse tipo de relação, aproximando os dois assuntos.

A fala de Bolsonaro é tão firme que a apresentadora Daniela Albuquerque (7:41) dirige-se ao outro entrevistado e pergunta: “Beto, será que existem muitas pessoas que pensam como ele, mas não falam? E é por isso que a homofobia é tão forte?”, remetendo à Elisabeth Noelle-Neumann e o conceito da espiral do silêncio, em que as pessoas que se sentem minoritárias, talvez por medo do isolamento, da crítica, ou da zombaria, preferem se calar. A cientista política define espiral (1974, p. 43): “Para os indivíduos, não se isolar do grupo social é mais importante que o seu próprio julgamento. Isso parece ser uma condição de vida na sociedade humana: se fosse de outra forma a integração necessária não seria alcançada”⁴⁹. Ela avança na questão:

Isso é particularmente importante em circunstâncias de mudança na qual o indivíduo é testemunha de uma luta entre posições conflitantes e tem que considerar de que lado ele quer ficar (...) Ele pode descobrir que ele concorda com a visão que prevalece, o que eleva sua autoconfiança e permite a ele se expressar com a mente tranquila e sem medo de se isolar nas conversas⁵⁰ (Noelle-Neumann, 1974, p. 44)

⁴⁹ Texto original em inglês: “To the individual, not isolating himself is more important than his own judgement. This appears to be a condition of life in human society; if it were otherwise, sufficient integration could not be achieved”, tradução nossa

⁵⁰ Texto original em Inglês: “This is particularly important in changeable circumstances in which the individual is witness to a struggle between conflicting positions and has to consider where he stands (...) He may agree that

Ela fala em ‘posições conflitantes’. Se for considerado que naquele momento no Brasil havia um cenário de Guerra Cultural e que o tema homossexualidade era um dos mais fortes, a postura rígida do capitão pode sugerir a adesão de um público que, como definiu Daniella Albuquerque, pensa como ele, mas não se expõe.

Uma característica que Bolsonaro exerceu desde os primeiros programas em que esteve presente foi buscar mudar o seu perfil, ampliar os temas que debatia. Ter a alcunha de ‘deputado que defende os militares’ já não era suficiente. Por isso, Nascimento et al. (2018) destacou:

A pauta dos direitos dos militares nunca deixou de estar presente nos trinta anos de matérias sobre o deputado. (...) Entretanto, podemos notar que a frequência dela é bem maior no início da carreira do que nos anos seguintes. Por outro lado, a defesa dos direitos dos militares é numericamente inferior às outras três pautas. Podemos interpretar, segundo as matérias analisadas, que os direitos dos militares foram apenas secundariamente um componente da imagem pública do deputado nas páginas dos jornais. (Nascimento et al., 2018, p. 151-152)

Mostrando que acompanhava os debates da Guerra Cultural (em 2011, aponta Melo & Vaz, um dos principais embates foi “Suspensão da circulação do Kit Brasil sem Homofobia pelo Governo Federal”), o político fez uso dessa pauta já no primeiro programa. Em 1:05, dirige-se ao público: “E aí, eu olho pra vocês (fica de frente para a câmera) e pergunto: você quer que seu filho no futuro tenha a minha cara ou a cara do meu colega aqui do lado?” (apontando para o outro entrevistado, de brinco, e que responde: “Que nojo”). Buscando dar autenticidade ao seu relato, e mostrando ser atuante na atividade parlamentar, Bolsonaro diz, em 1:12: “A Câmara discutiu essa semana, levando para o currículo escolar dos nossos filhos, material contra a homofobia, inclusive com foto de garoto namorando outro no banheiro”, indigna-se. A fala é rechaçada pelo outro entrevistado, mas o político usa do lugar-comum para se defender (2:27): “Não discrimino os *gays*, já tive funcionários *gays* trabalhando comigo”. E continua (2:43): “Teve um lá que começou a botar brinco, passar batonzinho. Aí eu falei: ‘companheiro, aqui é lugar de respeito, quando você vai numa audiência com um juiz tem que colocar paletó e gravata’, tá OK?”. Por mais que este seja um argumento falso⁵¹, o fato é que as pessoas acatam que a relação com juízes e tribunais prevê um protocolo respeitoso, traduzido na indumentária. Aliás, essa formalidade vai acompanhar Bolsonaro: em todos os programas

he agrees with the prevailing (or winning) view, which boosts his self-confidence and enables him to express himself with an untroubled mind and without any danger of isolation, in conversation”, tradução nossa

⁵¹ <https://www.conjur.com.br/2010-set-30/lei-nao-obriga-advogado-usar-gravata-audiencia-afirma-juiz>. Acesso em 11 out 2023. Lei não obriga advogado a usar gravata em audiência (30 de setembro de 2010, por Mariana Ghirello). Embora seja tradicional nos tribunais, o uso de gravata e paletó na rotina dos operadores do Direito não tem obrigatoriedade imposta na lei. Foi o que decidiu o juiz federal substituto Leonardo Augusto de Almeida Aguiar, do Juizado Especial Federal Cível de Juiz de Fora, em Minas Gerais. Ele aceitou o pedido de indenização por danos morais feito pelo advogado Fabio de Oliveira Vargas, impedido por uma juíza trabalhista de sentar-se à mesa em uma audiência por não estar engravatado. Cabe recurso.

analisados, ele se apresentará com paletó e gravata, seguindo a *liturgia do cargo* de deputado. Há, hoje em dia, aqui e ali, sinais de uma certa obsolescência do conceito. Já foi o tempo que repórter de TV tinha que aparecer de terno, e mesmo em Brasília há quem – como o deputado federal Guilherme Boulos (PSOL-SP) – defenda a extinção da obrigatoriedade deste vestuário. Mas o senso comum conservador brasileiro ainda defende o valor – e é exatamente este público que Bolsonaro tenta atrair.

Ainda na questão da homossexualidade, a apresentadora Keila Lima questiona (3:03) o capitão: “E se for seu filho?”, ao que ele responde: “Sou favorável a *dar um couro* nele sim, *pra* ele ver se *entra* na linha”. Aqui, vê-se que Bolsonaro usa vocabulário que o aproxima do popular. Uma argumentação mais eloquente, com argumentos científicos e dados de estudos mais recentes, talvez fugisse da compreensão do público-alvo de *Manhã Maior*. Já uma frase simples e curta, de compreensão direta, proporciona uma chance maior de a mensagem ser compreendida por qualquer público. Além disso, a retórica do castigo e da punição habita as mentes das populações mais simples⁵². Mas nem só de discurso violento reside a argumentação dele. Logo muda para o humor, em 3:27: “Esses casais querem adotar crianças. A criança vai se basear na mãe bigoduda ou na mãe careca?”. Ataques com doses de humor costumam ter penetração (adesão), ainda que resvalam no mau gosto.

Constante em seus ataques aos programas do governo em tempos de PT (8:21, “Sustento seis filhos sem Bolsa-Família, essa bolsa-miséria do governo”), Bolsonaro também tem como pauta a Segurança Pública. É claro em sua opção (6:04) “Por exemplo, por que a violência está tão grande no Brasil? Porque não tem pena de morte”. Mais uma vez, Bolsonaro se nutre de argumentos falsos ou, no mínimo, discutíveis⁵³. E prossegue, sem ser interrompido pelas jornalistas (6:13): “Sou a favor (da pena de morte) porque eles continuam nos matando. Lá no Rio de Janeiro, um absurdo, mata PM, ninguém faz nada. Agora, um vagabundo morre (...) a discussão é de OAB, Direitos Humanos, só falta o pessoal do GLBTs (*sic*) entrar nessa briga”.

É importante destacar que Bolsonaro estabelece um paradigma ‘nós contra eles’, ao falar de direitos das famílias (“Eles continuam nos matando”), incluindo a família dos PMs também. É como se convidasse as pessoas a refletir de que lado estão, dos PMs ou dos bandidos. É uma

⁵² Roberto da Matta (1993) fala que o tempo é uma relação de poder. E exemplifica no livro: se você marcar um chá com a rainha Elisabeth, tem que chegar na hora; a monarca tem o poder de determinar a hora que vai chegar.

⁵³ <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-legitimidade-da-pena-de-morte-em-xeque-seus-efeitos-reais-nos-indices-de-criminalidade/739945596>. Estudo mostra que no Canadá e Estados Unidos índices de violência diminuíram quando foi suspensa a pena de morte em alguns estados: “Portanto, se não se pode afirmar a relação entre a existência da pena de morte e a redução dos níveis de criminalidade, conseqüentemente não é possível alegar que ela reduz tais níveis. Então a pena de morte torna-se sem sentido, visto que sua última linha de defesa era seu valor utilitarista”. Acesso em 14 out. 2023

forma de provocar um reducionismo neste debate, nada impede que seja mandatório escolher um dos lados – até porque, se há truculência na abordagem policial numa região em que exista uma mancha criminal (ocorrência frequente de crimes em determinado espaço geográfico), não é de todo errado não tomar partido de nenhum dos dois lados. Nem sempre uma história conta só com dois lados – mas não é isso que Bolsonaro tenta induzir o povo a pensar. Esse tipo de argumentação *nós contra eles* é exatamente o que alimenta o debate radical na Guerra Cultural.

Quando ao erro na sigla ('GLBTS') talvez ele esteja demarcando uma posição de que, no senso comum, a luta de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros não seja explicada de forma apropriada para a população, daí a confusão com a sigla (que depois ganharia mais elementos). Para quem atua na luta pela questão de gênero, cada nova letra incorporada pode representar anos de conquistas, mas a maioria das pessoas não possuem este grau de conhecimento do tema.

O erro da sigla não é o único em pouco mais de 10 minutos de programa. Em outro momento (3:43), utiliza estranha construção ("Meus pais, minhas mães"): "A Câmara debateu essa semana, com o MEC, e com *eles* (representantes de ONGs) um currículo escolar, um kit para ser distribuído para nossos filhos (...) Fala de um vídeo em que (pega os óculos, posiciona próximo ao nariz e lê num papel em suas mãos) 'José Ricardo quer ser chamado de Bianca, e vai ao banheiro fazer pipi. Outro coleguinha faz pipi também', ele olha pro lado (gesticula com trejeitos)... e se apaixona pelo moleque. No kit diz que esse garoto, homossexual de 12 anos de idade, tem que ser (enfático) referência na escola. Meus pais, minhas mães, é isso que está no jornal da Câmara". Outro *escorregão* (5:26): "Uma desses CDs (*sic*) está sendo distribuído". Talvez haja erros de linguagem que podem esconder uma estratégia de aproximação.

Uma hipótese pode ser a de naquele momento (primeiro programa de auditório dele, novembro de 2011), o deputado ainda não ter entendido a gramática de TV: o ritmo, o momento da fala de um é respeitado pelo outro para uma qualidade de áudio melhor⁵⁴. Com sua fala apressada, acabava acelerando em demasia o programa. Talvez fosse estratégia deliberada para não querer dar tempo para eventual resposta do outro convidado ou mesmo das entrevistadoras. Talvez seja porque Bolsonaro realmente possua dificuldades com a língua portuguesa. Outra hipótese é de que erros gramaticais, em certa medida, aproximariam ele do público-alvo.

Mais uma hipótese para revelar a intencionalidade da fala errada: Bolsonaro é forte nos meios digitais há muito tempo. E sabe que o ditado 'falem mal, mas falem de mim' pode impulsionar o índice de leitura dos seus posts: em outubro de 2023, em um comunicado, ele propôs uma '*paralisação (sic)* geral'. O pequeno deslize com a língua, talvez intencional,

⁵⁴ Lembro das mesas-redondas esportivas do passado, tremenda gritaria. Ou das brigas de casal em telenovelas, um primor de educação e gentileza, esperando a hora de replicar. Impossível crer nisso no mundo real

provocou impulsionamento na publicação: chamando atenção para o erro de português, a convocação foi publicada em O Globo, Diário do Centro do Mundo e Brasil 247 (os dois últimos fazem parte da chamada blogosfera de esquerda). Se a intenção era ocupar espaços, a estratégia funcionou, a mensagem saiu da *bolha*⁵⁵. Não foi a primeira vez que usou o recurso.

Na atuação de Bolsonaro no *Manhã Maior*, destaca-se que a atitude dele demonstrava parecer estar à vontade naquele ambiente, e foi gentil com apresentadoras. Mas atacou projetos do governo, sem dados para embasar sua argumentação, baseando-se apenas em valores (*ethos*).

Quanto ao programa (e à emissora), não é possível identificar que houve tendência a defender Bolsonaro. As tarjas⁵⁶ (caracteres na tela) durante a entrevista não parecem definir posição, mas apenas instigar o público a continuar assistindo ao programa (0:01, ‘Polêmica: deputado federal sugere palmadas em filhos homossexuais’; 0:14, ‘Agressões e declarações contra homossexuais geram protestos’). No vídeo, uma frase foi impactante (0:26, ‘Defendeu o fuzilamento do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e outros 30 mil corruptos no período da ditadura militar’). Não houve leniência com o comportamento de Bolsonaro: no encerramento da entrevista (9:44), a apresentadora Daniela Albuquerque diz: “Querida, queria pedir muito obrigado pela participação de vocês, convidado para a gente voltar a debater esse assunto...” (Keila Lima continua) “que é um assunto que não termina nunca, sempre haverá pessoas que concordam, que discordam. Independente de concordar ou não, eu acho que o mais importante, principalmente *pro* senhor, deputado, é aprender a respeitar as diferenças”, encerra.

Este parecia ser exatamente o caminho que Bolsonaro escolheu não seguir. Ao tomar partido, escolher lado, ele sinalizava com uma identidade cultural de quem sentia estranheza com os *novos tempos*. Pode até não ser esta a posição do indivíduo Jair Messias Bolsonaro, mas na prática essa decisão trazia uma adesão ao nome dele por aqueles que não coadunavam desta posição, politicamente correta, de que era importante respeitar as diferenças.

Ao fincar posição, ele gera ao público em geral uma percepção de que é ‘absolutamente autêntico’, não é do tipo ‘pautado por marqueteiro’. Essa aparente independência nos remeteria à ideia de que ele se contrapõe a Da Empoli e seus arquitetos do caos, não se inspira em ninguém, é *independente*. Bolsonaro fala de Direitos Humanos, ditadura militar e questões de gênero de uma forma autêntica. Transpassa que acredita com veemência naquilo que fala.

⁵⁵ <https://oglobo.globo.com/blogs/lauro-jardim/post/2023/10/bolsonaristas-planejam-paralizacao-sic-geral-do-brasil-no-dia-12.ghtml>; <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/erro-crasso-bolsonaristas-planejam-paralizacao-sic-geral-do-brasil-no-feriado-desta-quinta/>; <https://www.brasil247.com/brasil/bolsonaristas-planejam-paralizacao-isso-mesmo-geral-do-brasil-no-dia-12-wcc5gijv0>. Acesso em 4 nov. 2023

⁵⁶ Gerador de caracteres (Rabaça & Barbosa, 2002, p. 343) é definido como “Dispositivo eletrônico utilizado em TV para superposição de textos (...) digitado previamente ou no momento da transmissão”

Sobre este aspecto, Cesarino (2019) entende que:

[A]s fontes originais do carisma de Jair Bolsonaro foram fundamentalmente antagonísticas: diziam respeito a sua alegada espontaneidade e coragem para falar a verdade diante de quem quer que fosse (em linha com o fetiche contemporâneo da autenticidade) (...) e posteriormente o combate cristão contra a ideologia de gênero (...) Esse foi o trampolim da ascensão de Bolsonaro para o cenário nacional, desde que começou a frequentar programas de televisão e tornar-se ativo nas redes sociais (Cesarino, 2019, p. 540-541)

4.2 Programa Superpop⁵⁷

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 25/11/2010
Data(s) de análise(s): 14-17/10/2023	Tempo do programa: 57:52

Jair Bolsonaro era um ilustre desconhecido quando esteve pela primeira vez no programa de Luciana Gimenez. Pelo menos é o que se depreende das reações: ele, com sorriso amarelo (8:02, do segundo bloco), talvez tímido, ao ser apresentado; ela, precisando ler no cartão o nome para anunciar (8:07, segundo bloco: “Eu vou falar aqui com o Jair (abaixa para ler) Jair Bolsonaro, deputado Jair Bolsonaro. Jair, você tem quantos filhos?”).

A participação no *Superpop* foi longa, e o material bruto dividido em seis partes: 10:29; 12:10; 9:31; 10:36; 10:08; e 4:58, totalizando quase uma hora de debates (57:52), em prováveis três blocos de programa – dois deles abrem com “Voltamos a apresentar”. Não foi encontrado arquivo no *YouTube* ou em qualquer outro local que tivesse o programa inteiro.

Superpop foi lançado junto com a inauguração da Rede TV!, em 1999, e já teve diversos horários de exibição. Desde 2001, Luciana Gimenez está à frente. *Superpop* mistura debate, música, entretenimento e jornalismo. Naquele dia em 2010, Luciana anunciou que a partir do dia seguinte *Superpop* seria televisionado também para Paris. Houve várias chamadas para uma reportagem sobre André, que não tinha coragem de confessar sua homossexualidade aos pais, e que só o fez acompanhado de uma repórter da Rede TV! Em todos esses anos, o tempo de duração do programa já foi de 60, 75 ou 90 minutos – de qualquer forma, os quase 60 minutos da aparição mostram que nesse dia Bolsonaro foi um dos carro-chefe do programa.

Não é muito difícil deduzir o protagonismo dele no dia. Em outros dias do *Superpop*, a atração é anunciada, recebe salva de palmas e entra em cena. Neste dia houve a preocupação de um formato mais elaborado, com edição de um minidocumentário apresentando o convidado, e algumas vinhetas produzidas especialmente para a data.

⁵⁷ Disponível em <https://tvuol.uol.com.br/video/homossexuais-e-familiares-debatem-com-deputado-1-04028C183668C8C94326>. Primeiro acesso em 14 out. 2023

O trecho aqui estudado começa com um vídeo sobre ele, enquanto uma voz em *off* narra alguns dados biográficos, como em 4:11 (do segundo bloco): ‘Acaba de ser eleito para o sexto mandato como deputado federal pelo Rio de Janeiro. Foram mais de 120 mil votos’ (números aparecem em destaque na tela). E logo depois, em 4:21: ‘Se o regime militar tivesse sido mais duro, teria matado no mínimo mais 20 mil opositores naquele momento... entre eles, Fernando Henrique Cardoso’ (imagem em P&B do ex-presidente, som de bateria impactando a trilha sonora). O vídeo, com música incidental suave (em momentos tensos, rock pesado), mostra numa tela totalmente escura ele aparecendo do lado esquerdo. Tarjas no meio da tela marcam os temas apresentados: ‘Homofobia ou Liberdade de Expressão?’; ‘Bater ou Amar?’; ‘Mais Polêmica’; ‘A Lei e o Direito’; e ‘Uma Última Lição’. Trechos da fala dele são marcados por *close*, imagem em P&B e uma batida forte de bateria.

O segundo bloco do programa traz outro vídeo. Aos 3:58, com a narração: “Jair Bolsonaro (foto dele mais novo). Ele é deputado federal e tem ideias bem polêmicas sobre assuntos mais polêmicos ainda. Militar por formação, Jair Bolsonaro sempre lutou. Resta saber se pela causa certa ou pela errada”.

A visão diferente entre os dois vídeos é um reflexo do comportamento (e da linguagem) da apresentadora em relação ao deputado – alguém, naquele momento, desconhecido para ela, pelo menos, aparentemente. Por vezes ela fazia uma cara estupefata (câmera em *close* pegava essas reações), por vezes dava uma reclamada (“Não, não, aí já é demais, deputado”).

Há de se entender que o diretor de TV⁵⁸ tem o trabalho de ficar atento às declarações, para ordenar rápido a troca de câmeras, de forma a captar expressões não só os convidados como da apresentadora. Quanto mais ágil fica essa dinâmica, mais rápido o ritmo do *Superpop*.

Luciana Gimenez convidou quatro pessoas para debater com Bolsonaro: o cabeleireiro Paulo Persil; sua filha Gleyce Persil; Ireneu Franceschini (pai de Serginho, participante recente do Big Brother Brasil 10); e Cátia Paganote (ex-paquita Miúcha). Ireneu e Cátia foram os que falaram menos, Paulo travou vários embates com o capitão.

A agressividade era percebida nas falas de Bolsonaro, como em 8:52 (do segundo bloco) “Assim como nós não podemos admitir que um policial desarmado na rua tenha respeito, a mesma coisa nós. Se nós abdicarmos da última instância, depois de muito conversar, muito aconselhar, poder ameaçar e dar umas palmadas nos nossos filhos (..) Ele tem que entender que você é mais forte do que ele, que ele tem que te obedecer”. Em tom ameaçador, Bolsonaro diz

⁵⁸ Rabaça & Barbosa (2002, p. 230): “Diretor de TV é o profissional encarregado de comandar e orientar a equipe técnico-operacional (...) Da sala de controle, mantém contato com (...) os câmeras (...) acompanha as imagens pelos monitores (...) Diz-se tb. switcher ou cortador”

aos 6:02 do segundo bloco: “A Lei da Homofobia, ela é contra os próprios homossexuais. Ela é tão pesada que qualquer empregador não vai mais admitir nos seus quadros qualquer indivíduo com desvio de conduta sexual. Sabe por quê? Numa demissão, esse empregador é que tem que provar que não é homofóbico”, explica.

A cadeira em que os convidados sentavam era alta e sem braço, um tanto desconfortável. Bolsonaro se mexia muito, a expressão corporal denotava que o desconforto passava também pelo campo das ideias. Os demais convidados não concordavam com o que ele falava, suas ideias foram diversas vezes rechaçadas. O público no auditório também não concordou com muitas polêmicas. Gleyce Persil perguntou, em 11:31 do segundo bloco: “O senhor tem certeza da orientação sexual de todos os seus filhos?”. E ele: “Tenho sim. Você tem filha? Quer apresentar *pros* meus filhos? Fique à vontade” (“Calma, deputado”, diz Luciana, enquanto o público vaia) O pai rebate: “Além de antigo, o senhor é grosso e mal-educado”. Bolsonaro devolve: “E você (apontando para ele, *gay* assumido) não precisa se preocupar não, por você eles não se interessam não”. O homem é firme: “Ai, nem eu. Eu gosto é de gente (Bolsonaro sorri amarelo). Gente educada” (auditório aplaude Paulo). O debate entre os dois esteve sempre presente. O cabeleireiro, em 5:25 do terceiro bloco, afirmou: “Mas o mundo não se resume só nos seus filhos, existe uma sociedade que precisa de gente convivendo nela, e gente educada”. Recebeu aplausos entusiasmados. Como se já não bastasse os convidados mostrarem discórdia a ele, no fim do debate, André (da matéria em que confessava a opção sexual para os pais) entrou no palco e deu sua palinha contra o capitão.

Apesar do ambiente um tanto negativo, Bolsonaro manteve a narrativa conservadora, num entendimento de que aquele era o público que ele queria atingir, que pensava da mesma forma (tradicional) que ele. A repercussão dos debates estaria garantida com a disseminação de *minivídeos* nas redes sociais dele, era capturar o vídeo do programa e fragmentar em trechos, adequando para a gramática de cada rede (*link* em algumas, trechos bem curtos em outras etc.).

No campo da Política, ele (assim como no programa anterior), tenta se livrar da *velha política*, e declara aos 3:58 do segundo bloco: “Não me considero polêmico, me considero uma pessoa que tem independência”, estando, portanto, livre dos acordos e negociatas que marcam o campo político de forma negativa. Quanto aos valores morais, aos 1:37, decreta: “Realmente é o fim da família, vamos botar um ponto final do que resta da família no nosso país”. Aos 5:17 do segundo bloco, faz uso de um silogismo hipotético, usa premissas que podem ser falsas: “Eu entendo que as más companhias corrompem os bons costumes. Um garoto nosso, se começa a andar com quem pratica o mal, ele vai ser um mau elemento”. A todo instante Bolsonaro ratifica a ideia de que os valores morais predominam em seu discurso.

Segurança Pública é tema que ele busca com frequência. Aos 0:27, declara: “Vagabundo executado não torna a delinquir. Então a solução é a pena de morte (...) Temos que ter no Brasil a pena de morte, o trabalho forçado e prisões perpétuas”. Aos 9:43 do segundo bloco, volta ao tema: “O ser humano só tem respeito pelo que ele teme (...) O dia que tiver pena de morte no Brasil, a vagabundagem não vai agir com essa desenvoltura toda, matando a torto e a direito” (“Mas nos Estados Unidos tem e continuam matando”, responde a apresentadora).

É na questão da homossexualidade que ele mais se atém. Na fala inicial, ele aponta sua missão: “Não vou admitir que o comportamento de uma minoria, anormal, seja um padrão a ser seguido por toda sociedade”. Prossegue, em 1:03, usando seu estilo de humor para tratar causas mais sérias: “A adoção de crianças por casais homossexuais é um absurdo. Como pode a criança crescer e ver em casa o pai andar de calcinha e a mãe de cueca?”. A emissora fez a sua parte, insistindo em polemizar nas tarjas: ‘Daqui a pouco: deputado polêmico é a favor de ‘bater’ (grifo deles) para educar’; ou no quinto bloco: ‘Deputado apoia castigo corporal para mudar a sexualidade de filho *gayzinho*’ ou ‘Polêmica: deputado é a favor de castigo físico para educar crianças’. Luciana tenta que todos tenham direito à fala, mas por vezes o caos impera.

Mais uma vez Bolsonaro trabalho com discurso de intolerância (“Eu não vou admitir”) e reforça a ideia do ‘nós contra eles’, chamando atenção para um comportamento liberal, usando da ‘tática de inversão’ que Felinto (2023) definiu como a atribuição ao inimigo de que ele está em maior quantidade, pensamento dele tornando-se hegemônico, e conclamando que é importante uma reação por parte do resto da sociedade. Valores no centro do debate político.

Bolsonaro sugere, aos 0:17, ter a solução deste *problema*: “Tem que mostrar que ele tem que ser homem. E se preciso for, palmada, couro tem tudo para resolver essa questão”. Mantém a ideia em 4:48 do segundo bloco: “Se o filho começa a ficar assim meio *gayzinho*, leva um couro e muda o comportamento dele (...) Um couro pode redirecioná-lo para ser um homem no futuro”, acredita. Volta ao tema no quinto bloco. Em 6:25, diz: “O que eu não posso admitir é passeatas Orgulho Gay.... quem é que está com filho na barriga e diz: ‘Se ele for *gay*, vai ser o orgulho da família’? É brincadeira!”, indigna-se. Pouco antes, em 5:41, já havia dado ares de *cruzada contra a homossexualidade*: “Eles perderam a vergonha de divulgar, como se fosse uma campanha política, a homossexualidade como exemplo de comportamento para todos nós no Brasil”. Luciana apimenta: “E se o senhor fosse assim? Ia se esconder no armário?”. E ele: “Ô, Luciana, eu não raciocino com essa hipótese” (e abre sorriso).

Buscou maior aceitação, usando frases de efeito. No quarto bloco, aos 0:19, declarou: “Quando eu era mais jovem, solteiro, falava: quanto mais *gay* melhor, sobra mais mulher”. Luciana põe a mão na cabeça, lamentando: “Bem machista, isso, hein?”. E ele: “A sociedade

brasileira é machista, Luciana, ninguém vai negar isso aí”. Não obteve, mais uma vez, aprovação do auditório, predominantemente feminino, como na maioria dos programas de entretenimento analisados aqui. Ficou claro que, naquela noite, suas ideias não eram (ainda) naturalizadas por esse extrato da população. A sequência de observações sobre a participação dele neste tipo de programas mostrará um progressivo aumento na tolerância ao discurso dele.

4.3 Programa do Ratinho⁵⁹

Emissora: SBT	Data de exibição: 13/12/2010
Data(s) de análise(s): 17-19/10/2023	Tempo do programa: 27:57

O terceiro programa analisado é o *Programa do Ratinho*, apelido do apresentador Carlos Massa, que começou apresentando um programa policial na TV na década de 1990. Hoje é proprietário de diversos veículos de comunicação no Paraná e seu sucesso catapultou o filho na política – Ratinho Júnior é governador reeleito do estado. *Programa do Ratinho* é uma mistura de música, jogos, mensagens comerciais durante a exibição (*merchandising*) e participação do auditório (majoritariamente composto por mulheres). Para quem vai assistir pela primeira vez, a impressão é de que o programa é muito barulhento – utiliza, como nos programas de rádio, muitos recursos sonoros (barulho de moedas, som de ambulância etc.), bem como função fática (‘Eta!’, ‘Uau’) ou locuções no estilo jornalismo esportivo (‘Ratinho!’, e em seguida um eco).

O formato do programa, naquela noite, foi levemente modificado. Normalmente Ratinho anda por toda a extensão do palco durante o programa. Ficou sentado o tempo todo, apenas mediando o debate entre seus dois convidados. Abriu o programa dizendo “Nós estamos hoje aqui com Jair Bolsonaro, que é deputado federal, super polêmico”, talvez reforçando a ideia em voga na época. Ou o conceito que o próprio Bolsonaro quisese passar. Piaia & Nunes (2022, p. 95) definem que “[f]oi no fim de 2010, todavia, que o deputado fez um movimento inesperado: para denunciar o que denominava ‘kit gay’, passou a ser presença constante na mídia, o que incluía não só programas jornalísticos, mas principalmente atrações de entretenimento”. Talvez o melhor exemplo dessa guinada do capitão seja o *Programa do Ratinho* deste dia, pois ele versou apenas sobre o tema da homofobia. Havia um vídeo que estava sendo debatido para ser distribuído nas escolas públicas (kit ‘Brasil sem Homofobia’, do

⁵⁹ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=sW_ZQAwlhmk e <https://www.youtube.com/watch?v=0s9GIzNHcwg>. Primeiro acesso em 17 out. 2023

Governo Federal). Bolsonaro recebeu muitas vaias, o discurso dele encontrou resistência na plateia – mas ele estava tentando impor a sua pauta.

No terceiro programa analisado, já se identifica alguns comportamentos padrão dele. A roupa se repete (paletó & gravata), bem como a autoconfiança que passa. Gesticula bastante (na TV isso não é visto de forma positiva), não apresenta propostas ou debate futuro, preferindo fazer discurso emocional, priorizando valores morais.

Agressivo, por vezes interrompeu o outro entrevistado (Toni Reis, presidente da ABGLT, Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos), desqualificando-o, como em 10:23: “Nós não queremos que nossos filhos tenham o comportamento como o do cidadão aqui do lado” (apontando para Toni). Fez em diversas oportunidades uma representação de cruzada, ‘nós contra eles’. Aos 9:58, ameaçou: “Nós não vamos permitir que esse material, chamado de didático, chegue na escola no ano que vem”. Reforça em 10:43 ideia de governo para alguns, não para todos: “E nós somos a maioria, e legislamos para a maioria. E a minoria tem que se submeter a nós”.

O discurso dialoga com o fascismo. E nada republicano, ao propor uma cisão da população de uma determinada localidade. Appadurai (2009) traz o conceito de identidade predatória, que parece ser combustão para a guerra ‘nós contra eles’:

Defino como ‘predatórias’ aquelas identidades cuja mobilização e construção social requerem a extinção de outras categorias sociais próximas, definidas como ameaças à própria existência de algum grupo, definido como “nós”. (...) A violência ocasional pode ou não ser parte dessas histórias, mas algum grau de identificação contrastante está sempre envolvido. (...) Identidades predatórias quase sempre são identidades majoritárias. Isto é, elas se baseiam em reivindicações sobre, e a favor de, uma maioria ameaçada (...) [I]dentidades predatórias surgem naquelas circunstâncias em que majorias e minorias possivelmente podem ser vistas como estando em perigo de trocar de lugar. (Appadurai, 2009, p. 46)

Houve momentos em que Bolsonaro conseguiu apoio do público. Aos 10:06, mostrou articulação política: “Estamos movimentando o Congresso já, para convocar o ministro da Educação pra publicamente (começam aplausos⁶⁰) ele vir explicar esse vídeo, que estava sendo feito na moita!”. Mas quanto à questão da homossexualidade, que dominou o programa, sua rudeza não encontrou eco entre as mulheres no auditório. Como em 8:13: “Eles querem com esse vídeo combater a homofobia, mas na verdade, Ratinho, estão estimulando o homossexualismo (dedo em riste, olha de frente pra câmera), a pederastia e a falta de pouca

⁶⁰ O deputado foi vaiado seguidas vezes no programa da noite de 13/12/2010. Mas nesse momento o público aplaudiu efusivamente. Pode ter sido pelo tom forte e ameaçador com que Bolsonaro se referiu ao secretário do MEC, André Lázaro, aliás ex-professor da UERJ. Mas pode ter sido também porque a produção de programas ‘ao vivo’ ou ‘de auditório’ por vezes coloca uma pessoa com uma cartolina (chamada de dália, no jargão televisivo) com pedidos ao público. Uma dália levantada com os dizeres “Aplausos” pode ser uma explicação para o sucesso repentino do deputado no programa.

vergonha na escola” (plateia vaia e discorda). Ou em 0:57: “Podemos um *gayzinho*, botá-lo na linha, com todo respeito (auditório, na sua maioria constituído por mulheres, vaia) Se o Toni tivesse apanhado, acho que não seria o que é hoje não”. Ou ainda em 2:25 do segundo bloco: interrompe a fala de Toni Reis, contesta os números e provoca: “Professor que tenha recebido o vídeo, ligue pra cá”. Toni Reis vira para Bolsonaro e diz: “Meu amigo, por que você distorce?”. Auditório aplaude e grita.

A guerra pela informação correta permeou o programa. Em 8:42, o político fala com convicção: “Eles tiveram a capacidade de ir a 11 capitais brasileiras e fazer a pesquisa em escolas do primeiro grau escondida dos pais” – Toni Reis interrompe e fala: “Mentira deputado, o senhor está faltando com a verdade” (público aplaude a intervenção). Pouco antes, aos 7:58, Bolsonaro se dirige ao apresentador e diz: “Ratinho, é uma pouca vergonha distribuir esse vídeo em escolas públicas do 1º grau, como está documentado por mim aqui. São 190 mil escolas públicas⁶¹”. A maior disputa na construção do discurso ficou mesmo com quem seria o público-alvo: o representante de uma ONG disse aos 10:53: “Aqui está o kit. Esse vídeo é para alunos do segundo grau, a partir de 15 anos” (fala isso enquanto entrega uma bolsa com o kit para o apresentador). Bolsonaro não se deu por vencido. Em 5:55, afirmou: “Esse vídeo, dizem que vão apresentar *pras* escolas de Ensino Fundamental”. E vaticinou, em 10:19: “É uma porta aberta pra pedofilia a exibição desse vídeo nas escolas”.

O apresentador, por sua vez, tentou mostrar isenção, como em 1:23: “Quero conversar com Toni Reis, que é meu conhecido há muito tempo. O Bolsonaro, meu conhecido há muito tempo também”. Ratinho não tomava partido, mas parecia gostar quando o clima entre os entrevistados *esquentava*, o que poderia representar um maior índice de audiência. Houve um momento, entretanto, em que Ratinho tomou partido, em 12:46: “Toni, eu não quero defender aqui o deputado. Mas toda discussão que se tem sobre *gays*, se fala a mesma coisa: ‘Ah, o cara está falando isso porque ele é *gay*’”. O primeiro dos dois blocos (14 minutos e 15 segundos; o segundo teve 13:42. Tempo total de 27:57), buscou dar espaço para argumentação aos dois entrevistados. Entretanto, o material produzido antecipadamente era favorável ao político. Em 1:56, Ratinho diz: “Nossa produção conseguiu um vídeo que o MEC quer passar para crianças de 7 anos”. A tarja que o SBT coloca é ‘Vídeo do MEC contra homofobia’. Durante a apresentação (2:07 a 5:28), a inscrição: ‘Exclusivo’. Pouco depois, a tarja: ‘Deputado denuncia que MEC vai distribuir kit *gay* em escolas do 1º grau’. Outra legenda na tela: ‘No Programa do

⁶¹ Pesquisa realizada em 17 out. 2023 em <https://inepdata.inep.gov.br/> mostra que tínhamos na data 165.251 escolas. Ou caiu acintosamente nestes 13 anos (entre o programa do Ratinho e 2023) o número de escolas públicas no país ou o deputado apresentou números superfaturados

Ratinho, em Horário Nobre Nacional, o Deputado Federal Jair Bolsonaro (PP-RJ) debate c/ líder de Grupo Gay, o Plano Nacional de Educação proposto pelo Governo Lula / Dilma’.

O programa propõe uma enquete aos 6:25: ‘Você acha que seu filho deve assistir esse vídeo? 1 – SIM ou 2 – NÃO. Ligue agora 031 41 8401 0410’. Ratinha muda a pergunta: “Você acha que o MEC precisa passar esse vídeo na escola?”. A escolha popular é anunciada aos 11:08 do segundo bloco: “Já podemos falar? Resultado da enquete: 25% disseram que sim, 75% (fala com ênfase) disseram que não”.

O segundo bloco abre com uma entrevista (gravada) com a psicóloga Suzi Camacho (apresentadora de outra atração do SBT, vide 4.10), que rechaçou o vídeo do governo. Finalizou dizendo “Ele desviou para outras questões que não são as fundamentais”, disse, sob aplausos da plateia. Depois de breve debate entre as partes, um trecho em que o então secretário do MEC André Lázaro afirma: “Ficamos três meses discutindo se mantínhamos ou tirávamos o beijo lésbico do vídeo”. Ratinho berra: “Parou parou! Agora é comigo (câmera faz movimento de close no apresentador) Esquece meu amigo deputado, esquece meu amigo Toni Reis... secretário, nós ficamos pagando ao senhor (com ênfase) e o seu time, *pra* vocês ficarem três meses (faz sinal com os dedos indicando o algarismo) discutindo um beijo lésbico?” (som de terror ao fundo, enquanto o auditório aplaude Ratinho). Já emenda com um vídeo (tudo muito rápido, sem reflexão) em que a produção do programa ouviu mães, alunos e alunas na cantina de uma escola paulistana, após o vídeo do MEC ser exibido para eles. O repórter perguntava se o vídeo devia ser passado para crianças de 7 anos, embora no programa o presidente da ONG tenha dito que o vídeo seria acessível para alunos do Ensino Médio – mais velhos, portanto.

Ratinho chama Bolsonaro para as considerações finais. O político diz então (12:51 do segundo bloco): “Nós temos que romper essa progressão *gay*. O mundo virou *gay* na ótica deles, nós temos que impedir isso daí (recebe vaias da plateia). Pessoal do 2º grau não vai nem dar bola pra isso. Eles querem é plantar lá embaixo, na raiz, na garotada de 7, 8, 9 anos”, enquanto o outro entrevistado discorda da informação, o público vaia e o apresentador sai do quadro e diz que o tempo acabou e vai fazer uma ação de *merchandising*. O show não pode parar.

O sentido de Guerra Cultural está posto quando Bolsonaro define ‘na ótica deles’. Mais uma vez ele convida o público a se posicionar (como fizera com PM e bandidos, agora com homossexuais e heterossexuais). Não necessariamente que é uma discussão política – mas ele insiste em dar centralidade a este tema. Ou, recorrendo novamente ao antropólogo indiano,

[U]ma vez que quase todas as ideias de nação e povo baseiam-se em alguma ideia de singularidade ou pureza étnica e a supressão das lembranças de pluralidade, as minorias étnicas borram os limites de um povoamento nacional. Essa incerteza (...) pode se traduzir numa falta de tolerância de todo tipo. (Appadurai, 2009, p. 41)

4.4 Programa CQC (Custe o que Custar)⁶²

Emissora: Band	Data de exibição: 28/3/2011
Data(s) de análise(s): 20/10/2023	Tempo do programa: 4:33

O programa *Custe o que Custar (CQC)* utiliza muita sátira e humor, tornando-se um híbrido na fronteira Jornalismo (porque traz matérias em seu conteúdo) e entretenimento. Piaia & Nunes (2022, p. 91) explicam que, no final do século XX, um novo ambiente midiático derreteria a divisão entre notícia e entretenimento “Do ponto de vista dos enquadramentos midiáticos, a principal consequência desse processo é a disseminação do formato *infotainment* – que no Brasil teve o *CQC* como maior expoente”. O programa é composto de muitos quadros, como exibição de vídeos que mais repercutiram na semana, reportagens e humor. Assim como o *Programa do Ratinho*, faz muito uso de recursos sonoros para *dinamizar* o *CQC*. Na bancada, Marcelo Tas é ladeado pelo jornalista Rafinha Bastos e o ator Marco Luque.

Aqui foi analisado o quadro *Povo quer saber*, entrevista pingue-pongue com o capitão. Apesar do tempo curto – menos de cinco minutos – tem material interessante, e de temas variados, uma vez que se caracteriza por perguntas rápidas e respostas editadas para serem curtas também. As perguntas foram feitas por pessoas anônimas na rua (conhecido no Jornalismo como *povo-fala*⁶³) – exceção para a última, feita pela cantora Preta Gil. Pela primeira vez ele não estava de terno (só uma camisa social), numa sala em que aparenta estar sozinho e assistindo as perguntas via *laptop* antes de respondê-las. Parado na sala, ele gesticula menos, não se inflama, talvez por conta de as respostas serem curtas, não mais que 15 segundos.

Antes de começar o quadro, Tas *prepara* o telespectador: “É agora, gente, segure-se. Segure-se. O programa hoje tá muito pesado. Jair Bolsonaro (fala enfática) vem aí”. Em 0:27, diz: “Ele é contra tudo, e quer resolver os problemas do Brasil a bala” para em seguida emendar (0:33): “Vocês vão ver, o deputado federal mais polêmico do Brasil... ele é do PP do Rio de Janeiro, Partido Progressista”. Vira-se para Marco Luque e pergunta, em 0:12: “Quem é Jair Bolsonaro, você que sabe tudo?” E o comediante: “Faço a menor ideia (risos) Eu sei Jair Rodrigues...”. O político ainda patina na visibilidade. Antes de passar para as perguntas, Tas insiste, em 0:49: “As pessoas podem fazer qualquer pergunta pra ele, o cara é *esquentadão*”.

⁶² Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=Z4CoY_82LAQ. Acesso em 20 out. 2023

⁶³ Tipo de enquete, utilizada principalmente no telejornalismo ou radiojornalismo, no qual o repórter faz uma pergunta sobre determinado assunto para várias pessoas, geralmente sem identificação dos entrevistados (Rabaça & Barbosa, 2002, p.583)

As perguntas e respostas foram agrupadas por tema. O primeiro é Forças Armadas, com o qual ele foi inicialmente identificado. Questionado em 1:02 se possui um guru na política, não titubeia: “Me espelho (*sic*) nos militares, que foram presidentes do nosso país”. Um homem provoca, perguntando se ele está com saudades de Lula, em 1:22 “De jeito nenhum, né? Tenho saudade de pessoa séria, como Médici, Geisel, Figueiredo”. Mais um ataque ao PT, desta vez em 1:07, ao ser perguntado sobre o que acha da (então) presidenta Dilma: “Pelo passado dela.... sequestros, roubos... Por mim não seria jamais presidente da República”.

Embora em programas pretéritos Bolsonaro tivesse atacado o governo e nominado o PT em suas críticas, essa é a primeira menção à presidenta Dilma Rousseff. Em seu primeiro ano no cargo, ela já começa a sofrer campanha adversa sistemática – aqui, alimentando o discurso anticomunista recheado de inverdades e imprecisões.

Uma pessoa pergunta do que ele tem mais saudade do tempo da ditadura civil-empresário-militar (em 1:30), e é a oportunidade para ele ratificar seus valores morais: “Do respeito, da família, da segurança, da ordem pública” (enumera com os dedos). Em 2:36, alguém indaga o que faria “se pegasse o filho fumando *unzinho*”. Ele rechaça: “Daria uma porrada nele, pode ter certeza disso”.

Bolsonaro está à vontade, sorri em algumas perguntas provocativas, prepara a resposta, passa autoconfiança e firmeza na fala. Questionado se o Brasil devia ter bomba atômica, põe um pouco de agressividade na fala (em 1:49): “Só é respeitado quem tem o poder de intimidar. Se o Irã pode, segundo o Lula, né, até poderíamos marchar para isso”, ameaça. Ao fundo, batida de tambor, como num desfile militar. O programa mistura muita sonoplastia com declarações.

O tema da homossexualidade é o que as pessoas mais relacionam ao capitão. É inquirido (2:44) sobre o que faria se tivesse um filho *gay*: “Isso nem passa pela minha cabeça, se tiver uma boa educação. Se tiver um pai presente (aponta para o próprio peito), então não corro esse risco”, acredita. Em seguida (3:13) se participaria de um desfile *gay* (ao fundo, a música *YMCA*, do grupo Village People): “Eu não iria porque eu não participo de promover os maus costumes. Até porque acredito em Deus, tenho uma família... e a família deve ser preservada a qualquer custos (*sic*), senão uma nação simplesmente ruirá”, diz, em tom religioso. A estratégia se repete: ‘nós contra eles’. Família acredita em Deus e é religiosa, *gays* são libertinos e com costumes *estranhos* ao resto da sociedade. Um quê de Goebbels, mentira repetida vezes torna-se verdade.

Ele responde também sobre questões de raça: “Por que o senhor é contra as cotas raciais?”, é a pergunta em 3:26: “Porque todos nós somos iguais perante a lei. Eu não entraria num avião pilotado por um cotista, nem aceitaria ser operado por um médico cotista”. Em 3:44, Preta Gil questiona: o que faria se o seu filho se apaixonasse por uma negra? E ele: “Ô Preta,

não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja. Nem corro esse risco, meus filhos foram muito bem-educados, e não viveram em ambientes como, lamentavelmente, é o teu”.

Na volta do quadro, Rafinha contesta uma das respostas do capitão, em 4:01: “Ele falou que o filho dele não vai ser *gay* porque ele é um pai presente... ele acha que funciona como? Se o pai chegar tarde o filho dá o rabo? Não é assim não” (plateia gargalha). Marco Luque, o outro humorista na bancada, encerra, aos 4:23: “Eu acho que a mulher dele não misturou o Gardenal na janta direito”. O humorista Marcelo Tas, conhecido jornalista, fez uma avaliação precisa do que de mais relevante o povo-fala trouxera. Demonstrou certa leniência ao capitão: “Caraca, ó... eu prefiro acreditar que o Bolsonaro não entendeu a pergunta da nossa querida Preta Gil”. A resposta do político vai trazer muitas consequências, conforme a análise de programas futuros indicará: será taxado de racista, sofrerá ações na Justiça, usará muitos programas para se defender do que posteriormente considerou ser ‘um mal-entendido’ – mas ganhará divulgação.

Nascimento et al. (2018) identificou consequências imediatas na cobertura de imprensa:

Em 2011 ocorreram 91 matérias com algum tipo de pauta política sobre o deputado Jair Bolsonaro (...) 78 ocorrências de pautas codificadas com críticas aos direitos humanos (...) Esse grande número de reportagens ocorreu por dois motivos. O primeiro deles foi por conta das declarações do deputado ao participar do programa humorístico de televisão ‘Custe o que Custar – CQC’ da TV Bandeirantes, em 28 de março de 2011. No mês de abril de 2011 foram publicadas matérias sobre o assunto que ocuparam páginas inteiras com entrevistas e reações de personalidades e políticos. (Nascimento et al., 2018, p. 157)

Longe de representar um fiasco para ele, o caso serviu para demarcar posições (idem, 2018, p. 160): “[Q]uanto maior o avanço da agenda política dos direitos humanos, mais notícias surgem com as repercussões das declarações contrárias a esta mesma agenda”. Bolsonaro ainda ganhou protagonismo neste tema (idem, 2018, p. 168): “Por fim, foi possível detectar coerências no discurso que o deputado expressa em repetidas tomadas de posição que, por sua vez, acarretavam manchetes, colunas, entrevistas, cartas de leitores etc.”.

4.5 Programa CQC (Custe o que Custar)⁶⁴

Emissora: Band	Data de exibição: 4/4/2011
Data(s) de análise(s): 18/11/2023	Tempo do programa: 13:44

O programa foi ao ar na semana seguinte ao *CQC* do item anterior. Marcelo Tas resumiu: “A entrevista da semana passada foi além de um programa de humor. Ela provocou um debate nacional sobre racismo, preconceito, violência”. Rendeu matérias em vários jornais

⁶⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=DBEGrNVy4i4>. Acesso em 18 nov. 2023

(*Folha de São Paulo, O Globo, Jornal da Câmara*), TVs (*da Câmara, Band, Rede Gazeta*). Dois repórteres saíram de São Paulo, onde o programa é gravado: Rafael Cortez veio ao Rio de Janeiro (“Estamos aqui na sua cidade natal, deputado”, tempo em que ainda se confundia que ele foi eleito pelo Rio, mas não é carioca, é nascido em São Paulo) conversar com o presidente da OAB, Wadih Damous, repercutindo as declarações dadas; enquanto Danilo Gentili foi a Brasília conversar com o próprio Jair Bolsonaro (em 5:02, Gentili indaga antes de entrar na Câmara: “Ele é maluco? Ele é polêmico?”).

Em termos jornalísticos, o programa fez uma suíte, continuar divulgando um assunto que deu audiência naquele veículo de comunicação. Em termos da análise aqui proposta, pouco acrescenta, uma vez que as principais falas foram tiradas do programa anterior. Ainda assim, há pontos a se destacar no programa.

Em 3:12, Bolsonaro tenta se redimir dos comentários sobre a cantora Preta Gil, em entrevista ao *Jornal da Noite* (Band): “Tava crente que a pergunta da Preta Gil era como eu reagiria caso um filho tivesse um relacionamento com um gay”, esquiva-se. Em 10:18, ele dá nova versão: “A resposta que eu dei não se encaixa na pergunta. Ou eu não entendi, ou vocês, já que foi uma bateria de perguntas, na hora de editar...”. Danilo discorda com suavidade: “Deputado, a Preta Gil só tinha uma pergunta” (gargalhadas ao fundo enquanto Bolsonaro tenta se explicar mais uma vez). Posteriormente (11:16), Bolsonaro mostra uma foto de um homem negro com roupa de formatura e diz: “Querida que você dissêsse (*sic*) se ele é negro”. Ao confirmar que sim, Danilo Gentili ouve: “Então, a minha esposa é irmã dele, ele é meu cunhado. Como é que eu posso ser racista?”, simplifica.

Na entrevista, piadas de duplo sentido e mau gosto de ambas as partes (“Eu não agasalho essas propostas do PT”; “E um croquete?”, pergunta o humorista; Bolsonaro, rápido: “O croquete eu deixo para o *CQC*”), mostrando já alguma intimidade com o veículo TV. Ao fim da entrevista em Brasília, o programa volta para o estúdio, e é nesse momento (12:09) que Marcelo Tas sai em defesa do político: “Tem gente que acha que resolve essa situação cassando o deputado. A gente não pode se esquecer que ele representa uma série de pessoas, que inclusive não assumem as coisas que ele falou”. Mas, talvez para mostrar uma certa isenção em relação a Bolsonaro, nem só de proteção é feita a narrativa sobre o capitão: Tas mostra uma foto abraçado com uma moça que veste uma camisa com a inscrição *American University*: “O nome dela é Luiza, ela é minha filha (...), é gay e eu tenho muito orgulho de ser pai da Luiza. Tá certo, deputado?”. Marcelo Tas é ovacionado pela plateia do *CQC*.

4.6 Programa Superpop⁶⁵

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 7/4/2011
Data(s) de análise(s): 17, 21 e 22/11/2023	Tempo do programa: 1:15:05

No comando do programa estava a cantora de axé Gilmelândia, pois Luciana Gimenez encontrava-se em licença-maternidade. A soteropolitana recebeu o capitão elogiando: “Nossa, como o senhor é bonito, olhos azuis...”. Durante o programa, mostrou-se preocupada em que o político não fosse atacado – por várias vezes dizia “Gente, vamos ouvir o deputado”. Em 57:50, quase suplicou: “Eu não quero jamais que o senhor fique nervoso”.

O primeiro bloco abre com um vídeo mostrando o capitão sendo truculento com uma mulher não identificada (possivelmente jornalista) na Câmara dos Deputados em Brasília. No meio da tela, três tarjas em vermelho piscam com a mesma palavra: ‘Racismo’ seguida de ‘Ou liberdade de expressão?’. Os outros convidados são apresentados antes de ser exibido um vídeo sobre Bolsonaro – na verdade, o mesmo que *Superpop* apresentou em 30/11/2010 (vide 4.2). Naquela noite, dividiriam o palco com ele o ator (e atual vereador pelo PL em São Paulo) Thammy Miranda, os pastores da Igreja Cristã Contemporânea Fábio Inácio e Marco Gladstone, a empresária trans Maitê Schneider e a cantora Dona Kelly.

Superpop exhibe outro vídeo, com trechos da entrevista dele ao *CQC* (vide 4.4), que foi ao ar só 10 dias antes e ainda causava repercussão – embora com créditos escondendo o programa de emissora rival (‘Imagens de Internet’). No vídeo, os temas cotas para negros e questões de gênero. Em 2:34, a narração em *off*: “Mas o deputado se esqueceu de um detalhe: os negros têm se destacado cada vez mais em diversas áreas”, enquanto mostra imagens de Pelé e Michael Jordan. Em 2:42 é narrado: “Os Estados Unidos elegeram Barack Obama, o primeiro presidente negro do país. Na novela *Insensato Coração*, da Rede Globo, o galã é um negro: Lázaro Ramos”. A tarja logo no início do *Superpop* (0:16: ‘Daqui a pouco: deputado Jair Bolsonaro revela tudo sobre suposto ato racista’) sinalizava que o assunto mais importante seria o racismo – entre os convidados, dois afrodescendentes, uma cantora e um pastor.

Uma dúvida é levantada: que motivos levariam um programa que se caracteriza por temáticas mais leves, como beleza e moda, tratar de um assunto como racismo? O que outros veículos poderiam estar veiculando sobre o tema que motivasse o *Superpop*?

Falcão (2023, p. 56) nos traz o conceito de retroalimentação da imprensa pela imprensa:

Conforme Maxwell McCombs (2009), em seu clássico *Teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*, a própria mídia gera interesse da mídia e se retroalimenta, criando um conjunto de

⁶⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9JAYXudKaNI>. Primeiro acesso em 21 out. 2023

interações e influência de vários veículos de comunicação entre si, um fenômeno identificado por ele como ‘agendamento intermídia’ (MCCOMBS, 2009, p. 155)

Ou, nas palavras do próprio jornalista e professor estadunidense:

Os jornais locais e as estações de televisão observam todos os dias as agendas noticiosas de seus competidores diretos que disputam a atenção local. Veículos locais também observam as agendas propostas por organizações de status superior. Nos Estados Unidos são os casos de principais jornais regionais, a Associated Press, as redes nacionais de televisão, e os jornais de elite de Nova York e Washington. Naturalmente, estes meios de comunicação de maior status também se observam (MCCOMBS, 2009, p. 179).

O *CQC* de 8/3/2011 trouxe uma resposta *atravessada* do capitão à cantora Preta Gil (vide 4.4); na semana seguinte (*CQC* era exibido toda segunda-feira à noite), ele repercute a declaração (vide 4.5, ficou tão somente nesse assunto que foi descartada uma análise mais profunda porque não trazia novidade relevante para a pesquisa). Se é verdade que as empresas jornalísticas se leem, se veem, se ouvem etc., não é de todo irreal imaginar que na terça-feira 9/3/2011 a produção do *Superpop* tenha avaliado: “O caso da Preta Gil rendeu suíte⁶⁶ no *CQC*. Precisamos entrar nessa história”. Até elaborar uma pauta, convidar pessoas, preparar material, verificar lacunas nos próximos programas... quinta-feira 11/3/2011. Só resta tecer hipóteses. Será que foi a assessoria de Bolsonaro que procurou caminhos para oferecer a versão dele? Será que o *Superpop* observou a movimentação do *CQC*? Será que a própria sucessão de fatos e repercussões impôs a pauta ao *Superpop*? Impossível definir.

Gilmelândia teve cuidado ao convidá-lo para o palco, em 5:45: “Vamos chamar o Bolsonaro? Quero aplausos, afinal ele é um ser humano, deputado eleito”. Bolsonaro entrou com um papel na mão e prometeu (6:47), “uma novidade, que eu vou divulgar hoje aqui, a gente vai pulverizar qualquer questão no tocante ao racismo”. Não divulgou nada com poder de *pulverizar* – quando muito, conversas na Câmara para votação de legislação sobre o assunto.

Só que entre os convidados havia um casal de pastores e duas trans. Para fugir da acusação de racismo, o capitão alegou não ter ‘escutado direito’ a pergunta da cantora no referido programa, e pensou tratar-se da opinião dele sobre um filho dele namorar um *gay*. Em 10:44, Bolsonaro falou: “Eu não fui entrevistado como está sendo agora, botaram um *laptop* em frente da minha mesa. Não dava para dizer que não tinha entendido a pergunta. Aceitei o desafio, até porque a espontaneidade na pergunta é importante para uma mídia sensacionalista

⁶⁶ Na definição de Rabaça & Barbosa (2002, p. 699): “Termo derivado do francês, designa continuação, sequência. Ato ou efeito de desdobrar uma notícia já publicada anteriormente pelo próprio veículo ou por outro órgão de imprensa. Técnica de dar continuidade a apuração de um fato, (já noticiado) que continue sendo de interesse jornalístico, mediante acréscimo de novos elementos para a publicação de notícias atualizadas”

e para o humorista. Eu sabia do risco”, já demonstrando algum conhecimento da mídia televisiva. Na maior parte do programa, prevaleceu o tema da homossexualidade.

Nos programas anteriores analisados, Bolsonaro debateu questões LGBTQIA+ impondo o seu ponto de vista. Desta vez, encontrou debatedores com boa argumentação, casos do pastor Fábio e da empresária Maitê Schneider – de todos outros convidados, só Thammy não discordou do capitão durante o programa. Ao atacar a adoção por casais *gays*, Bolsonaro ouviu, em 14:58: “Eu sou pastor, casado, homossexual, estamos em processo de adoção. Isso quer dizer que eu não fui educado?”. O capitão retrucou: “Olha, a educação que eu e toda mãe – aqui tá cheio de menina (na plateia) que vai ser mãe um dia – é esperar um menino ou uma menina. Não é normal a gente esperar uma pessoa que vai ser transexual, não é culturalmente aceito”. O líder religioso disse então: “Mas a sua formação teve a questão de três casamentos, por exemplo. Isso é normal? (...) Uma pessoa que falou tanto aqui de família e se casou três vezes. Isso é culturalmente aceito?”.

Bolsonaro diz (em 20:30) que “No meu tempo não havia, percentualmente, tantos homossexuais como tem hoje em dia” sem apresentar dados que comprovassem a hipótese. Fala mal do Governo Federal e do “Kit Brasil Sem Homofobia”, mas Maitê Schneider interrompe: “Não tente enganar, é só para escolas de Ensino Médio”. Em 21:50, ela defende a função do material: “Serve como esclarecimento para que elas (as crianças) possam perceber que o diferente deve ser aceito, deve ser respeitado e não enaltecido, mas também não deve ser escrachado, esculachado da escola...” (interrompida por palmas e apupos do auditório). Bolsonaro tenta ressignificar o termo, em 29:48: “Tá aqui, ó, ‘Para um público infantojuvenil’ (lê). Infante é até 10, juvenil até 15”.

Quando o assunto passa para cotas raciais, ele argumenta (em 59:46) que é prejudicial aos negros: “Sou contra qualquer tipo de cota. O elemento que entra no sistema de cotas está se subvalorizando. Ele *tá* mostrando que é incompetente para os outros. Cota, no meu entender, é crime contra o próprio cotista”, declara.

O programa mostra (em 37:01) uma matéria sobre racismo e adoção de criança: “Roda aí, que forte”, diz a baiana Gilmelândia. ‘De cada 10 casais, oito querem adotar crianças brancas’. O capitão defende, em 40:12 “A tendencia, na adoção, é buscar uma pessoa parecida”. Bolsonaro evoca com constância dados que podem estar próximos da mentira. Não cabe a este trabalho fazer o *fact-checking* das falas do político. Mas não escapa da nossa análise que ele faz uso deliberado desse artifício, que revela uma certa despreocupação com a verdade dos fatos. Fala com fluidez, aparente naturalidade, Como comparação, a ex-presidenta Dilma Rousseff é considerada de retórica confusa porque gosta(va) em suas falas de trazer detalhes, números.

Talvez o que importe não seja o conteúdo, mas a forma como é dito. Como se fosse subliminarmente dito: “Se parece verdade, poderá ser interpretado como verdade”.

4.7 Programa Casos de Família⁶⁷

Emissora: SBT	Data de exibição: 19/5/2011
Data(s) de análise(s): 15-17/11/2023	Tempo do programa: 16:10

No programa *Casos de Família*, a apresentadora Cristina Rocha costuma levar alguma desavença familiar para as telas, e públicos de casa e do auditório participam da tomada de decisão. Ela permite debate entre os convidados – às vezes, ela mesmo pergunta. Neste dia, Jair Bolsonaro esteve entre os convidados do quadro, que tratava do tema ‘Ex-presidiário merece uma segunda chance?’. Dividindo a cena, um(a) apenado(a) e um familiar, cinco pares, num total de 10 pessoas, em cadeiras (sem braço) enfileiradas no centro do palco; em outro ambiente, duas mulheres, uma delas a nova esposa de um ex-marido de detenta; numa terceira sala, Bolsonaro e um ex-detento, de paletó e gravata como o político.

O vídeo não é oficial, foi encontrado na Internet, e não tem o programa todo, somente o bloco em que houve maior participação do capitão (dividido em duas partes: 14:36 e 1:34, considerações finais). É possível depreender que em blocos anteriores cada uma das duplas tenha descrito sua situação, já que Bolsonaro e Cristina Rocha conheciam as histórias deles.

O programa volta do intervalo com o depoimento de um homem num shopping na capital de São Paulo. Em 0:33, ele declara: “Acho que toda pessoa que cometeu um delito leve tem que ser reinserida no mercado de trabalho”. Aplausos e a seguir é mostrado o palco. Cristina apresentou “uma ex-presidiária, que é a Bel, e o filho Rodrigo, né?”, cinco anos presa por tráfico, como admitiu. Num outro grupo de pessoas, uma mulher (aparentemente, a nova esposa do ex-marido de Bel), que se envolve em bate-boca com Bel. Bolsonaro entra na discussão (sobre ‘quem ama, cuida’) com dedo em riste, dizendo em 2:16: “Quem ama não rouba e não trafica, tá OK?”. Auditório vaia. Não será essa a única vez.

Em 2:23, um jovem entre os 10 dirige-se ao capitão e se confunde na pergunta sobre corrupção parlamentar. Bolsonaro reage (em 2:37): “Você não sabe nem formular pergunta! Já tem deputado preso, vereador que está preso. Você quer que eu faça o quê? Eu respondo pelos meus atos, cara”. O jovem insiste, e Bolsonaro devolve: “Um elemento como você, vem com

⁶⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=PVfb48D9sBE> e <https://www.youtube.com/watch?v=awkOP8lvrwo>. Primeiro acesso em 15 nov. 2023

uma arma na rua, pronto pra apontar o gatilho... vai dar palavra? A segunda chance é no inferno pra você”, dispara, um pouco respondendo à pergunta do debate sobre segunda oportunidade.

O jovem não se dá por vencido: “O senhor tem que ter humildade no coração, coisa que não tem. Quando o senhor tiver humildade, vai parar de ser assim, *chucrão*”, classifica, sob aplausos. A câmera mostra Cristina Rocha acompanhando tudo silenciosa.

Em alguns momentos, é bate-boca mesmo, impossível entender o que cada uma das partes defende. Bolsonaro participa disso com desenvoltura. Faz provocações, como quando Cristina diz, em 6:25: “O Rodrigo (com o que está ouvindo) fica com faísca saindo dos olhos, não é Rodrigo?”, Bolsonaro responde com crueldade: “É só trabalhar, ganhar a vida direito, não fazer o que a mãe dele fez”. Em outros momentos, o político com dedo em riste, grita, agita-se.

A performance dele o transforma no centro das atenções, ainda mais sendo Segurança Pública o tema. É dada a oportunidade a uma jovem da plateia de perguntar. Olhando firme para Bolsonaro, ela indaga, olho no olho: “Se fosse o seu filho, você ia visitar ou ia deixar ele mofando na cadeia?”. Auditório aplaude, ele precisa esperar o fim das palmas para responder: “Olha, um filho meu cometendo um crime hediondo, tráfico etc., ia mofar na cadeia”. Plateia protesta, mas ele continua (4:14): “Ele não tem por que errar, é Educação, não só na escola, é família, é Deus, é religião.... isso é que é educação, tudo isso”.

Bolsonaro parece saber que os valores morais alicerçam aquelas pessoas. Talvez por isso seja tão insistente em basear sua argumentação nessa escala de valores, trazendo o tema da religião. Não há proposta de leis (o que caberia a um integrante do Legislativo) ou de ideias (o que se espera de um líder). Vai buscar se destacar com a reflexão por uma mudança de atitude.

Volta ao tema da Segurança Pública em 10:16: “A violência no nosso país é uma coisa que está batendo em nossas portas a todo momento”. Usa da intolerância como solução: “Temos que criar mecanismos para inibir o crime. Nós não podemos ter progressão de pena, indulto de Natal, Dia do Trabalho, de não sei o quê. O cara tem que cumprir sua pena, pronto”, ensina.

Dominando o debate, ele debocha (em 4:20): “Pessoas que não deram a devida educação para os seus filhos, abandonaram seus filhos, e foram conhecer na cadeia. Agora são heróis, exemplos para a sociedade”, sorri. Na plateia, rebuliço. Cristina diz (9:23): “Qual seu nome e para quem é a pergunta?”. E o jovem: “Daniel, e quero perguntar para o deputado”. E ela: “Ah, claro, todo mundo quer perguntar *pra* ele. Por que, hein?”. Daniel: “Porque ele é pilantra, desculpe a palavra”. Auditório aplaude. E continua: “Sou mais ganhar cinco reais do que ganhar um dinheiro que não é meu. Você, olha aqui, mãe, irmãos e filhos, a alegria que eles têm. Será que a família dele tem essa alegria (com o dinheiro que ele ganha)?”. Bolsonaro gargalha.

E migra para a pauta de Direitos Humanos, em 4:57: “Eu sou contra política de Direitos Humanos no nosso país, que só defende presidiário, basicamente”, apontando para o grupo de familiares e ex-detentos”. E em 5:22: “A Comissão (de Direitos Humanos) nunca visitou a família da vítima”. Volta a atacar direitos da população carcerária, em 10:44: “Sou contra dinheiro público para *agasalhar* vocês. Auxílio-Reclusão, até 800 reais por dependente, isso é um crime! Tem preso ganhando 4 mil por mês⁶⁸, enquanto a viúva da vítima, com três ou quatro filhos, não ganha nada. É isso que eles querem, mordomia, direitos”, indigna-se. Conforme legislação, o valor máximo do benefício é de um salário-mínimo – portanto, argumento falacioso um preso ganhar R\$ 4 mil por mês. Mas pouco importa se a apresentação de dados sobre os temas seja falsa. O que está em questão é a retórica do ‘nós contra eles’, o questionamento que é passado para este extrato social sobre direitos para (ex-)detentos. Intencionalmente ele deixa uma provocação no ar: por que a Comissão dos Direitos Humanos não visita familiares de vítimas? De novo, como no programa anterior, fala com firmeza e fluidez, mas não se sabe se o que ele fala é verdade. Por que a viúva não tem direito a qualquer auxílio oficial? Mais uma vez, declaração questionável. E o mais forte, endereçado para cada telespectador do *Casos de Família*: ‘você precisa escolher um lado, dos bandidos ou das vítimas’, sugerindo que não há forma de incluir os dois lados num debate, acirrando a cizânia.

De Direitos Humanos ele salta para a questão de homossexualidade, em 5:09: “Hoje em dia, a Comissão de Direitos Humanos está discutindo a aprovação de casamento entre homossexuais, adoção de filhos por pais homossexuais, visita de presos homossexuais. Até isso está sendo tratado em Brasília pela Comissão”, espanta-se. Rocha pergunta se homossexuais não poderiam se casar. Bolsonaro responde (5:36): “Ah, direito a casar, duas bichinhas? Pelo amor de Deus! Casar com aliança, na igreja? Não. Eles que se reúnam em algum lugar, façam o que bem entender”, fazendo gesto com as mãos de desprezo. O auditório vaia. Ele mais uma vez usa do humor para ser contrário à adoção (5:45): “Adotar uma criança, que vai ser um futuro *gay*? Um futuro homossexual aquele filho? Quem é a mãe do casal *gay* que adota uma criança, o bigodudo ou o careca?”. A apresentadora parece não ter entendido a piada (já utilizada em um programa anterior, inclusive): “Como é que é?”. E ele suaviza: “Ora, Cristina, tem uma criança que vai crescer com problemas”, conclui.

⁶⁸ Criado em 1960, o Auxílio-Reclusão é um benefício financeiro mensal, devido aos dependentes do segurado de baixa renda que foi preso. O valor do benefício é pago para os dependentes do segurado detido, e não para o segurado preso (<https://ingraco.adv.br/auxilio-reclusao/>, acesso em 15 nov.2023). O benefício tem o valor máximo fixo de um salário-mínimo. Em janeiro de 2023, o valor do salário-mínimo é de R\$ 1.302. Logo, este é o valor máximo pago aos beneficiários do Auxílio-Reclusão. <https://www.gov.br/inss/pt-br/assuntos/auxilio-reclusao-entenda-como-funciona-esse-beneficio>. Acesso em 15 nov.2023

4.8 Programa Superpop⁶⁹

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 19/5/2011
Data(s) de análise(s): 17/11/2023	Tempo do programa: 13:27 + 14:38 + 15:05 + 3:00 = 46:10

Em Comunicação existe um termo que mede a quantidade de informação de uma mensagem: entropia. Foi cunhado por Claude Shannon em 1948, época de constante diálogo entre Comunicação e as Ciências Matemáticas. Revisando a obra clássica, Pineda (2006, p. 33) discorre que: “a quantidade de informação decresce quando ocorre uma tendência de concentração das probabilidades de ocorrências de certos símbolos, ou seja, que o conjunto apresenta menor diversidade. No limite, quando não houver diversidade no conjunto, a quantidade de informação será nenhuma”.

Tomaremos o termo para definir que alguns dos programas analisados tinham baixa entropia, não agregando novidade para o trabalho. É o caso desta edição de *Superpop*. Na verdade, uma dificuldade extra foi juntar as sete partes gravadas (só quatro foram encontradas).

Luciana Gimenez propôs debate sobre questões de homossexualidade (tema já muito estudado aqui). Seis convidados: Jair Bolsonaro; o cantor Agnaldo Timóteo; uma trans (Luisa Marilac); Robson, pastor evangélico que se diz ex-gay; a jornalista Angélica *Morango* Martins; e Felipeh Campos, jornalista com certa *intimidade*, em vários programas encontrou o deputado.

Antes da entrada dele em cena, os créditos indicavam: ‘Já já Bolsonaro frente a frente com o beijo *gay*, ao vivo’. A tarja muda: ‘Pastor diz que é possível converter a transex mais famosa da *web*’. Num outro estúdio, duas namoradas que dariam o tal ‘beijo *gay* ao vivo’. Muitas atrações, mas o debate mais forte ficou mesmo entre o cantor e a trans Luisa Marilac.

Em 3:48 do terceiro bloco, Felipeh declara: “Bolsonaro, cada vez que você levantar essa bandeira (...) pense em jovens que acabam cometendo suicídio porque não conseguem resolver o problema dentro da família. Acabam sofrendo muito. Pensa também, não só nos seus eleitores, porque eu sei que lá no fundo, lá no fundo (repete) você não é esse homem que apresenta”. O deputado ouve tudo sem esboçar reação. Parece cansado ou desinteressado. Instado a responder, diz apenas (5:03): “Ô Felipe, entrei nessa briga não foi por voto, só tem eleição daqui a três anos. O que eu posso dizer? Eu não posso aceitar o modelo de comportamento de muitos desses grupos homossexuais para a família brasileira”. Em outro bloco, Felipeh de novo (6:47):

⁶⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ud4gOrREQqA>. Acesso em 17 nov. 2023

“Bolsonaro, você andaria de mão dada comigo?”. Bolsonaro gargalha e diz: “Felipe, você só provoca hein?”. E só. O deputado entendeu que não era dia de grande participação.

4.9 Programa Superpop⁷⁰

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 7/7/2011
Data(s) de análise(s): 17-18/11/2023	Tempo do programa: 14:35

Novamente a pesquisa encontrou dificuldades de resgatar a memória da Internet: não foi encontrado o programa inteiro, apenas um trecho dele. Luciana Gimenez convidou, mais uma vez, Bolsonaro, Felipeh Campos e a jornalista Angélica *Morango* Martins, além de uma terceira jornalista (identificada como Rose), para discutir questões relacionadas aos homossexuais. A personagem central era a ex-BBB Ariadna Arantez (tanto que Gimenez foi sentar-se junto à plateia, permitindo Ariadna no centro e dois entrevistadores de cada lado). No início do programa, o GC anunciava: ‘Ariadna, ex-BBB *transex*, revela tudo sobre a mudança de sexo’. Na entrevista com ela, Felipeh provocava, como em 0:47: “E seu padrasto tinha uma personalidade assim como a do Bolsonaro?”, enquanto joga beijinhos para o político.

Aos 2:10, a apresentadora interrompe as perguntas e conversa com dois dos filhos de Bolsonaro (então ainda desconhecidos) presentes ao programa: “Como você se chama?”. E ele: “Eduardo”. Embora estivesse na política desde 2003 (primeiro no PTB e depois PSC), só em 2014 seria eleito deputado federal por São Paulo. Eduardo foi apresentado por um orgulhoso pai: “Ele trabalha na Polícia Federal” (o filho vestia um casaco da corporação). Gimenez pergunta: “Seu pai é um pouco odiado. Como você lida com isso?”. A resposta justifica o ‘filho de peixe, peixinho é’ citado pela apresentadora: “Muito bem. E tudo que ele fala, eu assino embaixo”, respondeu. Carlos Bolsonaro corrobora: “Concordo totalmente com meu pai. A voz dele é a voz da maioria da população brasileira”, sentencia.

O programa continua e Rose pergunta a Ariadna, em 7:57: “Você sofreu algum tipo de sedução ou de abuso por parte de parentes?”. A pergunta não é bem recebida (a *transex* insiste que nasceu trans, não foi um abuso que a *desviou*). Confusão se estabelece, o controle é perdido. Depois de muito bate-boca, Luciana Gimenez (6:30) determina: “Vamos voltar pra Ariadna”, exibindo um vídeo sobre a *transex*. E só, outro programa com baixa entropia. Não houve mais clima para que o político fosse indagado. Mas a confusão ganhou publicidade, e Jair Bolsonaro

⁷⁰ Disponível em <https://www.redetv.uol.com.br/superpop/videos/ultimos-programas/ariadna-e-bolsonaro-falam-sobre-preconceito>. . Primeiro acesso em 17 nov. 2023

foi convidado a estrelar uma campanha de sutiã com Ariadna⁷¹. Não só a mídia tradicional, mas também o mercado publicitário estava atento a Bolsonaro.

4.10 Programa Quem convence ganha mais⁷²

Emissora: SBT	Data de exibição: 9/9/2011
Data(s) de análise(s): 17/11/2023	Tempo do programa: 22:31 + 10:49 = 33:20

Quem convence ganha mais é um programa noturno importado da Venezuela. Sua dinâmica é a seguinte: dois lados de uma questão debatem tentando convencer três jurados: o jornalista Felipeh Campos (em 5:07 ele senta no colo de Bolsonaro e debocha do material levado sobre o kit ‘Brasil sem Homofobia’); a humorista Vida Vlatt; e Elias Matogrosso, que é identificado como apresentador do *Programa Sertanejo* (da regional Ribeirão Preto do SBT). O prêmio não é alto: apenas R\$ 2 mil, e mil para quem perdeu na argumentação. De um lado, Jair Bolsonaro (começa ladeado pelo advogado Wambert di Lorenzo, que se retira no segundo bloco); do outro, um jovem casal homossexual, Denílson (militar) e Gustavo, filho de militar. Um tanto previsível os votos de Campos e Matogrosso, era uma questão de observar as posições políticas da humorista.

O mais relevante é identificar que a pauta foi criada especificamente para Jair Bolsonaro, ao misturar os dois temas que mais o identificavam (defesa dos militares e ataque aos *gays*). Ele começava a colher (em termos de aparição na TV) frutos da *fama* pós-*CQC* com Preta Gil.

A apresentadora (a psicóloga Suzy Camacho) anuncia, em 0:02: “Eu tenho certeza de que você já ouviu falar no nome do Bolsonaro, não é verdade?”. Não se ouve um coro afirmativo vindo da plateia, resposta (se houve) foi tímida. Camacho apresenta seu convidado: “Muita gente tem criticado o jeito de falar de Bolsonaro, dizendo que ele é muito preconceituoso. Mas ele diz: o Brasil é um país com liberdade de expressão. Sua intenção é preservar as tradições morais da família brasileira”. Interessante perceber como ele se apropria da ideia de liberdade para justificar que possa se expressar contrariamente às minorias que se expressam.

A descrição da apresentadora não escondeu sua posição. E pergunta a opinião dele sobre o que falou, em 1:01: “Há muito tempo que eu não emito opinião, eu trago o fato”, expressa de maneira firme. Em 2:22, ele fala: “Estão criando bolsa de estudo para jovem LGBT. Ou seja, estimulando o homossexualismo”. Felipeh Campos intervém: “Ô Bolsonaro, eu te conheço de

⁷¹ <https://exame.com/marketing/bolsonaro-e-convidado-a-posar-ao-lado-de-ex-bbb-ariadna-diz-colunista/>

⁷² Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=6ksUcvi_RJk e <https://www.youtube.com/watch?v=ThgW9jZsTu8>. Acesso em 17 nov. 2023

outros Carnavais....” mas o deputado pede “30 segundos” e impede que o jornalista conclua seu pensamento. Campos então levanta, toma a cartilha da mão do político e diz: “A sua réplica é furada”. Volta para seu lugar de jurado, sendo aplaudido.

Denílson, o militar homossexual provoca, em 3:12: “Eu saí com tenente, sargento, cabo. Muitos me procuraram ali dentro”, desmistificando a ideia de heterossexualidade convicta entre os militares. E acusa o capitão (7:18): “Fica claro a perseguição que esse deputado tem contra os *gays*”. No segundo bloco, Bolsonaro conta a história de um e-mail recebido por ele do pai de uma menina de oito anos de idade de São João de Meriti (RJ), relatando que a professora pediu para ela levar uma cenoura descascada, pois a educadora ia colocar um preservativo no vegetal para mostrar como se pratica sexo seguro. O sertanejo pediu cópia do e-mail, e Bolsonaro levantou-se para entregar um papel.

Camacho tentou animar (“O programa hoje tá pegando fogo”), mas as discussões foram sempre em tom ameno – embora as tarjas (GC) tentassem estimular a cizânia: “Chega de tanto preconceito!” ou “Bolsonaro: eu sou contra o incentivo à homossexualidade”. Ela chama um integrante da plateia (Marcelo, ligado a uma ONG LGBT de Santo André) que diz (em 2:34 do segundo bloco de *Quem convence ganha mais*): “O país tem que agradecer a Bolsonaro, porque ele tirou do armário os racistas, os machistas e os homofóbicos”, olhando de forma enérgica para o político. Marcelo diz que o kit vai ajudar a diminuir a evasão escolar de travestis (“Que são expulsas e jogadas na rua por sua opção”, explica), enquanto a câmera pega um *close* de Bolsonaro, que olha para o homem com desdém e enfado. Em 5:11, Felipeh Campos senta-se no colo de Bolsonaro, que gargalha: “Você não vai me convencer”, diz. Ao final, dois jurados favoráveis ao casal e o placar da plateia: 51% votaram neles, 49% em Bolsonaro.

4.11 Programa Agora é Tarde⁷³

Emissora: Band	Data de exibição: 1/3/2012
Data(s) de análise(s): 25/11/2023 (a partir de análise em 18/8/2019)	Tempo do programa: 22:24 (programa tem 42:21, entrevista foi de 9:37 a 32:01)

Num trabalho acadêmico para uma disciplina no doutorado (Brincadeira Política, em 2019 na UFF), cinco programas de entretenimento foram separados para analisar retórica e comportamento de Bolsonaro. Este com Danilo Gentili foi o primeiro selecionado à época. O

⁷³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aL68_CO5yzs>. Primeiro acesso em: 18 ago. 2019

link obtido em 2019 funcionou melhor: o novo *link* obtido tinha só a entrevista. Assistir todo o *Agora é Tarde* foi melhor para entender as circunstâncias anteriores à conversa com o deputado.

A Band, nos moldes da globalização do audiovisual (vide Endemol exportando *Big Brother* para o planeta), fez com o *Agora é Tarde* o mesmo que com *CQC*: comprou os direitos. Se o *CQC* original era o argentino *Caiga quien caiga*, o novo programa foi criado pela *Quatro Cabezas* que, apesar do nome, é uma produtora holandesa como a Endemol.

A atração estreou em 2011, trazendo à frente Danilo Gentili, que a Band puxou dos quadros do *CQC*, em que era repórter, para comandar. O programa tinha elementos semelhantes a outros *late-night shows*, como *Jô Soares Onze e Meia*: banda de apoio, público no auditório, entrada do apresentador com introdução recheada de comentários humorados sobre questões do cotidiano, piadas e entrevista. Além disso, mantendo uma característica já existente no *CQC*: montagens de vídeos da TV e edições de conteúdo providos da Internet.

Firme na fala, e sem se mexer muito em cena (mostrando certo amadurecimento – ou treinamento – de como se portar na TV), Bolsonaro é crítico sem precisar ser agressivo de forma contundente, como em performances anteriores. Mas no primeiro programa de 2012, ainda uma estratégia do ano anterior: foca sua narrativa apenas em questões de homossexualidade e raça.

Uma nova fase, entretanto: Bolsonaro não é convidado *apenas* para compor um grupo de pessoas para debater assuntos diversos, passa a ser a atração principal do programa: “Nesse momento, Bolsonaro se torna um comentarista eventual dos programas de entretenimento e passa a performar como um *showman* (grifo deles), ganhando experiência com as câmeras e com a comunicação em TV aberta” (Piaia & Nunes, 2022, p. 105).

Jair Bolsonaro já conhecia Gentili dos tempos de repórter do *CQC*. Ainda assim, entrou em cena teso, revelando certo temor: (10:18, “Quero confessar que tive que ter muita coragem pra vir aqui”). Em close, seguidas vezes morde os lábios ou tem risada que aparenta nervosismo. O apresentador logo descontraí o ambiente, em 11:24 (foi sempre cordato com o capitão durante o programa): “Sei que sua agenda é mais lotada que a média dos deputados, porque além de deputado o senhor trabalha como elenco de apoio do *Superpop*. Todo dia que eu ligo (a TV) o senhor *tá lá*” (quatro participações em 2010 e 2011). Bolsonaro confirma (11:36) números encontrados do Quadro 1: “Eu já tive, acho, quatro vezes *lá*”.

Na entrada do capitão, luzes se apagam e acendem, dando ar *triumfal*. A banda de apoio (Ultraje a Rigor) toca acordes da música *I want to break free*⁷⁴, do grupo Queen, num prenúncio de que no debate não faltariam questões sobre homossexualidade. Curiosidade metodológica:

⁷⁴ O trecho correspondente na tradução é: “Eu quero desmunhecar à vontade”

na criação do Quadro Analítico dos Programas, essa passagem foi lembrada, e foram criados os itens ‘3.2.3 Uso de música-tema’ e ‘3.2.4 Iluminação diferenciada no ambiente’. Mas, entre os 20 programas analisados, só este tinha.

Agora é Tarde abre falando sobre a atuação parlamentar. Ele fala da própria experiência, em 12:14: “O Romário vai aprender muito ainda. Eu estou no sexto mandato e costumo dizer que quando a casa (Câmara dos Deputados) está cheia, é porque o Executivo assim o quis, e é *pra* votar algo que é salgado *pra* sociedade”, e complementa, entendendo o papel do *Agora é Tarde*: “Como foi agora essa (taxação) da Previdência Complementar, que não é assunto para o seu programa”. Essa fala remete à Caufield (2008), que aponta uma tendência contemporânea em combinar informação jornalística com entretenimento. A cientista política diz que há um viés positivo nisso, com as consequências de maior interação com as *soft news*, entendendo-se que alguns grupos de pessoas permaneceriam ignorantes em assuntos políticos, se não houvesse esse debate em programas como o de Gentili. Bolsonaro, por sua vez, ao informar está pautando o programa (“Veja se te interessa esse assunto”) e informando (não deixa de passar seus valores políticos, mostrando seu cotidiano em Brasília). E ainda: reafirmando um viés antipolítico para programas de entretenimento. Além disso, deve-se destacar que é discutível em que medida esses programas fazem debate político, ou simplesmente adotam a verdade trazida do entrevistado. Como em 20:41: “E agora a Maria do Rosário tá propondo, através da Secretaria Nacional dos Direitos Humanos, cota para professor homossexual em escola do 1º Grau. Isso tenho documentado, não é papo”. Gentili ouviu e passou para a próxima pergunta.

Em 26:23, Bolsonaro disse sobre adoção por casais não convencionais: “90% desses meninos adotados vão ser homossexuais. E vão ser garotos de programa, com toda certeza”. Indagado de onde tirou essa percentagem, o capitão limitou-se a dizer que era “um palpite”.

Gentili pergunta por propostas (14:14) “Proponho em média meia dúzias (*sic*) por ano, até hoje não consegui aprovar nenhuma”. E afirma (12:59): “Tenho projeto de laqueadura para reduzir o crescimento populacional. Temos três milhões a mais de brasileiros por ano”⁷⁵.

Em 17:01, Gentili diz: “E você e o (deputado) Jean Willys, já tá rolando um *climinha* já? (...) Muita gente começou a desconfiar que o senhor era *enrustido*”. Bolsonaro respondeu (18:15): “O pessoal que não tem argumento vai sempre em cima disso. O pessoal todo do grupo

⁷⁵ Três milhões por ano dariam 30 milhões de brasileiros a mais entre cada censo, realizado a cada 10 anos. Pesquisa no site do IBGE aponta que o Brasil tinha 83 milhões de habitantes em 1970; 119 milhões em 1980 (aumento de 26 milhões); 146 em 1991 (+28 milhões); 169 em 2000 (aumento de 23 milhões) e 190 milhões de brasileiros em 2010 (+21 milhões). Não só nunca tivemos aumento de 30 milhões em 10 anos, como a velocidade de aumento populacional vem diminuindo – e a tendência é continuar caindo, dizem especialistas

LGBT usa isso”, acusa. O capitão trata de reagir rápido à ideia (preconceituosa) que perpassa o senso comum: ‘quem comenta ou tem curiosidade sobre assuntos *gays*, deve ser *gay* também’.

Aproveita a oportunidade para citar o ‘Kit Brasil sem Homofobia’, em 18:41: “Eu fui contra o *kit-gay* nas escolas. Contra a proposta do (Fernando) Haddad, e eu tô lembrando o povo paulistano que ele é o pai do *kit-gay*”. Ele ataca novamente o ministro da Educação em 26:50: “Esse projeto do Haddad é um projeto do PT. Só se consegue uma ditadura *pra* valer destruindo a família”. Naquele ano Haddad se candidataria (e ganharia a eleição) a prefeito de São Paulo. Talvez o discurso do capitão ainda não estivesse naturalizado. Ainda assim, ele revela a estratégia de uso de argumento *ad hominem* (“Se vem do PT, só pode ser ruim”). É relevante pensar que em março de 2012 – portanto, antes das Jornadas de 2013 – Bolsonaro já tomara a decisão de apostar no desgaste da legenda PT, quando seu partido (ainda) era aliado.

Para encerrar, um diálogo (em 21:29) que fez tanto sucesso nas redes que ganhou até ares de celebridade. Gentili é direto, os dois travam o seguinte diálogo:

- _ O que muita gente acha é que você não consegue chegar perto de *gay*. Você tem amigo *gay*?
- _ Ah, eu tô perto de você agora

Gentili e o auditório caem na risada. Depois, o político pergunta:

- _ Quer dar beijinho? (oferecendo o rosto. Gentili beija o deputado na bochecha, que exulta)
- _ Saiu do armário!

4.12 Programa CQC (Custe o que Custar)⁷⁶

Emissora: Band	Data de exibição: 23/3/2012
Data(s) de análise(s): 17 e 26/11/2023	Tempo do programa: 7:22

No quadro *Sem Saída*, do programa *CQC*, o que se destaca é a variedade de assuntos sobre os quais Bolsonaro conversa em curto período: ditadura civil-empresário-militar, corrupção, homossexualidade, família e até zoofilia. No formato de entrevista rápida – e que na edição recheia os depoimentos com efeitos sonoros, diálogo entre formato televisivo e Internet – o repórter Rafa Cortez anuncia que vai conversar com “o deputado federal mais polêmico do Brasil” – do outro lado, um ressabiado Bolsonaro: “Tô meio preocupado, mas vamos lá”.

Sentado numa mesa, o político tinha a camisa dobrada até o antebraço, para permitir que fosse colocado um polígrafo, espécie de detector de mentiras, equipamento que a partir da medição de alguns elementos (batimento cardíaco e respiratório, aumento de pressão ou de transpiração) determina se as afirmações de alguém são verdadeiras. Ao seu lado, o repórter e um profissional responsável para operar o aparelho – Bolsonaro tratou logo de desqualificá-lo,

⁷⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=aSJsXIkVtq8>. Acesso em 26 nov. 2023

brincando: “Ih, tenho *carecofobia*, não gostei”. O aparelho não identificou alteração relevante do capitão. Talvez a intenção tenha sido, de forma bem-humorada, botar em xeque Bolsonaro, ver ‘se mente numa entrevista’. O jogo não provocou danos – nem credibilidade.

Na versão 2012, Bolsonaro é firme nas respostas sem ser grosseiro como outrora, lida melhor com o corpo na TV (nada de agitações, tirando o enquadramento correto), embora ainda monotemático. Não traz propostas ou medidas, mas não economiza nas críticas ao PT.

Em 1:43, com trilha sonora ao fundo com a música-tema do filme *A ponte do rio Kwai* (de Kenneth J. Alford), Bolsonaro afirmou que apoiaria a ditadura civil-empresário-militar se fosse instalada novamente: “Nos moldes de (19)64 sim, e acho que foi excelente para o Brasil” (ruído de disco arranhando). E continua: “Até porque, que ditadura foi aquela em que nenhum tiro foi dado, não tinha *paredão*, o povo tinha liberdade de ir e vir?”.

Bem à vontade, fugia de perguntas com longas risadas, repertório da sua *performance* que seria utilizado em outras oportunidades. Indagado sobre corrupção, afirmou, em 3:08: “Tive propostas de entrar no *Mensalão*, e tive proposta do atual governo, do PT: me dariam a superintendência do aeroporto Santos Dumont, no Rio, desde que eu votasse com o governo”.

Na questão sobre racismo (“Se pudesse escolher, preferia ter um vizinho branco a um negro?”), o capitão pula para outra área: “Tanto faz *pra* mim. Não queria ter (um vizinho) homossexual”, diz, enquanto ao fundo toca *YMCA*, da banda *Village People*. É perceptível que ele resolve adotar uma postura mais cuidadosa com o tema racismo – talvez, fruto do indesejado destaque (para ele) que foi dado às declarações dele sobre Preta Gil num *CQC* anterior.

4.13 Programa Superpop⁷⁷

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 16/4/2012
Data(s) de análise(s): 18/11/2023	Tempo do programa: 2:57

Outra oportunidade em que a pesquisa não encontrou todo o material. Aqui, o *site* oficial da Rede TV! traz parcos três minutos da fala do deputado. O *Superpop*, quando convidava Jair Bolsonaro, tratava de questões que dialogavam com a homossexualidade – talvez verificassem que o estilo dele para este tema gerava audiência, uma das possíveis razões para tantas visitas. Esta edição, até pela exiguidade do tempo, não teve entropia suficiente para ser incorporada ao grupo de análise em profundidade. Um morno debate se estabeleceu a partir de um projeto,

⁷⁷ Disponível em <http://www.redetv.uol.com.br/videos/superpop/bolsonaro-fala-sobre-a-legalizacao-da-prostituicao>. Acesso em 18 nov. 2023

combatido pelo deputado. A tarja no *site* tenta inflar: “Jair Bolsonaro não concorda com a lei para legalização da prostituição, pois teme que alguns bairros virem prostíbulos”. Não vingou.

4.14 Programa Mulheres⁷⁸

Emissora: TV Gazeta	Data de exibição: 24/5/2013
Data(s) de análise(s): 18, 26 e 28/11/2023	Tempo do programa: 55:01

Esse tipo de programa era, provavelmente, tudo o que Bolsonaro queria em 2013. Apresentar-se ao grande público, fazer comentários sobre temas dos mais diversos, sem nenhuma interrupção. A radialista Cátia Fonseca mostrou-se talvez a mais leniente entrevistadora no período analisado. Ao comentar sobre o general Médici, ela declarou: “Dizem que ele era meio ditador”, uma frase que à luz do Jornalismo, da Linguística e da História é repleta de críticas. Em nome do que entendeu como liberdade de expressão, deixou que ele usasse todo espaço para propagar suas ideias. Cátia ganhou de parte da imprensa especializada em celebridades o apelido de *Rainha do Merchandising*, por ser muito procurada pelas marcas – já teve 23 empresas anunciando simultaneamente em um dos seus programas.

O quadro *Quebrando a Louça* tem um formato muito semelhante a um do programa *Raul Gil*, que indaga ao entrevistado para quem ele tiraria o chapéu. Num estilo que remete a um costume grego⁷⁹, a brincadeira é ver quem o entrevistado não gosta – neste caso, joga no chão e quebra o prato com a figura da pessoa estampada. Lá, 10 chapéus; aqui, 10 pratos. Na tela, o GC, em 0:57: “Para quem Bolsonaro vai quebrar a louça?”.

Bolsonaro já havia saído do modelo ‘polêmico histriônico’ e usava o argumento *ad hominem* (‘Se vem do PT, só pode ser ruim’). Não importa quem estivesse no prato, sempre havia um jeito de fazer a conexão com o partido, reforçando o sentimento anti-PT.

Qual primeiro número, deputado? Oportunidade de mostrar sua origem militar (1:11): “Hoje é o dia da Infantaria, eu sou capitão do Exército, e o número que marca a Infantaria é o sete”. Até se assusta quando vê a cara no meio do prato (Fidel Castro): “Nossa, é o maior ditador vivo que já existiu, lamentavelmente. Seu país é uma prisão, desde que ele assumiu em (19)59 num golpe”, interpreta. E prossegue, em 1:58: “Até a própria Yoany Sánchez, que esteve aqui no Brasil há pouco, foi hostilizada exatamente pela esquerda: PT, PC do B e PSOL”. Defende

⁷⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=DtfGuuWGUdc>. Acesso em 26 nov. 2023

⁷⁹ Uma das possíveis explicações seria o fato de os gregos antigos acreditarem que o barulho afastava os maus espíritos. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/de-onde-vem-o-costume-grego-de-quebrar-pratos/>. Acesso em: 9 dez. 2023

a ditadura civil-empresário-militar no Brasil, em 3:56: “Em (19)64, o povo estava animado, estavam as mulheres nas ruas (...) os militares foram obrigados a assumir o governo (...) Castelo Branco só assumiu dia 15 de abril, depois que ele foi votado pelo Congresso”, fantasia.

Para defender uma pessoa de um dos pratos que ele escolheu (Joaquim Barbosa), atacou o PT, em 6:51: “Ele tem independência. Mas parece que não foi esse o critério para escolhê-lo, foi o critério mais da demagogia, como faz muito bem *o nosso* PT”. Em 8:41, cita o juiz: “Ele disse que entre os parlamentares, um não votou no Mensalão, eu. Virou meu ídolo. Se bem que deu esses dias uma pequena escorregadinha, quando defendeu o casamento *gay*”.

Os projetos sociais ficam na berlinda: em 11:10 “O governo mente (...) Quem recebe o auxílio-emprego é considerado como empregado” – “Ah, é?”, espanta-se Fonseca. “Até porque se trabalhar, perde o Bolsa-Família”, ele continua. Em 12:22 “O governo estimula as mulheres a terem cada vez mais filhos. Nós crescemos quase três milhões de pessoas por ano, quase dois milhões vão ser beneficiados pelo Bolsa-Família (...) Cada filho novo representa trocar uma televisão, uma geladeira, e vai ter mais 70 reais por mês”. A retórica pode ser considerada *anti-pobre*, busca a adesão da classe média-baixa trabalhadora. Tem afinidade com a pregação da Teologia da Prosperidade, em que Deus recompensa materialmente os crentes e pune os desviantes, aquele que é pobre é culpado.

De volta ao PT, a presidenta Dilma não foi poupada. Em 10:46, por exemplo, ele perguntou: “O que fez a presidente? Demagogia. Bolsa-Família, maneira de ganhar voto de pobre, você estimula o elemento a ser pobre”. Em 6:10, diz que Dilma “ainda cria a Comissão da Verdade, onde ela indica seu grupo para nos condenar. Nós não temos voz na tal Comissão”. Em 26:04, declara: “A verdade tortura. O Lobão afirma que Dilma Rousseff não deveria direcionar a Comissão da Verdade, mas estar no banco da Comissão respondendo (...) Gosto dele. Geralmente quando uma pessoa é criticada, é porque está falando a verdade”, deduz, sem apresentar dados que confirmem sua hipótese.

Dilma não foi a única autoridade mencionada. Sobre a secretária Nacional dos Direitos Humanos, Maria do Rosário, em 20:54, falou: “Outra (mulher)? Ish... não sou misógino não, amo minha esposa, minha filha”, explica antes de mostrar o prato com a silhueta dela. Depois, declara: “Ela tem o Plano Nacional de Cidadania LGBT” (por extenso, ‘Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT’) (...) O que não posso admitir com esse Plano é ela querer impor a temática da diversidade sexual para alunos do Ensino

Fundamental”⁸⁰. Continua falando sem ser questionado. Em 22:34, declara: “Ela tá criando cota para professor homossexual” (no Plano, nenhuma vez aparece a palavra ‘cota’)⁸¹. E ainda: “Quem fez o Plano foi a ALGBT. É como se fossemos fazer um Plano Nacional Antidrogas e chamássemos o Comando Vermelho e o senhor Fernandinho Beira-Mar”, compara.

O argumento de Bolsonaro é uma perigosa analogia, equipara homossexualidade e crime. Sob a égide dos valores morais, mistura PT, corrupção, crime e LGBTQIA+. Os efeitos são de difícil dimensão e complexa reconstrução da parte atacada.

Ele reduz a questão de cotas a mérito para passar no vestibular. Sobre questão de raça, diz (19:06): “Nada a ver com racismo”, crê, “mas querem impor agora no Ensino Fundamental a cultura afro-brasileira. Não é o caso isso, nós já somos um povo miscigenado!”.

De pé durante toda a entrevista, não fazia grandes movimentos no corpo. Seu discurso, por outro lado, foi marcado quase sempre pela violência nas palavras, principalmente quando o assunto era Segurança Pública. Em 39:20, diz: “Vai lá no presídio, pega o estuprador e leva para dirigir o carro da sua esposa! Eu acho que não tem recuperação. *Pra* mim, qualquer crime pré-meditado (*sic*) seguido de morte merecia pena de morte”.

Para ele, há muita tolerância (34:46) “Esse governo não cansa de indulto né? De Natal, de Dia da Mamãe... e solta esse bando todo para nos violentar aí fora”. Sai em defesa da PM, em 35:39: “Veja a Polícia Militar do Rio de Janeiro. O acidente, o efeito colateral, é o inocente morrendo. E a culpa sempre recai cai sobre o policial militar”. E analisa a questão, em 48:04: “Quer ver uma coisa? Comunidade e favela. O menor não comete crime lá dentro, lá tem pena de morte. Ele vai no asfalto, onde recebe a cobertura de ONGs, entidades de direitos humanos. (...) Lá dentro não tem estupro, não tem violência, porque tem lei”, idealiza. E se indigna em 49:47: “Eu quero ter direito a ter uma arma! Quanto mais desarma, mais aumenta a violência”.

Mais uma vez, a retórica do ‘nós contra eles’, tratando morte de pobres em operações policiais como ‘efeito colateral’ de uma guerra em que, do outro lado, estão as entidades de direitos humanos. Sem contar que a lógica de ‘mais armas por menos violência’ é belicista e, novamente, sem estudos que comprovem sua veracidade.

Defensor das Forças Armadas, tece elogios ao coronel Ustra e a Médici (33:09): “É meu ídolo. O melhor presidente da República no Brasil. Ampliou o mar territorial de 10 para 200

⁸⁰ O Plano, de 2009, sugere “Programa Nacional do Livro Didático para o Ensino Médio (PNLEM)”. Não há, no documento de 45 páginas, nenhuma menção ao Ensino Fundamental. Disponível em: <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/bitstream/123456789/1006/1/plano1gbr.pdf>, acesso em 28 nov. 2023

⁸¹ A inverdade ficou circulando por muito tempo nas redes – em 2017, o site G1 publicou uma matéria atestando a falácia da proposta. Disponível em <https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/projeto-cria-cota-para-homossexuais-em-concursos-publicos-nao-e-verdade.ghtml>, acesso em 28 nov. 2023

milhas. Se não fosse ele, não estaria o PT aí falando sobre o pré-sal (...) Devemos a ele a aniquilação da guerrilha do Araguaia (...) Era flamenguista, eu sou botafoguense, mas dizem que quando ele entrava no Maracanã todos aplaudiam de pé”⁸².

Na questão dos direitos das minorias, defende atacando (24:59): “Hoje em dia morrem no Brasil 10 mulheres por dia assassinadas pelo marido, companheiro ou namorado. Quantos homossexuais morrem? Menos, muito menos. A maioria morre por ciúmes do companheiro, por estar em zona de prostituição, ou por estar consumindo drogas”, reduz. Termina a exposição dos seus valores morais dizendo, sobre Jean Willys, em 52:42: “Se você não quer ter uma família *normal*, vai ter a tua (família *gay*) mas não ataque a nossa”.

A Guerra Cultural com seu confronto mais radical na lógica bolsonariana: nós, normais, eles pecadores, devassos, Jean Willys como sua mais clara representação no Congresso. Intolerância comparável ao subtítulo de Nagle (*‘kill all normies’*).

Cátia Fonseca encerra o programa declarando, em 54:05: “Queria agradecer demais sua participação (...) Eu acho que as pessoas em casa hoje tiveram a oportunidade de conhecer, entender e – talvez nem todas – concordando com a sua opinião”.

4.15 Programa Morning Show⁸³

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 12/7/2013
Data(s) de análise(s): 18 e 29/11/2023	Tempo do programa: 50:00 (cravados)

Mais um programa em que Bolsonaro se sentiu inteiramente à vontade para falar dos temas pelo tempo que precisasse. O *Morning Show* na Rede TV! foi uma adaptação de um programa de mesmo nome na Rádio Jovem Pan, e contava, nesta ocasião, com o mesmo time egresso do rádio: apresentador Zé Luiz, Thiago Rocha, Micheli Machado, Patrick Maia e Renata del Bianco – na ponta da mesa, o capitão. Dos cinco, Thiago e Renata não perguntaram, Patrick brincou muito, enquanto Zé Luiz e Micheli foram os que mais atuaram.

Parecia um programa de rádio *televisado*, com direito a participação de ouvintes/telespectadores, como uma mulher de Maceió (AL) que ligou, conversou e participou de um jogo. Mas, numa característica de TV, o *Morning Show* foi dos que mais soube usar o artifício: as tarjas na tela mudavam conforme iam variando os assuntos. Alguns exemplos:

⁸² Ia ao Maracanã nesta época. Em pelo menos duas ocasiões, com presença do militar. Lembro de um aniversário do Flamengo (15 de novembro), Flamengo x Grêmio, e o general gaúcho confessou torcer pelos dois times. Nunca vi essa homenagem no estádio, nem nas arquibancadas e muito menos na geral

⁸³ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=2X_OPGg_CQY. Primeiro acesso em 18 nov. 2023

‘Bolsonaro responde as perguntas (*sic*) do povo nas ruas’, em 5:33; aos 6:29, ‘Bolsonaro lança o seu próprio kit cura *gay*’; ‘Bolsonaro comenta as manifestações sindicais pelo Brasil’ (15:55); em 30:51, ‘Jogo da pescaria com Jair Bolsonaro’; e, em 41:02, ‘Bolsonaro nega ser racista’.

Talvez para *localizar* o telespectador, Zé Luiz abriu perguntando: “Vamos começar do começo. Antes da política, o que você fazia?”⁸⁴. E ele (0:55): “Morava no Vale do Ribeira, pescador de ainhã, espécie de *casudo*. Com a presença do Exército na região em (19)70, vi a caçada ao Lamarca, me apaixonei pelo Exército, prestei concurso e segui carreira”. Pouco mais adiante, ele disse: (1:38): “Eu tinha que entrar na Política, dei muita alteração no Exército, por questões salariais. Fiquei 15 dias preso” e solta uma gargalhada.

Bolsonaro tocou no assunto da Amazônia (3:58) – sem interesse dos entrevistadores em aprofundar esse tema: “Temos a Amazônia exuberante, com biodiversidade, reserva de gás, água potável, espaço vazio (aponta para Maia, que o perguntou), cobiçado pelo mundo todo”.

Momento do quadro *O povo quer saber* (povo-fala com nome quase idêntico a *Povo quer Saber*, do *CQC*), em 4:33: “O senhor *tá* sempre bem arrumado, faz pé, faz cabelo. O senhor é metrosssexual?”. Bolsonaro só ri e desconversa. Patrick diz “Você é um homem bonito”, e ele responde, entre risos: “Eu vou te dar um Cura Gay”, tirando do bolso uma garrafinha de aguardente com a figura de um cervo e os dizeres ‘Cura Gay – envelhecida em chifre de viado’.

Ainda no tema da homossexualidade, Bolsonaro declara, em 5:55: “Suponha que eu queira sair do armário, eu procuro um psicólogo pedindo orientação. Sem problema nenhum. Agora, suponha que você queira voltar para o armário. Se você procurar o psicólogo, ele não pode te atender. É isso que diz o projeto de lei que está correndo em Brasília”, alarma. Dizendo não ser contra homossexuais, aponta, em 7:42: “A minha briga é com o material escolar. Não posso admitir (o material) para uma criança de seis anos de idade. Governo *tá* impondo isso agora, portaria publicada semana passada sobre isso, vai tocar políticas afirmativas no tocante ao combate à homofobia e lesbofobia, criar cota para professor no Ensino Fundamental”. E em 41:41: “Você não vai combater a homofobia, até porque praticamente ela não existe em nosso país (...) passar *pra* Ensino Fundamental, isso é brincadeira (...) não podemos admitir isso aí”.

Em outro momento (32:42), quando se refere a Marco Feliciano, Bolsonaro avalia. “No ano passado, com um deputado do PT na presidência da Comissão dos Direitos Humanos, lá só

⁸⁴ É comum o primeiro programa eleitoral do HGPE servir para mostrar ‘quem é fulano’, trazendo a origem do político, primeiros passos etc. Para Bolsonaro, ótimo que tenha esse tipo de pergunta. Num programa analisado com Raul Gil em 2015 para outro trabalho, esse tipo de pergunta também apareceu. Na ocasião, Gil perguntou: “Você ainda é militar?” e “Mas você não é carioca?”.

se discutia assuntos no tocante do ativismo *gay*. O Marco Feliciano mudou completamente isso. Agora se discute o respeito, a família, os Direitos Humanos de fato”.

Hora do quadro da pescaria, e Zé Luiz não tem receio em dizer: “A gente copia mesmo, na *caruda* (cara de pau, no linguajar paulistano). O Raul Gil tem o quadro de tirar o chapéu. O Bolsonaro vai ali pescar e dar a opinião sobre o peixe que ele pegar, OK?”. Depois de Marco Feliciano, o capitão *pesca* Lula, em 34:47: “Virtude dele é ser esperto, não sabe de nada. Levou o país a essa situação de bolsas de caridade, onde você não estimula o homem a estudar, a aprender, a ter uma profissão, a se libertar pelo emprego.⁸⁵ Acostumou grande parte do povo brasileiro à ociosidade via Bolsa-Família, e fez desse pessoal seu curral eleitoral”, analisa. E continua (9:23): “A política de Direitos Humanos atrapalha o Brasil. Tudo que é excesso, atrapalha: democracia demais, liberdade demais”. Nenhuma criticidade dos entrevistadores.

Mostra seus valores políticos (19:47): “O que eu tenho para apresentar para você? É o meu voto. Você sabe se eu presto ou não de acordo com o que eu voto dentro da Câmara. Meu partido é da base do governo, mas eu não voto com o meu partido. E ninguém me importuna no tocante a isso”, garante. Mais críticas ao PT, em 18:47: “O próprio governo, final do governo Lula e início do governo Dilma, mandou um bilhão para Cuba, carimbado como ‘secreto’. Perdoou dívidas de um montão de país lá da África. Olha o dinheiro que ele investiu!”.

Aos 12:07, Zé Luiz exhibe uma matéria sobre manifestações na véspera por todo o Brasil: “Era intenção uma greve geral. Não aconteceu, mas houve movimento em todo o país”, observa. A matéria é exibida e no retorno (13:21), o apresentador mostra a capa da *Folha de São Paulo*: ‘Protestos sindicais afetam país mas tem baixa adesão’. Curioso observar que, àquela altura, as manifestações ainda tinham tanto bandeiras vermelhas quanto do Brasil. Ele então pergunta, em 15:53: “Bolsonaro, como você descreve as manifestações de ontem, Dia Nacional da Luta, e as de duas semanas atrás (referindo-se a Junho de 2013)?”. Atento ao que ocorria no Brasil naquela época, o deputado diz: “Essa de ontem, com todo respeito, é *peleguismo*. Comprado, comprado. A anterior, começou insuflada pelo PT, o MPL (Movimento Passe Livre), que é vinculado ao PT. Eu chamo de Movimento Popular de Libertação. E que depois eles perderam o comando, graças a Deus, e o povo veio às ruas. É bem-vinda, deu uma chacoalhada no Congresso”. O deputado sabia do que estava falando: além da página criada no dia seguinte no *Facebook*, ele criou na mesma época o blog *Ganha Bolsonaro*. A força das redes sociais não era descartada por ele. A atitude – não só dele, mas de diversos atores sociais – muda a relação da Comunicação Política. A Internet ganha centralidade na questão.

⁸⁵ Tenebrosa lembrança: na porta dos campos de concentração nazistas, a inscrição “Arbeit macht frei” (“O trabalho os tornará livres”, tradução nossa)

Bolsonaro tenta (em 16:27), como já fizera em outras ocasiões, lembrar os *bons tempos* do regime: “No período militar, você não via em 1968 alguém com cartaz ‘Quero Educação de qualidade, Quero Saúde, Quero Segurança’, porque tinha!”. O apresentador Zé Luiz interpela: “*Peraí*, Bolsonaro, não se podia fazer nada disso, nós vivíamos uma ditadura militar, quem se manifestasse podia ter problemas”. O capitão responde: “Só uns 300 tinham problemas. Era atirando, sequestrando, roubando, pessoal financiado por Cuba de Fidel Castro”. Tréplica: “Então podemos dizer que o outro lado estava sendo financiado pelos Estados Unidos”. “Graças a Deus, né?”, responde o capitão. Por mais que Bolsonaro se sentisse à vontade para se expressar, o apresentador Zé Luiz era firme sem ser incisivo. Delicadamente discordava, expressando de forma clara sua opinião.

Bolsonaro insiste (17:18): “Quando se fala em golpe, o Castelo Branco assumiu em 15 de abril, votado pelo Congresso” – novamente o apresentador discorda, e o capitão diz: “Tudo bem, vamos voltar aos protestos de hoje”, refuga. A atitude do capitão é vista como inteligente: tentou impor seu ponto de vista (retrógrado) sobre o período em que o Brasil era governado por militares. Ao encontrar resistência, recuou de forma estratégica.

O programa encerra com Bolsonaro sendo convidado a soltar morteiros do lado de fora dos estúdios da emissora, fazendo alusão a um evento semanas antes, em que soltou fogos de artifício em frente a um hotel no Rio de Janeiro para protestar contra o barulho do gerador.⁸⁶ O clima de fanfarronice tem uma desculpa: “Vamos lá, deputado, é tempo de São João”, lembra em tom jocoso uma das integrantes do *Morning Show*.

Um detalhe que não passa despercebido: a brincadeira com morteiros revela que, em 2013, Bolsonaro era seguido de perto pela imprensa. Seus atos midiáticos não podem deixar de ser acompanhados, pelo receio que a concorrência o faça (McCombs, 2009). Para o grande público, talvez ainda não fosse conhecido por toda parte, mas seu comportamento despertava curiosidade jornalística. Sabedor disso, era especialista em provocar eventos que pudessem se transformar em notícia, desde os tempos em que solitário comemorava o 31 de março.

Havia uma transformação na sociedade brasileira, e não tinha como deixar de noticiar. Bolsonaro era o protagonista da bandeira do *politicamente incorreto*, como definem Piaia & Nunes (2022, p. 100): “O ‘politicamente incorreto’, por sua vez, é uma expressão que foi utilizada de maneira crescente na esfera pública brasileira a partir dos anos 2000” – o que remete à Tabela 2, sobre o uso do termo ‘Guerra Cultural’ que experimentou um salto exatamente nesta década (passando de 19 menções para 208 artigos acadêmicos).

⁸⁶ Disponível em <https://www.correiopovo.com.br/esportes/irritado-bolsonaro-solta-fogos-em-frente-ao-hotel-da-it%C3%A1lia-no-rio-1.119443>. Acesso em 30 nov. 2023

Piaia & Nunes continuam a reflexão: “Em suma, essa postura corporifica a demanda por um retorno da liberdade de expressão e da autenticidade sem freios, que teriam sido restringidas por um consenso hegemônico artificial” (2022, p. 100). Em outro trabalho, mas ainda orbitando na mesma temática, Piaia & Nunes (2023, p. 109-110) mostram quem queria confrontar o status do estabelecido: “Para outros, porém, como Danilo Gentili, provavelmente entrevistar Bolsonaro seria uma forma de afrontar o ‘politicamente correto’ e resgatar a autenticidade”.

4.16 Agora é Tarde⁸⁷

Emissora: Band	Data de exibição: 23/7/2013
Data(s) de análise(s): 18/11/2023	Tempo do programa: 9:54

O quadro com o humorista Evandro Santo interpretando Christian Pior (e Bolsonaro bem à vontade) trabalhou com perguntas de duplo sentido por todos os 9:54 de conversa. Humor por humor, não trouxe questões relevantes. Até tentou constranger Bolsonaro, mas o deputado já estava consciente de como agir para fugir de situações embaraçosas neste tipo de programa, e fugia via risada descontrolada. Outro exemplo de programa de baixa entropia.

4.17 Programa Superpop⁸⁸

Emissora: Rede TV!	Data de exibição: 3/2/2014
Data(s) de análise(s): 18/11/2023	Tempo do programa: 13:02

Mais uma vez, Bolsonaro e a dupla de jornalistas Felipeh Campos e Angélica *Morango* Martins debatem as questões sobre homossexualidade. E mais uma vez, dificuldades para encontrar o conteúdo do programa: o link de acesso sinaliza “Parte 2”, mas foi a única acessada.

Em 0:44, Luciana pergunta se Bolsonaro tem algum fetiche sexual. Ele escorrega e puxa Felipeh Campos para responder, que diz singelamente: “Eu estou solteiro, inclusive procurando deputado para casar”. Os demais entrevistadores discutem infidelidade no Big Brother (alguém casada deixou o marido e foi para o confinamento, traindo seu cônjuge). Bolsonaro até se espanta por ser convidado a falar do tema, parecia meio desligado, mas diz (3:49): “Seria o fim do casamento. Acho que a questão da família deve ser preservada a qualquer custo, né?”. É aplaudido pela plateia. Mas pouco depois comete um deslize e diz que ser *gay* é problema da

⁸⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=tp7PDFa2OGI>. Acesso em 18 nov. 2023

⁸⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=WYQNt2CqVT0>. Acesso em 18 nov. 2023

educação recebida: Hora da jornalista se pronunciar, em 4:38: “Eu discordo completamente. Eu não fui educada a ser *gay*, os meus pais são heterossexuais (...)nasci *gay*, não foi uma escolha”. O deputado tenta retrucar, sem sucesso, e ela é aplaudida. Em 6:36, ele começa a se irritar: “Mesmo só um selinho, entre dois homens é agressivo. Nem segurar na mão. Eu não engulo essa, Luciana (sobe o tom de voz) Eu me irrita, é um direito meu. Eu não vou dar pancada num homossexual, mas é direito meu não gostar (...) A sociedade é ofendida, a família é ofendida”.

Mais do mesmo. Pouco entropia, mais um programa não analisado em profundidade.

4.18 Programa do Ratinho⁸⁹

Emissora: SBT	Data de exibição: 6/3/2014
Data(s) de análise(s): 18/8/2019, 18 e 30/11, 1/12/2023	Tempo do programa: 38:01 (em dois blocos, de 26:04 e 11:57)

Outro programa da cepa de 2019 (segundo de cinco programas vistos à época), o *Programa do Ratinho* é o primeiro selecionado exibido em 2014. Aqui, Bolsonaro volta a ter ampla liberdade e aproveita a oportunidade para falar de muitos assuntos. Mas do que leniência, o apresentador tem identidade de opiniões com o político, sendo sua opinião encarada como argumento de autoridade sobre o público do seu programa de auditório.

No quadro *Dois Dedos de Prosa*, o apresentador Ratinho conversa com Jair Bolsonaro sobre o PT, 1964, a Comissão da Verdade e pena de morte, entre outros assuntos. O referido quadro infere um aspecto de mais seriedade, momento mais *jornalístico* do programa, tanto que o apresentador fica sentado, fazendo perguntas, sem grandes interrupções. O próprio Ratinho definiu como se desenvolve a entrevista: “O meu programa é aberto, mas quando falo aberto, é aberto mesmo. Eu não desrespeito convidado, nego quer que eu xingue, mas eu não vou xingar. O Jair Bolsonaro está dando opinião dele sobre o que pensa. Eu estou perguntando algumas perguntas da produção e algumas perguntas minhas, e a maioria de gente que manda através do Twitter. E nós estamos em 2º lugar de audiência no Brasil!” (palmas do auditório).

Programa do Ratinho, como descrito anteriormente (vide item 4.3) é constituído de humor, música, certo caos, com vários auxiliares do apresentador falando, e uso de sonoplastia. O uso de tarjas não é tão efetivo: praticamente manteve o GC de 1:21 (‘Dois dedos de prosa com Jair Bolsonaro’) por toda a entrevista.

⁸⁹ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=T6_0JX19m-k&t=49s e <https://www.youtube.com/watch?v=aIZnfeizXZw>. Primeiro acesso em 18 nov. 2023

O quadro começa com um texto correndo na tela sobre o político. Um locutor narra em *off*, com uma trilha sonora suave ao fundo: “Ele é deputado federal e militar da reserva do Exército Brasileiro. Nasceu no dia 21 março de 1955 na cidade de Campinas. Coursou a Escola Preparatória de Cadetes do Exército e a Academia Militar de Agulhas Negras. É conhecido por ideias nacionalistas e conservadoras. Polêmico e contestado por seus adversários, Jair Bolsonaro vai ter dois dedos de prosa agora com Ratinho”. A câmera se move e mostra uma mesa alta com os dois já sentados. Bolsonaro morde o lábio inferior, parece um tanto nervoso.

A 1:04, Ratinho começa: “A novidade hoje é entrevistar quem é de direita porque sumiram, eles desapareceram (...) Eu vou te chamar de deputado ou Jair?”. Bolsonaro responde: “Jair, capitão, vou ficar orgulhoso. Sou capitão de reserva do Exército. Como tenho orgulho de ser deputado federal, Ratinho”, que pergunta: “Mas você gosta de ser polêmico?”. Em 2:05, ele responde: “Não, eu sou criticado porque eu sou independente, tenho liberdade”

Já começa a entrevista com mira definida: governo Dilma, oposição, PT. Aos 2:07, provoca: “Eles têm medo da verdade, a verdade tortura a esquerda no Brasil (...) Chegamos num momento de inflexão, esse avalanche (*sic*) de mentiras, em especial o que foi o período militar”. Logo depois, em 2:29, lembra (mais uma vez) que “O PT me ofereceu a administração do Aeroporto Santos Dumont. Podia faturar R\$ 200 mil por mês só com a cantina”, ressalta. A 7:23, Bolsonaro é questionado se o país mudou: “Para pior. Temos a maior taxa de emprego do mundo, Ratinho!” (o apresentador torce a cara, incrédulo). E continua: “O governo considera quem recebe Bolsa Família como empregado. É uma maquiagem numérica de 14 milhões de famílias (...) Você não pode dar uma ajuda de fome eterna, virou negócio”. Ratinho então diz (9:43) que não quer falar da Comissão da Verdade “porque o povo nem sabe o que é essa Comissão”. Bolsonaro pede então ‘30 segundos para falar’: “Os militares não têm medo da verdade, nós somos amantes da verdade. Na Comissão da Dilma, todos foram indicados por ela. Eu comparo a um tribunal do júri em que sete traficantes vão julgar o Fernandinho Beira-Mar (Ratinho ri) Vai ser absolvido, *né?*”, indaga. Continua: “Não tem nenhum historiador na Comissão. São sete advogados. Aí eu te pergunto: o advogado tem compromisso com a verdade ou com o cliente que lhe paga? E a Dilma e o PT têm medo da verdade” (auditório aplaude).

Ratinho pergunta (6:17) sobre Dilma punir 150 militares por insubordinação, ao criticar o governo, e ele volta a atacar: “Dilma Rouseff tem que estudar um pouquinho, isso é lei de 1986, do então senador Itamar Franco. Eu sei que ela é meio semianalfabeta, que ela não está na guerrilha, onde bota um fuzil na cabeça do adversário e aperta o gatilho”. Volta a criticar a presidenta, em 19:56: “Você viu a cara da Dilma com o Fidel Castro há duas semanas?” (e faz

uma cara boquiaberta e prostrada). E continua: “É a mesma cara que faz quando vê o papa Francisco. É uma artista! Não tem nenhum amor por democracia”.

Talvez porque a origem do sucesso de Carlos Massa sejam os programas policiais (ou talvez por entendimento prévio entre as partes), boa parte do *Dois Dedos de Prosa* foi dedicado à Segurança Pública. Em 3:46, Ratinho mostra um vídeo da TV Câmara em que o capitão é entrevistado numa roda de jornalistas: “Quando eu falo em pena de morte é porque uma minoria de marginais aterrorizam (*sic*) a maioria de pessoas decentes (...) buscar reduzir a maioria penal, e não defender esses marginais que não são excluídos da sociedade, são vagabundos. Tem que mudar, Direitos Humanos para humanos direitos, e não para vagabundos, que vivem às custas do governo”. Bolsonaro fazia campanha para a presidência da Comissão dos Direitos Humanos. Em 4:21, declara: “Se eu for presidente (da Comissão), sei que vou ter dificuldades (sorri) mas não vai ter besteira como Seminário LGBT infantil, kit *gay*, defesa de presidiários.... Lá é lugar *pro* cara pagar seus pecados, e não *pra* viver em paz e vida boa”. Volta ao programa, Bolsonaro sorridente, auditório todo aplaudindo a entrevista.

Em 4:55, Ratinho diz que uma telespectadora mandou pelo Twitter (@pgm_ratinho): “Você faz muita crítica, mas não aponta soluções”, ao que o capitão retruca: “Olha, Ratinho, no tocante à redução da maioria penal, é botar um freio”. Ratinho fala “Mas o Senado podia votar agora...” e é a vez de Bolsonaro interromper: “Mas dos 11 votos, sete do PT, um do PSOL e um do PCdoB (...) Ou seja, a Dilma Rousseff não quer a redução da maioria penal”, define.

O apresentador mostra (11:01) um vídeo em que Bolsonaro é impedido de visitar o 1º Batalhão do Exército, no Rio de Janeiro. De volta ao programa, dedo em riste, o capitão fala de forma enérgica: “Lá é lugar de historicamente vagabundo apanhar. Tá dado o recado?”. Ratinho gargalha, e pergunta sobre pena de morte: “Sou a favor sim, até para diminuir a população carcerária. A grande parte desses marginais não tem recuperação” (enfático).

Ratinho mostra então um vídeo em que a deputada federal Benedita da Silva (PT-RJ) reclama, em discurso na Câmara, da forma exagerada com que “um jovem que praticava pequenos furtos no Flamengo foi preso por um grupo de justiceiros de moto e preso a uma corrente de bicicleta”⁹⁰. Em outro vídeo, também da TV Câmara, Bolsonaro explode: “Essa mensagem *pra* deputada Benedita da Silva, que já foi governador (*sic*) do Rio de Janeiro, que acabou de defender aqui um menor que é vagabundo e ladrão (...) que adote-o, até para dar um exemplo a mim e a essa casa, de que ela tem um grande coração”. Mantém o ataque: “Inclusive

⁹⁰ Mais detalhes em <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/adolescente-e-espancado-e-presos-no-poste-no-flamengo-no-rio.html>, acesso em 1 dez. 2023

ela mora no Morro Chapéu Mangueira, em terreno invadido do Clube da Aeronáutica. E quando era governadora, não permitia que a Polícia Militar corresse atrás de vagabundo no morro dela”.

O tema da Segurança Pública se mantém. Em 14:36, ele ressalta: “O pessoal defende o menor porque diz que ele não tem consciência do que faz. Por que então ele não rouba na favela? Porque lá ele sabe que tem pena de morte, ele vai *pro* pau. Então ele vai *pro* asfalto”. O apresentador lê então um projeto de lei que apresenta diversos benefícios para o apenado. O capitão faz cara de deboche, e emenda, em 15:56: “O Marco Maia, do PT, criou uma Comissão Especial (...) criando em 25 de junho o Dia do Encarcerado. Lindo, *né?*”. Pouco depois (22:21), cita novamente o projeto: “O governo quer aprovar o Estatuto do Presidiário, onde ele vai ter boa vida. Ratinho, com tudo isso, quem não quer ir *pra* cadeia?”, exagera.

O apresentador fala sobre rebelião em um presídio nordestino. A seguir, mostra um vídeo, em que Bolsonaro fala, em 16:47: “A única coisa boa do Maranhão é o presídio de Pedrinhas É só você não estuprar, não sequestrar, não praticar latrocínio que você não vai *pra* lá, p(*). Tem que dar vida boa *pra* aqueles canalhas? Lá não é escola, é lugar pra pagar pecados. É uma pena que não tenha pena de morte. Eles tem que se f(*) e acabou”. A câmera volta para Ratinho, que está às gargalhadas. O público aplaude a força do discurso. Bolsonaro olha para o apresentador e diz: “Eu vou acabar pegando teu lugar aqui”.

Em 8:24, Bolsonaro fala de controle da natalidade: “Um outro grande problema do Brasil, já que me pedem soluções (mostra um certo desconforto com o tuíte recebido poucos minutos antes) é a (taxa de) natalidade. Nós crescemos por dia oito mil habitantes, por ano três milhões de habitantes, onde nós temos que buscar uma política de planejamento familiar. Tem uma proposta em Brasília nesse sentido”. O apresentador interrompe: “Você quer capar todo mundo?”. Ele nega, sorri, e Ratinho diz: “A gente já volta do intervalo, ele vai responder direitinho sobre esse projeto”.

Na volta, Bolsonaro explica: “Tenho uma proposta de emenda na Constituição para permitir laqueadura e vasectomia. Porque hoje você tem que ter 25 anos e dois filhos. Muita mulher nessa idade já tem meia dúzia de filhos (“É verdade, diz Ratinho”). E a conta cai *pro* Estado, cai *pro* contribuinte pagar lá. Então, você ajudaria o planejamento familiar. O governo faz ao contrário, ao criar a paternidade responsável, o bolsa-carinhoso, que dá direito à mulher de mais 70 reais por cada filho (...) Com esse auxílio ajuda a comprar uma geladeira, um fogão”.

Hora de Ratinho puxar um assunto diletto do político: Cuba. Bolsonaro toma a palavra: “Pelo amor de Deus! Cuba financiava a luta armada no Brasil, e o governo está pagando essa conta. Eles queriam impor uma ditadura do proletariado – ou alguém acredita que Fidel Castro queria impor uma democracia no Brasil? Piada. Só um débil mental para acreditar nisso”. Em

18:19, questiona o programa Mais Médicos: “Até a semana passada, de 10 mil reais que a gente pagava *pra* eles, um ficava com ele e nove *pro* Fidel Castro. Agora passou para três fica com ele e sete manda pra Cuba (...) Nós não temos nenhuma credibilidade no trabalho deles, quando muito fazem um exame mais *acochambrado*”. Volta a criticar o projeto no segundo bloco (4:20), em tom ameaçador: “Olha, o Chávez chegou a ter 1.500 cubanos na sua segurança. Então, a questão de Mais Médicos, toma cuidado, tem muito agente aqui dentro”.

A sabatina prossegue. Ratinho pergunta se ele não tem medo de “Por exemplo, dos *gays* pegar você na rua e dar um cacete”. Bolsonaro responde com tranquilidade: “Olha só, eu não sou preconceituoso, tanto é que eu aceito o voto dos *gays* em outubro agora”. Em 25:02, Ratinho pede a opinião dele sobre cotas raciais: “Negativo. Eu entendo cota para deficiente físico ou índio, *tá*, aí tudo bem. Agora, fala *pra* mim: o que um negro tem de inferior a mim? (...) Nós somos iguais perante a lei, acabou”.

No início do segundo bloco do programa, Ratinho propõe falar da PEC do Trabalho Escravo. Bolsonaro responde (0:06): “A grande mentira, né? Na verdade, a esquerda, os comunistas, nunca aceitaram a propriedade privada (...) O que é na prática o trabalho escravo ou análogo à escravidão? Se a tua empregada doméstica, por exemplo, tiver um quarto com a ventilação inadequada, você perde o apartamento; se o fazendeiro tiver, por exemplo, beliches cujo espessura do colchão seja menor que oito centímetros, ele perde a sua fazenda (...) Se tiver um pé de maconha na fazenda dele também, vai perder a fazenda também. É o fim da propriedade privada. Atenção empresários, fazendeiros, *tá* lá no Senado (...) A democracia se baseia na propriedade privada”. Em 10:52, fala sobre a Petrobras: “Olha o que eu tenho acompanhado é que ela está aí na UTI, assim como a Telebrás também, se São Pedro não ajudar (mandando chuva) – se bem que o pessoal da esquerda diz que não acredita em Deus, são ateus, é difícil São Pedro ajudá-los. A Petrobras, no meu entender, *tá* com a data pra entrar em órbita”

Em 20:19, um internauta provoca: “É difícil para os militares aceitarem a democracia, a ditadura acabou há muito tempo”. Bolsonaro (20:19) levanta o tom de voz: “Que ditadura? A população quando fazia manifestação na rua de (19)64 a (19)85, ela pedia só Diretas Já. Não pediram o fim da corrupção, que praticamente não tinha – não tem nenhum presidente que tenha enriquecido – não pediam pela qualidade do ensino público, porque era de qualidade (...) eles pediam Diretas Já, era isso que o povo queria na rua. Você tinha liberdade de ir e vir aonde quisesse dentro do Brasil”. Ratinho lista então feitos dos militares: ponte Rio-Niterói, Itaipu, e Bolsonaro aproveita a deixa, em 21:35: “Só o Médici fez 15 hidroelétricas (...) saltamos da 49ª para a 8ª economia no mundo – hoje estamos em décimo (faz um bico de desgosto) (...) usina nuclear de Angra, grande avanço nas telecomunicações, portos, aeroportos e estradas rasgadas”.

Ratinho mostra então um panfleto (colorido, dois lados preenchidos), que Bolsonaro afirma distribuir “periodicamente *pra* militares” com realizações dele. E afirma, em 23:13: “Cada parlamentar tem em média (R\$) 15 milhões por ano no orçamento. Eu digo onde boto minhas emendas, os (R\$) 15 milhões por ano e meio não vai para obras de infraestrutura, que fica debaixo da terra e ninguém vê”. O apresentador então lê um trecho do panfleto que diz ser do ex-presidente Geisel: “Se é vontade do povo brasileiro, eu promoverei a abertura política no Brasil. Mas vai chegar um tempo em que o povo sentirá saudade do regime militar (...) esses que lideram o fim do regime não estão visando o bem do povo, mas seus próprios interesses”.

Um dos temas mais presentes no bate-papo foi a sucessão presidencial. Em 6:29, Ratinho provocou: “Mas por que os militares não lançam um candidato à presidência da República, vocês têm medo de quê? “Não, nós não temos medo, não temos partido, estão criando aí um partido militar, espero que dê certo”, disse. O apresentador insistiu: “Mas você seria?”. E ele: “Se o meu partido, PP, me der a legenda, seria sim. Até porque eu faria um grande serviço à nação, sabe por quê? (palmas do auditório) Dificilmente me elegeria, sei que a chance é quase zero, mas teria o poder de aglutinar votos suficientes e pelo menos nós teríamos um segundo turno, porque o PT não pode continuar”. Finalmente, nas considerações finais, o próprio Bolsonaro volta ao assunto: “Peço a Deus que me ilumine para ajudar o Brasil a fugir de um comunismo na ditadura, que é o que se aproxima com esse governo que está aí”.

4.19 Programa Agora é Tarde⁹¹

Emissora: Band	Data de exibição: 8/4/2014
Data(s) de análise(s): 18/11 e 1-2/12/2023	Tempo do programa: 25:30

Esse foi mais um programa em que houve benefícios o pesquisador ter feito um *merge* (aglutinação) das duas listas. Foram encontrados dois diferentes links para acessar o programa, sendo que um deles apresentava o programa inteiro – o que é melhor para entender em que contexto a entrevista foi inserida. Na entrada do apresentador, houve muitas piadas envolvendo o nome do deputado federal Marco Feliciano (na época, PSC-SP) antes de Bolsonaro entrar no palco. Fiel ao colega de Congresso, o capitão iria defender Feliciano depois.

O *Agora é Tarde* mudou de apresentador (antes era Danilo Gentili, que com o sucesso do programa foi chamado para uma outra emissora, o SBT), mas cenário, elenco de apoio, brincadeiras, edições de vídeos (agora quadro batizado de *Passou na TV*), vídeos que viralizam

⁹¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=n2PtDEzPejw>. Primeiro acesso em 18 nov. 2023

na Internet, vestuário um tanto formal do humorista, todos esses aspectos foram mantidos. A banda mudou, agora trazendo à frente André Abujamra. E o estilo do apresentador também: Rafinha Bastos é bem diferente de Gentili, mais incisivo, questionador, deixa Bolsonaro menos à vontade – e relacionar afeição do capitão por comportamento dos *gays* incomoda ele, que não gosta de desafiar o senso comum (o tal ‘quem brinca muito disso, é porque deve ser também’).

Na abertura do programa, Rafinha anuncia que Jair Bolsonaro será o entrevistado do dia, e cita ‘sua última polêmica’: um bate-boca que teve com uma jornalista (Manuela Borges, da RedeTV! de Brasília), chamando-a de ‘idiota’, ‘ignorante’ e ‘analfabeta’, ao ser perguntado, em uma entrevista na Câmara dos Deputados, sobre abusos cometidos pela ditadura. A agressão foi filmada por várias emissoras. O vídeo mostra, em dado momento, ela sem os outros jornalistas, ele falando: “Estou c(*) e andando para você. Já foi na Biblioteca da Câmara? Então é uma analfabeta”, sugerindo que ali estaria escrita não uma, mas “a” verdade dos fatos.

Rafinha diz, em 7:05, que “A gente tem uma entrevista polêmica, pesada, com assuntos muito ácidos, com o deputado Jair Bolsonaro”. O deputado chegou cheio de papéis e com um livro grosso (não usou nada disso durante a entrevista). Entra ovacionado pelo público e antes de sentar-se no sofá, oferece uma garrafinha de aguardente Cura Veado para o apresentador.

Que logo exibiu o vídeo do bate-boca com a jornalista e perguntou: “Para crescer na profissão e para crescer como político – talvez até ser presidente – alguns protocolos a gente tem que seguir. O senhor quebrou um deles essa semana, entrando numa discussão ali com uma repórter. O senhor se sente arrependido?”. E o capitão (14:40): “Negativo. (...) Na terceira vez que eu falei para ela que quem cassou o João Goulart foi o Congresso, no dia 2 de abril de 1964, ela me chamou de mentiroso. Só podia responder dessa maneira, dei uma de João Figueiredo e de Newton Cruz (...) aí depois ela se vitimiza, deu uma de Maria do Rosário”.

São várias características daquele instante político dele que estão refletidos nessa fala. Primeiro, a plateia já o trata como celebridade, a possibilidade de ser presidente da República já é externada; segundo, na campanha do ‘nós contra eles’ a imprensa está *do lado de lá*, deve ser questionada e atacada por ele; terceiro, o estilo agressivo está de volta (e as mexidas na cadeira que demonstram impaciência também), trazer a lembrança de dois militares truculentos (Newton Cruz e o ex-presidente Figueiredo) faz parte do repertório de menções ao período da ditadura civil-empresário-militar; por fim, o desrespeito às mulheres, concentrado na figura da presidenta Dilma Rousseff, mas ampliada para outras mulheres ativas politicamente, como a secretária Nacional dos Direitos Humanos, Maria do Rosário.

1964 é assunto predileto do político naquela noite. Em 17:32, diz: “O que é ditadura? Ditadura é perder o direito de ir e vir. Para essa garotada que está aqui no auditório, perguntem

a seus avós: ninguém era proibido de sair do Brasil”. Pouco depois (18:27): “A tortura é uma arma de guerra, sempre existiu (e dá de ombros). Qualquer vagabundo preso diz que foi torturado, Rafinha”. Quase no fim da entrevista (33:04), o líder da banda, André Abujamra fala: “O senhor falou de PT e 1964. E o meu pai, e Plínio Marcos, que foram torturados?”. Bolsonaro, rápido: “O que o seu pai fez para ser preso?”, ouvindo que ele é “o maior diretor e ator do teatro brasileiro”. Plateia aplaude, Bolsonaro diz, dedo em riste e tom agressivo: “Todos que foram detidos por algumas horas dizem que foram torturados porque vão atrás de indenização”.

Ataca o governo em 21:11: “O ministro da Defesa Celso Amorim. Ele não foi junto com as tropas do Exército para a Favela da Maré porque ela não estava totalmente pacificada, com medo de levar um *tirinho*. O soldado que vai à guerra e tem medo de morrer é um covarde; o comandante que se esquivava num momento difícil como esse é um cagão. Um cagão na frente da Defesa. É um frouxo. E isso você aprende no Exército: o comandante é o espelho da tropa”.

O humorista Rafinha provoca: “Vou te falar do coração. Eu entendo que existe muita gente apoiando as suas ideias e imagina essas pessoas te apoiando, você crescendo e transformando esse país quase que uma Alemanha nazista”. Bolsonaro gargalha e responde, em 21:58: “Completamente errado. Primeiro quem quer transformar nós (*sic*) aqui no comunismo, no regime cubano, é esse atual governo. Você pega 30 milhões de garotos que estão fazendo Ensino Fundamental atualmente, tá certo? Ele (*sic*) recebe um livro de História e Geografia, onde através de gravuras de textos condenam Capitalismo como um diabo, o inferno, e o Socialismo como o paraíso, a solução para todos os problemas”, mistura religião e política.

O humorista diz que a Marcha da Família daquele ano “foi um fiasco”. O político retruca, em 22:15: “Na Marcha da família compareceram 200 pessoas, que sabiam o que estavam fazendo lá. E ninguém recebeu capilé de ninguém para participar. Essas marchas da Maconha, das Vadias, ninguém sabe o que está fazendo”. Momento em que Bolsonaro (22:46) define: “A maconha é a porta para as outras drogas”. E Rafinha: “Deputado, fumei maconha a vida inteira e nunca experimentei nenhuma outra droga (aplausos da plateia). Vou dizer uma coisa: *pra* relaxar, fumei maconha antes de entrevistar o senhor” (Bolsonaro sorri amarelo). Pela primeira vez, Bolsonaro parece estar acuado, não encontra resposta convincente.

Em 24:19, Rafinha pede pra Bolsonaro comentar os ‘cinco tuítes de ódio’ que a produção do programa separou – frases grosseiras atacando o capitão. Em todas elas, a gargalhada é o melhor remédio para escapar da resposta. Por fim, toca o telefone em 27:01. É Dilma Rousseff, aliás Gustavo Mendes interpretando-a. No vídeo, a tarja completa a ideia de que seja Dilma mesmo: ‘Ao vivo do Planalto’. Bolsonaro, já conhecia a sátira (iniciada no *YouTube* e que depois migrou para programas de TV): “Sim, minha *presidanta*?”. A Dilma

interpretada, com vestido vermelho, cabelo curto e brinco enorme, retrato dela mesma com faixa presidencial ao fundo, reclama aos gritos, pede para o político parar de perseguir homossexuais, parar de criticá-la etc. Bolsonaro só gargalha. Rir é mesmo o melhor remédio.

4.20 Programa Pânico na Band⁹²

Emissora: Band	Data de exibição: 27/4/2014
Data(s) de análise(s): 17/11 e 3/12/2023	Tempo do programa: 11:33

Pânico na TV já era um programa conhecido na Rede TV!, para onde foi levado em 2003 a partir de seu sucesso no rádio. Em 2012, passou a ser exibido na Band. O quadro *Poderoso Entrevista* é um dos mais famosos naquele período – na Internet, representa mais da metade das visualizações entre todos os 20 programas aqui analisados.

O quadro apresenta um homem (interpretado pelo ator Eduardo Sterblitch) sentado numa cadeira alta, mesa com livros espalhados, cabelo desgrenhado, um aspecto de certo desleixo, e se autointitulando ‘Poderoso’. Impõe medo pela sua fala grosseira, tom áspero e ar de superioridade. Por todos os efeitos sonoros e visuais, tenta criar um ambiente em que o entrevistado sintasse acuado, algo como Sargentelli e os programas da TV Tupi *O preto no branco* e *Advogado do Diabo* – mas sem a mesma pretensão. Quer mesmo é debochar.

Logo em 0:17, ele dá o tom do programa: “O entrevistado de hoje não é um cara polêmico mais ou menos, é polêmico *pra c*(*). *Vem pra cá*, deputado Jair Bolsonaro”. Efeito em câmera lenta mostra o político andando com calma, receoso até. “Quando entrou para a Política?”, é a pergunta aos 0:27: “Com 33 (anos), entrei como vereador. Aí no meio do mandato disputei uma vaga para deputado federal e, até agora, estou no sexto mandato. Talvez esse ano eu não concorra mais ao sétimo mandato, porque estou tentando junto ao partido uma vaga *pra ver se me indicam à presidência da República* (sorri amarelo). Eu tenho certeza que vou ter seu voto aqui”. Poderoso responde: “Com certeza absoluta, não”. Bolsonaro gargalha.

O apresentador então declara: “Você é um cara esquentado”. O capitão justifica: “Eu fico revoltado com imbecilidades”, ao que ouve: “Mas você não se acha um pouco imbecil também?”. Tambores ao fundo, câmera lenta para mostrar movimento de Bolsonaro virando a cara. Em seguida, ele justifica: “Eu explodo, como todo ser humano (...) e o pessoal bota a partir do momento da ignição para frente”.

⁹² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=vI198HQtiBE>. Primeiro acesso: 18 nov. 2023

A entrevista fala de tortura. Em 1:07, ele diz: “Tem um pessoal aí que diz que foi preso e torturado. Mas ninguém fala o que ele fez até ser preso”. Assunto passa para drogas: e se um filho seu fumasse maconha? Bolsonaro não tem dúvidas, e declara em 1:15: “Se eu pego um moleque meu com más companhias, eu tenho que dar um corretivo nele”.

Hora do debate sobre violência e Segurança Pública. Primeiro, lembrança do massacre no presídio de Carandiru, em 1:48: “Estão condenando os policiais militares que mataram 111 marginais. A covardia é que estão condenando quem era cabo e soldado naquela época. Caso não tivessem morrido, quantos esses vagabundos teriam executado ou sequestrado? Tem que ter pena de morte no Brasil”. E continua: “Tem presídio americano que é proibido dar tiro de advertência. Ou seja: o vagabundo sabe que o direito dele é não ter direito. Aqui, o marginal tem mais direito do que você babaca, trabalhando e pagando imposto”. Bolsonaro então olha de frente para a câmera e diz (3:04): “Imagina um filho teu sendo sequestrado. Aí pega dois vagabundos no orelhão negociando o resgate. Ele é detido e fala: não vou falar nada, eu tenho direito a advogado, não vou dizer onde é o cativoiro’. Então, p(*), tem que se ferrar, tem que se f(*). Quem está sendo torturado é seu filho, e não aquele vagabundo que foi pego no orelhão”

O tema da homossexualidade surge em 4:08: “Eu não vejo um pai e uma mãe, né, almoçando num restaurante qualquer com filho *gay* com o namorado do lado. Então a sociedade não admite isso”. Poderoso interrompe: “A sociedade ou a sua sociedade?”. Após brincadeiras com câmera lenta pegando esboço de reação dele, Bolsonaro define, em 4:40, o que chama de *kit gay*: “É um conjunto de filmetes, de cartazes e de livros. Quer ver uma coisa? O governo proíbe que tenha livro homofóbico. Se tiver ilustração de um homem, uma mulher e uma criança, tem que ter nós dois para mostrar que um casal *gay* homossexual ter uma criança também é normal. Tem projeto do governo que quer retirar da carteira de identidade a filiação”. A tática se repete: fala, fala, fala, nada comprova. O tom da fala presume veracidade.

Preta Gil é tema de pergunta do Poderoso, em 7:32: “Como é que você sabe que o ambiente que ela frequenta é promíscuo?”. E Bolsonaro: “Ah, eu já vi um vídeo dela, ela falou ‘Eu quero chupar agora’ (...) Ela disse num programa que o pai dela é viado, *pô*”. O humorista replica: “Eu preferia muito mais ter um pai como Gilberto Gil do que como você” – e novamente tambores rufam, a câmera lenta mostra a cara desolada de Bolsonaro.

Última pergunta do Poderoso, em 8:46: “Como seria o país governado pelo anti-Cristo? (Bolsonaro gargalha e depois responde): “Para mim seria um sonho”, resume.

4.2.1 Primeiros achados da análise dos programas de auditório

A estratégia de comunicar plataforma política a partir de programas de entretenimento passou por ajustes durante os anos em que Bolsonaro esteve frente às câmeras. É importante destacar que as frases proferidas por ele nos programas se inseriam num contexto de ele buscar um conhecimento junto ao público que o assistia. Natural, portanto, que ele enfrentasse algumas dificuldades nas primeiras experiências.

Numa análise comparativa dentre as 20 exposições, 2010 pode ser marcado como o ano dos novos padrões. Desde as primeiras idas aos programas, Bolsonaro manteve padrão estético (paletó e gravata) e comportamental (gesticulando muito, o que é ruim para TV, porque a movimentação em excesso gera desconforto a quem assiste). Buscava um padrão que passasse autoconfiança, mas não apresentava propostas. Seu discurso priorizava valores morais, uso predominante do elemento emocional (*pathos*). Novidades da TV provocavam estranheza a ele.

A vaia, por exemplo. Ela acompanhou o deputado nas primeiras aparições. É preciso se dizer que as vaias, em programa de entretenimento, são vistas também de uma forma divertida, exótica, dependendo da ocasião (eram até engraçado ver Abelardo ‘Chacrinha’ Barbosa dar uma buzina num calouro enquanto o auditório vaiava a apresentação, por exemplo). A pessoa que apresenta o programa pode comandar o auditório, sugerindo continuar/interromper as vaias – que, neste tipo de programa, não costuma ser longa (a mesma regra se aplica aos aplausos). Por isso, deve-se relativizar a força da vaia neste ambiente – mas não ignorá-la.

No *Superpop* de novembro de 2010 (primeira ida dele, Luciana Gimenez precisou ler o nome num cartão, não sabia, vide seção 4.2) e, uma quinzena após, no *Programa do Ratinho* (vide seção 4.3), o auditório rejeitou as ideias de Bolsonaro (no *Ratinho* foi vaiado em três momentos diferentes). Vão passar alguns meses até ele ser novamente molestado pelo público presente (*Casos de Família*, maio de 2011, vide seção 4.7), mas nesse programa a apresentadora Cristina Rocha exclama em determinado momento: “Ah, claro, todo mundo quer perguntar pra ele. Por que, hein?”. Já é um processo de transformação da imagem dele, e estilo *chucrão*, como disse um entrevistado neste mesmo programa, começava a ser naturalizado – ou, pelo menos, aceito. Dali em diante, foram raras as intervenções negativas por parte do auditório. O que, de alguma forma, sinaliza que o deputado foi tendo sua imagem suavizada, também por expor seu ponto de vista em tantas ocasiões. Talvez por ter feito a leitura de que a população queria que a moral ocupasse o centro da política (na eleição de 2010, o candidato José Serra tentou tratar

o tema do aborto como discussão moral). O fato é que Bolsonaro foi ganhando, com o passar do tempo, uma robustez em seus argumentos que *cacifava* sua liderança.

Outra observação importante que pode ser depreendida dos programas é que o *CQC* de março de 2011 (vide 2.4) foi um ponto de virada na trajetória do deputado. Aproveitando que em 2011 a campanha contra o que ele classificou como *kit gay* estava a todo vapor, a acidental notoriedade após a declaração “Ô Preta, não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja” fez bem para a visibilidade do deputado. Já na apresentação do quadro, Marcelo Tas deixa uma impressão corrente: “Ele é contra tudo, e quer resolver os problemas do Brasil a bala. Vocês vão ver, o deputado federal mais polêmico do Brasil (...) As pessoas podem fazer qualquer pergunta pra ele, o cara é *esquentadão*”⁹³. A forma como o quadro foi editado, com ritmo acelerado, reforça o conceito de que ele tem resposta para tudo.

O crescimento do nome dele não se deu somente nos programas de entretenimento (ele participou em 2011 de outros oito programas após o episódio) mas também na mídia tradicional, como atesta Marcelo Tas (vide 4.5), ao repercutir sete dias depois o episódio: “A entrevista da semana passada foi além de um programa de humor. Ela provocou um debate nacional sobre racismo, preconceito, violência”. Na apresentação do novo *CQC*, exibição de matérias em vários jornais (*Folha de São Paulo*, *O Globo*, *Jornal da Câmara*) bem como em emissoras de televisão (*TV da Câmara*, *Band*, *Rede Gazeta*). O estudo de Nascimento et al. (2018) confirma: se em 2010 Bolsonaro teve apenas uma matéria no *Estado de São Paulo* e nenhuma menção na *Folha de São Paulo*, em 2011, 91 matérias mencionam o nome dele em reportagens. Saía da posição de ‘baixo clero’, ‘exótico deputado’ etc. e passava a ser pauta para quase toda a mídia.

Num período que podemos classificar como ‘entre o episódio do *CQC* com Preta Gil e as manifestações de 2013’, Bolsonaro operou num modelo ‘sendo compreendido’. Um exemplo que mostra isso com clareza é o *Agora é Tarde* em 2012, o 11º da lista (vide 4.11): o deputado é firme na fala, sem se mexer muito em cena. Crítico sem ser agressivo de forma contundente. Não compõe com outros convidados a lista de entrevistados, é a atração única.

A leitura dos relatórios de cada aparição dele na TV permite concluir que no biênio 2013-2014 a notoriedade, afinal, chegou. No *Morning Show* de julho de 2013 (vide seção 4.15), havia interesse em *dissecar* quem era Bolsonaro: “Vamos começar do começo. Antes da política, o que você fazia?” (se o canal pergunta é porque imagina que o povo quer saber); além disso, o programa não o trata como político caricato, mas fonte de referência (“O que o senhor achou das manifestações no mês passado?”). Neste programa, aliás, Bolsonaro mostra uma

⁹³ Trouxe à memória o lamentável assessor de Collor Cláudio Humberto e seu bordão “bateu, levou”

inteligência emocional: tenta impor ponto de vista positivo sobre o período militar – mas ao encontrar resistência do apresentador, recua – talvez um empate técnico estratégico.

No *Programa do Ratinho* de 2014 (vide seção 4.18), o deputado está inteiramente à vontade com um entrevistador que tinha ideias bem parecidas. Em determinado momento, ao se referir a uma unidade prisional, Bolsonaro declara: “Lá é lugar *pro* cara pagar seus pecados, e não *pra* viver em paz e vida boa”. É ovacionado pela plateia.

Outro reflexo do sucesso momentâneo: no *Agora é Tarde* de 2014 (vide seção 4.19), na hora em que o apresentador anuncia o nome do capitão, o público o recebe de forma efusiva, como a uma celebridade. Durante a entrevista, desanca as mulheres (em especial Dilma e Maria do Rosário) ante uma plateia passiva. A situação definitivamente mudou.

Em relação ao ambiente de Guerra Cultural, Jair Bolsonaro passou, em várias aparições, uma dialética de ‘ou isso ou aquilo’, ‘nós ou eles’, ‘você está do lado da polícia ou do bandido?’. Assunto que não pode ser perdido de vista, como alerta Nagle (2017): “As batalhas *online* podem até ser esquecidas, mas modelaram cultura e ideias de uma forma profunda a partir de mínimos e obscuros grupos subculturais que alcançaram divulgação pública nos últimos anos”.

O deputado obteve sucesso em polarizar, fazer com que as pessoas se posicionassem sobre o tema que desenvolvia. Essa dialética é analisada por Dibai (2018):

A realidade brasileira é construída, em Bolsonaro, de uma maneira polarizada, entre o bem e o mal. Assim, os ‘cidadãos de bem’, grupo idealizado e o qual o ator faz questão de pertencer, estão de um lado, e os inimigos, moralmente ameaçadores e socialmente inferiores, estão do outro. Enquanto um grupo é exaltado e referendado, o outro é atacado, desconstruído e demonizado. O sentimento de desprezo e a virulência são mobilizados para crescer a performance de autenticidade e personalismo. Nesse sentido, a estratégia discursiva inclui a construção do duelo, a representação dos lados oponentes e aquilo o que o ator deseja como final da história, que seriam as suas ideias para ‘consertar’ e ‘salvar’ a nação. (Dibai, 2018, p. 146-147)

É uma importante estratégia, ainda mais quando faz inversões, propõe uma nova interpretação, como aponta Cesarino (2019, 543): “Na memética de inversão de acusações, as políticas de identidade – na figura do ‘vitimismo’ do movimento negro, feminista e LGBT ou do ‘privilégio’ da política de cotas – é que apareciam como dividindo a sociedade brasileira e propagando discursos de ódio”. Um exemplo um tanto exagerado, proferido em uma das vezes no *Programa do Ratinho*: “O governo quer aprovar o Estatuto do Presidiário, onde ele vai ter boa vida. Ratinho, com tudo isso, quem não quer ir pra cadeia?”.

RESULTADOS

Inicialmente serão apresentados os resultados decorridos da análise das tabelas criadas para analisar o objeto (e que serão apresentadas a seguir). Posteriormente, outras teorias serão incorporadas para apresentação dos principais achados decorrentes da pesquisa realizada.

O Quadro Analítico dos Programas foi importante ferramenta metodológica para que fosse efetuada análise dos programas de entretenimento que receberam Jair Bolsonaro no período recortado (2010-2014). É amostra representativa, mas algumas categorias definidas não devem ser tabuladas de forma quantitativa, mas observar-se seus fluxos e variações.

Embora o corpus da pesquisa sejam 20 programas com participação do deputado entre 2010 e 2014, as tabelas construídas a partir do Quadro Analítico dos Programas contemplam os 13 programas em que efetivamente o pesquisador fez análise em profundidade (anexos F a R). Embora 7/20 seja um percentual alto de programas não identificados na tabela (35%), a percepção do pesquisador é que não haveria mudança relevante, pois trata-se de aparições não significativas. A tabela 4 serve de referência às subseqüentes, que não apresentarão nome do programa, emissora e data de exibição, mas o número de referência do programa analisado.

Tabela 4 – Programas analisados em profundidade

	Programa	Emissora	Exibição:
1	Manhã Maior	Rede TV!	25/11/2010
2	Superpop	Rede TV!	30/11/2010
3	Ratinho	SBT	13/12/2010
4	CQC	Band	28/03/2011
5	Superpop	Rede TV!	07/04/2011
6	Casos de Família	SBT	19/05/2011
7	Agora é Tarde	Band	01/03/2012
8	CQC	Band	23/03/2012
9	Mulheres	Gazeta	24/05/2013
10	Morning Show	Rede TV!	12/07/2013
11	Ratinho	SBT	06/03/2014
12	Agora é Tarde	Band	08/04/2014
13	Pânico na Band	Band	27/04/2014

Fonte: criação do autor

Tabela 5 – Análise da categoria 1.1: Elementos de Performance

	Timidez	Expressão corporal	Paletó & Gravata?	Confiança	Agressivo?	Deboche	Ameaça	Indignação
1	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
2	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
3	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não
4	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Não
5	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não
6	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
7	Não	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não
8	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não
9	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
10	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim
11	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
12	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
13	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim

Fonte: criação do autor

Somente numa das primeiras aparições Bolsonaro demonstrou alguma timidez frente às câmeras. O jeito firme e confiante (12/13 aparições), agressivo até (10/13), perpassou os programas de forma quase inalterada. Embora tenha corrigido com o passar do tempo sua expressão corporal, tornando-a mais contida (8/13), sua persona impede que aja de uma forma contrita. O que o público parece gostar (e apresentadores estimulam) é quando se agita na telinha – ou como ele mesmo declarou ao Poderoso (tabela 4, programa 13): “Eu explodo, como todo ser humano (...) e o pessoal bota a partir do momento da ignição para frente”.

A indumentária foi ponto constante nas suas aparições (12/13). O combinado paletó & gravata, além de condizer com *dress code* apropriado para sua condição de deputado federal, remonta a um pensamento do senso comum de se respeitar aqueles que estão bem trajados. A formalidade combina com posição social e forma de respeito – sem deixar de mencionar que pastores e outras autoridades religiosas comumente se vestem dessa maneira.

Ameaça (5/13) e indignação (7/13), embora tenham sido encontrados de forma oscilante nos primeiros programas analisados, foram comportamentos mais encontrados a partir de 2013,

quando aparentemente ele começa a entender a si mesmo como um *presidenciável*, e busca na crítica ferrenha ao PT uma forma de diferenciar-se. O deboche (3/13), que exigiria um pouco mais de estilo sutil, não foi encontrado em muitas ocasiões, talvez algo não tão facilmente entendível pelas camadas populares, que demonstravam aprovação com seu estilo. Piaia & Nunes (2018) entendem que: “[a]liando polêmica e audiência, as participações de Bolsonaro foram marcadas pelo tratamento extremado e irreverente de temas políticos, como num espetáculo grotesco, capaz de atrair a atenção do público a partir da mobilização de sentimentos como raiva, perplexidade e – estranhamente – algum tipo de relaxamento e distração”.

Tabela 6 – Análise da categoria 1.2: Atributos Pessoais

	Valores morais	Valores políticos
1	Sim	Sim
2	Sim	Sim
3	Sim	Sim
4	Sim	Não
5	Sim	Sim
6	Sim	Não
7	Sim	Sim
8	Sim	Não
9	Sim	Não
10	Sim	Sim
11	Sim	Sim
12	Não	Não
13	Não	Não

Fonte: criação do autor

Quanto à narrativa bolsonariana, ela é fortemente baseada em valores morais (11 programas dos 13 analisados), mais do que em valores políticos (7/13). Em quase todos os programas de entretenimento, ele tinha preocupação em apresentar-se expressando suas crenças mais do que suas propostas políticas, buscando adesão junto ao público dos programas. Por vezes, Bolsonaro ficava contra o público (daí as vaias, principalmente nos primeiros programas analisados); em outras ocasiões, ele conseguia aplausos ao expor as suas ideias, mas sempre preocupado em tratar dos temas segundo uma questão de valores.

A insistência neste modo de se expor deu resultados. A forma fragmentada e apolítica, intensificando o 'nós contra eles', buscando a leitura semelhante à dele por parte do público foi se consolidando. Porto (2007) alertaria para a imposição de um enquadramento interpretativo:

Quando segmentos de conteúdo da mídia apresentam um único enquadramento interpretativo sobre um tema ou evento político, um número maior de pessoas faz sentido da situação em termos da interpretação dominante que é promovida neste enquadramento (...) os cidadãos formulam 'avaliações subjetivas' não apenas ao acessar informações, mas também ao serem impostos a enquadramentos interpretativos (Porto, 2007, p. 284)

Mais adiante, Porto (*idem*, p. 391) ressalta: “Na dramaturgia política, busca-se ora a comoção e a simpatia do espectador, ora a provocação do furor ético, a indignação moral (...) conduz-se a sua antipatia para os antagonistas da história, inspiram-se-lhes desejos de mudança ou vontade de preservar os valores fundamentais”, precisamente a bandeira do deputado.

Ainda na questão dos valores políticos, o político tratou de se classificar, em várias ocasiões, como 'independente'. Maquiavel (2011, IX apud Wilson Gomes 2004, p. 373) entende que isso é problema de gestão da imagem, que o capitão “pode aspirar que o povo compreenda a ideia de: ‘Aquele que é elevado ao principado com a ajuda dos grandes, mantém-se com mais dificuldades do que o que se torna príncipe com a ajuda do povo’”. No Brasil, tal prática não é inédita: Collor e seus *descamisados* constituíram retórica populista nos anos 1990.

Rydgren (2007 apud Dibai, 2018, p. 144), sobre o mesmo assunto, entende que:

Essa estratégia de se apresentar como um político diferente dos demais também tem sido recorrente na Europa, conforme indica a literatura. Os líderes radicais de direita têm buscado se fortalecer e/ou ascender anunciando suas qualidades morais e seu comportamento político divergente, bem como, simultaneamente, atacando fortemente as pautas que discorda e os adversários, muitas vezes apresentados como imorais, equivocados e/ou corruptos

Quanto ao segundo eixo analítico ('Construção do Discurso'), os assuntos tratados nos programas de entretenimento foram categorizados no subitem 2.1, e serão apresentados a seguir:

Tabela 7 – Análise da categoria 2.1: Temas Levantados

	Bio na política	Forças Armadas	Gênero	Raça	Direitos Humanos	Mulher	Religião	Segurança	Outros
1	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
2	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não

3	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não
4	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não
5	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não
6	Não	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não
7	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
8	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não
9	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
10	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Sim
11	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
12	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
13	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim

Fonte: criação do autor

A tabela 7 é fonte para se depreender algumas observações. Uma leitura na horizontal, portanto dos temas tratados em cada aparição na TV, revela que nas primeiras oportunidades, o deputado tratava de não mais do que três assuntos de cada vez (na média, 2,75 assuntos por programa). Apenas em uma ocasião o deputado deu opinião sobre quatro temas.

A partir de 2013, entretanto, o político passa a versar sobre mais assuntos. Ganhava mais notoriedade, crescia sua visibilidade e utilizava uma estratégia de ampliar sua presença na TV, sendo chamado a comentar vários temas. A estratégia de criar uma página no Facebook no dia seguinte da primeira grande manifestação em junho de 2013 (13/6/2013) o credenciava. Não era mais tratado como um representante do segmento de Segurança Pública e Forças Armadas (como era comum de ser visto nos primeiros mandatos como deputado federal) ou mesmo de criador de polêmicas nas questões de gênero. Tinha representatividade para falar de pautas políticas. Por isso mesmo, a média de tópicos sobre os quais falou nos últimos cinco programas (perfazendo 2013 e 2014) aumentou para 6,4 assuntos/programa.

Se fizermos a leitura dos temas de forma individualizada, teremos valores totalizantes pelos anos recortados na pesquisa (2010 a 2014). Eles demonstram de forma inequívoca o espaço concedido por Bolsonaro a cada um dos temas, conforme a Tabela 8.

Tabela 8: Temas e sua menção nos 13 programas

Nº	Tema	Total de programas em que aparece
1	Dados biográficos ou política antes	5
2	Forças Armadas	6

3	Questões LGBTQIA+	13
4	Raça	5
5	Direitos Humanos	7
6	Mulher	2
7	Religião	4
8	Segurança Pública	7
9	Outros	5

Fonte: criação do autor

Em 2010, Bolsonaro era conhecido pela defesa dos valores das Forças Armadas e Segurança Pública, bastiões que ajudaram a que fosse eleito deputado federal desde 1990. Ele vai retomar esses temas com mais força a partir de 2012-2013, quando vai apresentar uma alternativa ao PT e a administração por ele tão criticada (até porque um partido há mais de 10 anos no poder dificilmente escapa de uma perspectiva de fadiga da marca por alguns setores da população). Com a queda de prestígio do PT, usa frases fortes para debochar do governo, algo descrito por Gomes (2004) como “[P]ensar também na brincadeira, vista como um instrumento de disputa pela opinião pública, uma forma improvisada de depreciar adversários políticos”.

A questão dos Direitos Humanos (7/13) também ganha incremento de menções naquele período. Esse fenômeno foi observado por Piaia & Nunes (2018):

[H]á uma clara mudança de postura por parte dele e dos programas. Aos poucos, o cardápio de polêmicas vai se alargando, incluindo temas como a legalização da prostituição, a repercussão do primeiro beijo gay em novelas, as declarações do deputado sobre a diferença de rendas entre homens e mulheres, suas opiniões sobre o programa Bolsa Família e contendas entre o candidato e outros parlamentares, como Jean Wyllys e Maria do Rosário. Piaia & Nunes (2018)

Mas o dado mais evidente que a Tabela 8 traz é a força do tema homossexualidade, que de questão comportamental foi transformada em questão política. Em todos os programas de auditório analisados desde 2010, Bolsonaro sempre falou desse assunto, é como um espantalho cultural elegido por ele, carro-chefe da sua argumentação. Teve firmeza de manter a rígida posição mesmo quando era vaiado (nos últimos programas, já era respeitado pela sua visão). É de se atentar que, na Ilustração 2, em que Melo & Vaz (2021) tratam das principais discussões no país sobre Guerra Cultural, o debate sobre o kit ‘Brasil sem Homofobia’ fosse um dos três destaques em 2011, e em 2013 o Projeto de Cura Gay também fosse comentado. O político alimenta a intolerância e cria uma grande divisão nacional, ‘nós contra eles’, ‘nós’ sendo as pessoas de bem com valores familiares e crentes a Deus e ‘eles’ os criminosos e homossexuais – e ainda, aqueles que não demonstram estar do lado de ‘nós’, como ativistas, ONGs etc.

Outro dado que a pesquisa aponta é sobre o alcance da mensagem de Bolsonaro, a partir do uso de uma linguagem popular, talvez exótica e distante para alguns – mas eficiente para alcançar o público-alvo identificado. Quando ele declara “Sou favorável a *dar um couro* nele sim, *pra* ele ver se *entra* na linha”, os termos certamente chocam os puristas. Mas são de fácil interpretação pelas camadas populares. Isso nos remete aos estudos de recepção (Hall, 1989, p. 337), “[A] decodificação não é homogênea, de que se pode ler de maneiras diferentes, e é isso que é leitura”. O sociólogo jamaicano construiu uma teoria em que a decodificação de um discurso televisivo poderia ter três posições: a hegemônico-dominante, o código negociado e o código de oposição. E afirma (idem, p. 350): “[A] verdade é que as leituras negociadas são provavelmente o que a maioria de nós faz, na maior parte do tempo”. Quando opta por uma linguagem mais simples e de fácil interpretação, ele busca atingir maior percentual de pessoas.

Ainda sobre a informalidade do vocabulário empregado por Bolsonaro, Amorim (2016, p. 31) aponta que “[a]inda que persista como discurso persuasivo, a definição de retórica atualizou-se, modernizou-se e adaptou-se aos modernos meios de comunicação e a um público de grande dimensão e plural. Isto trouxe mudanças para a área”, citando Condor (2013, p. 265): “Os líderes políticos adotam agora frequentemente um estilo informal e coloquial, como evidenciado em particular no gênero da entrevista política televisiva”⁹⁴.

Tabela 9 – Análise da categoria 2.2: Táticas do Discurso

	Ataque a adversários	Apelo à mudança	Realizações próprias	Apelo pragmático	Frase de efeito	Apresentação de dados
1	Sim	Não	Não	Não	Sim	Não
2	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
3	Não	Não	Não	Não	Não	Não
4	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
5	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
6	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
7	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim
8	Sim	Não	Não	Não	Não	Não

⁹⁴ O texto em língua estrangeira é: “Political leaders now often adopt an informal, conversational style as evidenced in particular in the genre of the televised political interview”

9	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim
10	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
11	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim
12	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
13	Sim	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: criação do autor

Ao analisarmos a tabela 9, fica claro que – pelo menos entre 2010 e 2014 – Bolsonaro não operou na função de proponente. Em praticamente nenhum momento se viu motivado a apresentar propostas – em uma das aparições no *Programa do Ratinho*, uma telespectadora provocou pelo Twitter: “Você faz muita crítica, mas não aponta soluções”. Não faz apelo a mudanças no futuro nem pragmático-racional (0/13 ocorrências anotadas), tampouco mostrava realizações próprias (só uma vez em 13 oportunidades). Era um momento só de ataque, de desconstrução do oponente, trabalhando apenas com o emocional das pessoas (função *pathos*).

Ao discurso com viés de valores, sua retórica era acrescida basicamente de dois pontos centrais: ataques aos programas de governo/ao PT/ou alguns de seus integrantes (o que ocorreu em 10 dos 13 programas assistidos); e apresentação de dados (4/13) – ainda assim, criticáveis⁹⁵. Falando sobre adoção de crianças por casais homossexuais foi confrontado por Danilo Gentili no *Agora é Tarde* sobre a estatística por ele apresentada (“90% desses meninos adotados vão ser homossexuais”). Bolsonaro disse ser “um palpite”.

Ele fazia pouco uso de frases de efeito (3/13), se considerarmos frases de efeito como aquelas com dados fortes. Mas talvez se definido que também seriam incluídas no tópico frases em que, a partir do preconceito, conseguia explicar sua posição (“num casal *gay*, quem é a mãe, a bigoduda ou a careca?”, por exemplo), os números seriam mais generosos. Essa percepção foi identificada já com a pesquisa em curso, e optou-se que a definição inicial fosse mantida⁹⁶.

⁹⁵ Vários exemplos foram tratados neste trabalho. Mas a prática parece ser ininterrupta. Em outro trabalho deste pesquisador, foi analisado o programa Superpop de 13/04/2015. Na ocasião, Bolsonaro declarou: “Existe 17 vezes mais chances de um homossexual ter sangue contaminado do que uma pessoa normal”.

⁹⁶ No capítulo 3: “2.2.5 Uso de Frases de Efeito inclui o uso de frases *lugar-comum*, consagradas ou naturalizadas. Pode ser muito útil quando se busca uma identificação por parte do público (“Esse é dos meus, pensa igual”)

Tabela 10 – Análise da categoria 3.1: Características do Programa

	Apresentador entrevista?	Leniência do Apresentador	Linguagem do Apresentador	Presença de jurados?	Outros Entrevistados?	Plateia no Auditório?	Relação com jurados/conv.	Programa tem música etc.?
1	Sim	Não	Firme	Não	Sim	Sim	Não	Não
2	Sim	Não	Firme	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
3	Sim	Não	Normal	Não	Sim	Sim	Não	Sim
4	Não	Sim	Tolerante	Sim	Não	Não	Deboche	Sim
5	Sim	Sim	Tolerante	Não	Sim	Sim	Não	Não
6	Sim	Sim	Normal	Não	Sim	Sim	Não	Não
7	Sim	Não	Normal	Não	Não	Sim	Não	Sim
8	Sim	Não	Normal	Não	Não	Não	Não	Sim
9	Sim	Sim	Tolerante	Não	Não	Não	Não	Não
10	Sim	Não	Firme	Sim	Não	Não	Sim	Sim
11	Sim	Sim	Normal	Não	Não	Sim	Não	Sim
12	Sim	Não	Normal	Não	Não	Sim	Não	Sim
13	Sim	Não	Firme	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: criação do autor

O item 3 do Quadro Analítico dos Programas trata de questões da própria emissora que convidou o deputado Jair Bolsonaro, incluindo elementos visuais e textuais, adequando-se ao veículo televisão. Algumas questões já foram devidamente tratadas durante este trabalho, como recursos sonoros, tarjas, plateia, iluminação e música-tema. Outros merecem que sejam tecidas algumas considerações. O diretor de TV deve coordenar sua equipe para atentar com emoções captadas – especial atenção com o/a apresentador(a) e entrevistado, como Bolsonaro. Todos os programas buscaram captar momentos interessantes dele, até porque o capitão gesticula muito, mexe-se bastante, tem uma performance intensa (conforme análise anterior).

Dos 13 programas analisados em profundidade, em 12 o(a) apresentador(a) entrevistou Bolsonaro, exceção foi o *CQC*, já que o formato é três humoristas numa bancada analisando entrevistas feitas pela equipe do *CQC* e vídeos coletados da Internet que são exibidos. O resultado foi uma surpresa para este pesquisador, que num trabalho anterior no doutorado observou que em determinado programa o apresentador Raul Gil meramente passava a

responsabilidade das perguntas aos seus jurados. Por isso, na criação do Quadro Analítico, foi pensada nesta opção. Mas não foi o que ocorreu nessa amostragem. Mesmo que a atração tivesse a presença de jurados (o que ocorreu três vezes), o apresentador perguntava também.

A relação entre apresentador(a) e Bolsonaro foi considerada leniente (até protetora, em certos casos) em 5/13 dos programas. Talvez fosse algo protocolar em programas de entretenimento, ‘não fica bem convidar alguém para minha casa e trata-lo mal’ A linguagem para falar com o político foi variada: três desses cinco foram considerados ‘Tolerantes’ a eventuais exageros do deputado, outros dois dirigiram-se a ele de forma considerada ‘Normal’; dos oito quem não foram identificados como lenientes, metade usava de tom firme com o deputado, a outra metade comunicava-se de forma considerada ‘Normal’.

A expressão ‘programa de auditório’ não foi utilizada à toa: oito dos 13 programas contaram com a presença de plateia, bem participativa na maior parte do tempo. Também oito vezes os programas tinham outras atrações (música, vídeos, enquetes etc.), caracterizando que Bolsonaro era, em muitas ocasiões, a atração principal, mas não única.

Quanto a dividir os holofotes com outros entrevistados, em cinco dos seis primeiros programas Bolsonaro era um dos convidados. Nos últimos oito programas de entretenimento analisados, Bolsonaro era o centro das atenções. Piaia & Nunes (2022, p. 106) entendem que ocorreu uma transformação: “[H]á uma mudança no papel de Bolsonaro nos programas: inicia como um polemista exótico, torna-se comentarista habitual e, finalmente, converte-se na atração principal dos programas”.

Tabela 11 – Análise da categoria 3.2: Técnicas de Produção

	Tempo do Programa	Vídeo Introdutório	Uso de Música Tema	Iluminação Diferenciada	Sons (Suspense, Gargalhada etc.)	Movimentação de Câmera	Uso de Tarja na tela (GC)
1	10:30	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim
2	57:52	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim
3	27:57	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim
4	4:33	Não	Não	Não	Sim	Não	Não
5	1:15:05	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim
6	16:10	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
7	22:24	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Não

8	7:22	Não	Não	Não	Sim	Não	Não
9	55:01	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim
10	50:00	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
11	38:01	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim
12	25:30	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
13	11:33	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim

Fonte: criação do autor

A produção de um vídeo sobre Jair Bolsonaro, apresentado pouco antes de o deputado começar a falar, demonstra uma preocupação da emissora (e/ou do programa) de oferecer ao seu público um pouco de informações da próxima atração. A medida que ele vai ganhando mais espaço para falar e ficando conhecido, o uso deste artifício vai sendo descartado. Talvez por isso somente em quatro ocasiões foi preparado um vídeo introdutório sobre o deputado (devesse destacar que em duas ocasiões houve pouco tempo para ele, 4:33 e 7:22, e um vídeo anterior à fala diminuiria ainda mais o tempo dele para debater e se apresentar ao público).

Uso de música tema e Iluminação diferenciada do ambiente’ foram apostas a partir de amostragem anterior que não se justificou. No referido trabalho de uma matéria do doutorado, o pesquisador encontrou um programa em que a música para entrada do deputado em cena era ligada à temática (LGBTQIA+) que iria ser debatida (a música era *‘I want to break free’*, da banda inglesa *Queen*). Já a iluminação usou o recurso (comum em shows e em partidas da NBA, basquete dos EUA) de apagar o ambiente para entrada *triumfal* do entrevistado. As categorias entraram no Quadro Analítico – para depois ser constatado que se tratava de exceções à regra.

A sonoplastia em 5/13 dos casos era bem atuante, fazendo uso de recursos sonoros para dinamizar (ainda mais) o programa de auditório. Poucos programas de entrevista no formato *hard news* usam deste recurso, exatamente para dar um tom mais sério, focar no conteúdo etc. Num programa *soft news*, por vezes com músicas, piadas e outras atrações, a preocupação cai.

De qualquer forma, Jair Bolsonaro era a principal atração dos programas. Uma forma de se constatar é pela preocupação em buscar imagens dele (em *close*, em momentos em que ele observa uma outra pessoa falar, sinais de irritação ou alegria etc.): em 9/13 dos programas houve esta preocupação de captar emoções dele. Outro jeito é constatando: em 8/13 dos casos o programa usou de tarjas de forma dinâmica, anunciando o que fazia naquele momento o entrevistado. As tarjas na parte inferior da tela, como já mencionado anteriormente neste trabalho, mantém a audiência atenta, traz mais para perto aquele telespectador que estava “só passando” pelo canal, usando o controle remoto para dar uma panorâmica na programação.

Além das conclusões que podem ser tiradas a partir dos resultados individuais de cada categoria do Quadro Analítico de Programas, é possível serem feitas outras interpretações a partir de um panorama geral deixado pelas interpretações.

A decisão do deputado pela participação em programas de entretenimento mostrou-se corajosa e acertada. Corajosa porque era uma seara incomum para os políticos, não havia um referencial, a taxa de retorno por esse *investimento* era duvidosa; e acertada porque – em se tratando de um político considerado ‘baixo clero’, de apagada participação no Congresso Nacional (mesmo após vários mandatos) e, por isso mesmo, desconsiderado por grande parte da imprensa para participar de debates ou entrevistas mais profundas – buscou uma alternativa para fazer-se presente na mídia.

Chadwick (2017) aponta que vivemos num mundo hibridizado, com o advento de novas tecnologias e formas distintas de intercomunicação (leia-se redes sociais). À mídia tradicional, formada por elementos estanques (jornal, rádio e TV) junta-se a Internet, produzindo novos formatos e também remodelando as mídias anteriores – e a forma de se fazer Política. Grupos sociais, organizações e indivíduos estão agora conectados de formas mais complexas e interdependentes. Como parte do processo dinâmico que junto o novo e o velho, novas mídias buscam a legitimidade já conferida anteriormente aos meios consolidados de Comunicação. Por isso, é importante destacar que ainda lutam por reconhecimento. Uma das formas é buscando conteúdo dos meios tradicionais, o que faz com que o trânsito entre TV e Internet seja intenso, com material *consolidado* servindo para o digital. Ter, portanto, relevância em canais na esfera digital é só parte da solução: a alimentação de conteúdo constitui importante parcela. Ter a oportunidade de participação em vários programas de TV auxiliam na missão.

Não faz parte do escopo desta pesquisa debater as trocas entre ambientes virtual e real. Os programas de entretenimento vão mais além do que possa parecer, não é desprezível o efeito provocado pelo compartilhamento de um programa de TV na Internet. Por vezes os índices de audiência são baixos na televisão, mas a possibilidade de assistir posteriormente a um produto audiovisual dá uma perspectiva quase infinita de visualização (por exemplo, você está a dois toques no computador de assistir agora o histórico debate na TV entre os candidatos John Kennedy e Richard Nixon – em 1960). A pesquisa buscou levantar os dados de audiência dos programas, sem sucesso. Mesmo que sejam índices baixos, alguns dando *traço* (expressão para 0% de audiência), eram valiosos o suficiente para serem compartilhados nas redes do deputado, provavelmente pelo seu filho Carlos Bolsonaro.

Por ser um ator social de relevância no mundo digital, as aparições de Bolsonaro vão ter repercussão enorme no público *online*. Assim, será agora apresentada a seguir a tabela de

visualização na Internet dos programas de auditório analisados (na realidade, de 17 dos 20: em três ocasiões do *Superpop*, o vídeo não foi armazenado no *YouTube*, mas no *site* oficial da emissora, e não traz número de inscritos, visualizações, curtidas e comentários). A Internet não opera com vídeos como ‘memória’ ou ‘arquivo’, mas dinâmicas trocas e acessos. Não passou despercebido por este pesquisador que os números de alguns programas variavam, o que significava que em pleno 2023 (ano da pesquisa) as pessoas continuavam a acessar conteúdo de, às vezes, mais de 10 anos antes.

Tabela 12 – Alcance na Internet dos programas de auditório analisados

Nº	Programa	Canal	Inscritos (x mil)	Curtidas (x mil)	Visualizações	Comentários
1	Manhã Maior	Carlos Bolsonaro	412	3,8	165.614	1.819
2	Superpop	Site oficial Superpop	NA	NA	NA	NA
3	Ratinho	Carlos Bolsonaro	0 (1)	1,4	194.016	1.239
3 ^a	Ratinho	(2)		0,597	76.678	488
4	CQC	Programa CQC	17,1	1,1	61.000	477
5	CQC	Programa CQC	(1)	3,1	119.000	702
6	Superpop	Maite Schneider	5,54	1,7	284.360	2.884
7	Casos de Família	SeguidoresDeOSAMA	1,32	12	716.687	6.019
7 ^a	Casos de Família	(2)	0 (1)	0,221	30.135	96
8	Superpop	João Luís Silva	1	1,9	129.000	615
9	Superpop	Site oficial Superpop	NA	NA	NA	NA
10	Quem convence	Guuuuui	130	169	15.000	100
11	Agora é Tarde	RR0101001001010010	0,954	15	1.035.165	2.814
12	CQC	Mateus Ferreira	1,55	2,7	216.370	945
13	Superpop	Site oficial Superpop	NA	NA	NA	NA
14	Mulheres	Mulheres	2,82	4,6	169.139	1.023
15	Morning Show	wrangelsp Rangel (3)	0,643	0,914	77.213	215

16	Agora é Tarde	Destro Direitoso	5,56	3	179.000	1.133
17	Superpop	Academic Videos	0,703	0,199	18.000	34
18	Ratinho	SBT	12 mil	32	1.220.061	0
18 ^a	Ratinho	SBT	0 (1)	14	619.037	2
19	Agora é Tarde	Agora é Tarde	36,6	31	1.847.017	16.383
20	Pânico na Band	Programa Pânico	10 mil	211	7.882.847	13.966
		TOTAL	22.715.690	340.231	15.055.339	50.954

Fonte: próprio autor. Data de coleta dos dados: 8 dez 2023

Breve legenda: (1): canal já contabilizado, evitando redundância; (2): programas divididos em dois links, por isso as denominações 3A, 7A e 18A; e (3): encontrado também o canal oficial da Rede TV!, mas com números mais modestos (mais inscritos, 13.200, porém menos curtidas, visualizações e comentários – 1.400, 63.988 e 263 respectivamente), sendo privilegiados os números de maior alcance.

Embora entenda-se que há muitas informações que podem ser apreendidas da esfera digital, optou-se por se ater neste trabalho ao meio televisivo. Sobre a escolha do objeto de estudo ser focado em TV, vários pesquisadores apontam para o acerto na escolha, uma vez que a curiosidade científica na Internet não deveria eclipsar os demais dispositivos. Piaia & Nunes (2022, p. 89) dizem que “O caráter ‘inovador’ (grifo deles) das estratégias comunicativas de Bolsonaro faz com que essa literatura tenha foco excessivo na internet, deixando para trás a literatura pregressa do campo, bastante focada na televisão, e desconsiderando a incursão deliberada do então deputado em programas televisivos do ramo do entretenimento”. Carro (2022) corrobora:

[A]inda que as mídias online estejam avançando e ganhando território em detrimento da televisão, esta ainda é o meio dominante no Brasil. Por outro lado, o alcance da internet no país tem crescido, mantendo uma média 70,8% na taxa dos cinco últimos, segundo relatório da Reuter Dados obtidos pela média da taxa de ‘internet penetration’ dos anos de 2018 (66%), 2019 (71%), 2020 (71%), 2021 (71%) e 2022 (75%)

E sobre os programas de entretenimento, teriam eles relevância para os estudos de Comunicação Política? Em que medida eles podem ajudar a trazer mais informação política para cidadãos cuja participação é esporádica e pouco motivada? Baum & Jamison (2006) identificaram que, para cidadãos desinteressados da política, programas de entretenimento (classificados como *soft news*) podem ser mais eficientes que os tradicionais telejornais e outros programas *hard news*. E ainda, que “indivíduos politicamente desatentos que assistem *talk*

shows diários tem mais possibilidades de fazer escolhas mais apropriadas para suas preferências pessoais que cidadãos politicamente desatentos que não consomem *soft news*⁹⁷. Os programas de entretenimento promovem educação política, apesar da literatura progressista dizer o contrário: “Nossa descoberta de que alguns indivíduos obtêm qualidade cívica de notícias consumidas principalmente para entretenimento deveria dar pelo menos alguma pausa àqueles que condenam a proliferação de *soft news* no mercado de mídia”⁹⁸ (Baum & Jamison, 2006, p. 957).

Porto (2007) traz uma nova perspectiva, juntando de certa maneira consumidores de *hard* e *soft news* na categoria *couch activist*, ativista de sofá:

[A] política parece exigir de nós cada vez menos a condição de cidadãos ativos, convocados à mobilização ou a alguma forma de engajamento emocional e corpóreo, enquanto cada vez mais nos coloca na condição de consumidores do *show business* (grifo dele), cidadãos-consumidores, apreciadores, de sofá e pipoca, da exibição política que nos chega pela telinha. Porque grande parte de nós a consome na mesma condição de distanciamento e desengajamento conceitual (...) consome como espectador, a política se nos aparece como espetáculo (Porto, 2007, p. 387)

Até por conta dessa aparente apatia do eleitor/telespectador, não se trata apenas de o político visitar um programa de entretenimento que vai haver adesão ao seu nome. Baum & Jamison contam que, numa análise da campanha para presidente dos Estados Unidos em 2000, quatro programas de entretenimento – entre eles, *Oprah Winfrey Show* e *The Queen Latifah Show* – entrevistaram os principais candidatos, numa média de 27 minutos para cada um. Teria ajudado eles a divulgar suas bandeiras políticas? Piaia & Nunes (2003), analisando um caso semelhante em terras brasileiras, acham que não:

A entrada de Jair Bolsonaro na programação de entretenimento fez com que sua imagem alcançasse uma exposição totalmente fora do padrão de outros políticos. As idas da então ministra Dilma Rousseff, do então governador José Serra e do senador e ex-presidente Fernando Collor ao Superpop, por exemplo, tinham um tom mais sério, ainda que leve. O diálogo sobre seus feitos e suas trajetórias beirava à chatice. (Piaia & Nunes, 2003, p. 108)

Prof. Baum & Jamison entendem que, informações políticas, envelopadas num contexto atrativo, podem *pegar carona*⁹⁹ em informação que tenha intenção primeira de entreter e por isso sere consumida de forma efetiva. O formato *infotainment* que muitos programas analisados aplicaram pode, efetivamente, explicar a mudança de paradigma de alguns comportamentos do público. O texto selecionado para compor a epígrafe – depoimento de um jovem em 2011 que, a despeito de todo respeito que tinha por Bolsonaro (“Cara que nem você, hein doutor”),

⁹⁷ O texto em língua estrangeira é: “We find that politically inattentive individuals who consumed daytime talk shows were more likely than their nonconsuming inattentive counterparts to vote for the candidate who best represented their self-described preferences” (Baum & Jamison, 2006, p. 946)

⁹⁸ O texto em língua estrangeira é: “Our finding that some individuals derive civic-oriented ‘quality’ from news consumed primarily for entertainment should give at least some pause to those who decry the proliferation of soft news in the media marketplace”

⁹⁹ O termo em língua estrangeira é ‘piggybacked’

considera o político “um cara *chucrão*” – mostra que houve uma transformação na imagem de Bolsonaro, talvez com contribuição dos programas de auditório.

Antes de Bolsonaro, é difícil lembra políticos nacionais que foram a programas de auditório. Talvez por avaliarem que entretenimento e Política não ocuparem o mesmo lugar na escala de valores do eleitorado. Poucos se aventurara. Um exemplo é Fernando Collor de Mello, com história política de alguma semelhança ao capitão. No documentário *Brazil beyond Citizen Kane* (1993)¹⁰⁰, sua aparição é tida como de importância para começar a apresentar ao público brasileiro o político. Em 1:20:06, uma locução em *off*: “Na festa de aniversário dos 70 anos de Chacrinha, em 1987, um jovem e desconhecido governador de Alagoas, um dos estados mais pobres do Nordeste, fez sucesso. Fernando Collor começou a aparecer frequentemente na TV Globo”. No vídeo com seu depoimento, o crédito nem mostra o sobrenome que ele utilizaria: ‘Fernando C. de Melo – Gov. do Estado de Alagoas’. Collor fala de pé, tendo ao fundo uma pintura de um soldado vitorioso numa batalha¹⁰¹, e seu depoimento não chega a dez segundos: “Chacrinha tem dado uma demonstração da vitalidade e da força do povo nordestino”¹⁰².

¹⁰⁰ Vai soar pernóstico, mas acredite. Fui eu quem distribuiu as primeiras cópias do documentário para brasileiros. Publicava um jornal para a comunidade brasileira em Londres e divulguei em primeira mão na edição de março o documentário. Depois, estive na produtora *Large Door* conversando com o produtor John Ellis para comprar (e revender para brasileiros) 10 cópias do documentário por lote. O resto é História. Muitos anos depois, descobri pela professora Andrea Medrado (UFF) que John Ellis é professor da Royal Holloway University of London

¹⁰¹ O mesmo quadro está na capa da revista *Veja* com Collor e o título: “Collor de Mello – o caçador de marajás”

¹⁰² Chacrinha, ou José Abelardo Barbosa de Medeiros, nasceu em 1917 na cidade de Surubim (Pernambuco)

CONCLUSÕES

Para buscarmos entender se a aparição em programas de entretenimento teria aumentado a visibilidade ao deputado federal Jair Bolsonaro, é importante compreender a lógica dos programas e porque abriram espaço para ele. Popular, forte no campo digital e dono de uma performance conservadora, Bolsonaro era sempre notícia, e sua atuação rendia bons índices de audiência. O termo ‘polêmico’ foi próximo dele no período estudado (2010-2014), era inclusive propagado pelas emissoras, nas chamadas ou nas tarjas colocadas na base da tela. Talvez fosse um atributo que não espelhasse a realidade, mas ter Bolsonaro num programa de auditório é apostar que há um desejo na população de consumir o inusitado – no jargão jornalístico, ‘Bolsonaro é uma pauta que rende’.

A escolha dele inicial era participar de programas de entretenimento, mesmo que seus interlocutores não fossem políticos como ele (teve ex-detentos, representantes de ONGs, ex-paquita, pai de celebridade, cantores, militar homossexual, cabeleireiro, pastores etc.). O êxito de sua estratégia permite pensar que num futuro a tática de buscar programas *soft news* pode ser utilizada por outros políticos, alargando o conceito de *spin doctors* (Mungham, 1996, p.34: ‘políticos que tentam influenciar a agenda de notícia das emissoras’).

Ideologicamente falando, não foi possível identificar como foram feitos os primeiros convites a ele. Emissoras grandes (Globo e Record) não ofereceram espaço em programas da sua grade de programação, mas emissoras de TV menores por vezes têm que fazer concessões. Não há evidências de que era escolha individual dos programas a aparição de Bolsonaro para entrevista. Luciana Gimenez, por exemplo, sempre mostrou algum desconforto com o espaço concedido ao deputado. Mas como rejeitar/ignorar que ter numa noite no programa Jair Bolsonaro, o jornalista homossexual Felipeh Campos e a jornalista lésbica Angélica *Morango* Martins era garantia de audiência, com os três debatendo questões LGBTQIA+?

É insensato afirmar que se tratava de um plano da(s) emissora(s) apresentar Jair Bolsonaro nos programas de entretenimento. Mas, com exceção da TV Gazeta, as outras tem histórico de certa flexibilização nas escolhas políticas.

A Rede TV!, herdeira da TV Manchete, nunca pagou a dívida social com antigos funcionários, numa transação suspeita, na época do governo FHC. Um dos diretores da emissora em Brasília é (era) Paulo Otávio, antigo deputado da base de governo do impichado Collor de Mello. Uma das regras básicas da concessão de TV é a obrigatoriedade de jornal local na praça em que fica a concessão – no Rio de Janeiro, há anos não tem jornal local da Rede TV!

O SBT substituiu a TV Tupi, de Chateaubriand. No documentário *Brazil Beyond Citizen Kane*, Victor Civita conta em determinado momento que na época os militares estavam em dúvida se entregavam a concessão da Tupi para o Grupo Abril ou para Sílvio Santos: “Leitão de Abreu, então ministro da Casa Civil, falou para o general Figueiredo: ‘Cuidado, esses caras têm a *Veja*, que fala mal do governo’. Algum tempo depois, a concessão foi passada para Sílvio Santos”, ele conta. O SBT teve um programa, exibido domingo à noite durante a ditadura civil-empresário-militar, intitulado ‘Semana do Presidente’. Na eleição de Dilma, em 2010, só o SBT, entre as emissoras de canal aberto, não transmitiu a coletiva dela no domingo da vitória¹⁰³.

Já a Band, tradicionalmente imbuída de espírito político (criou os programas *Abertura* e *Canal Livre* na distensão provocada pelos militares na década de 1970, primeira emissora a ter debate político para presidente e governador), tornou-se mais ‘aberta ao diálogo’¹⁰⁴.

De qualquer maneira, não dá para aferir que a permissão para que Bolsonaro fosse aos programas de entretenimento fosse uma decisão política de qualquer das três emissoras. Por vezes a questão é tratada no viés político, em outras ocasiões pela questão financeira.

A Rede Globo, por exemplo. Em priscas eras, acontecia de um programa da emissora abrir espaço para um ator social que não conseguia espaço em outro (por exemplo, um programa de variedades entrevistar alguém que não poderia aparecer no *Jornal Nacional*). Pouco antes de 2000, por ocasião dos 500 anos do país, a emissora entregou à Alice-Maria, diretora-executiva da CGJ – Central Globo de Jornalismo a tarefa de *envelopar* o conteúdo da emissora, fazer um trabalho que desse coerência e alinhamento ideológico a todos produtos da casa¹⁰⁵.

Talvez, quase um quarto de século depois, outras emissoras não tenham ainda passado por esse processo que aqui chamamos de envelopamento. Até porque muitas alugam espaço na grade de programação na Band, o *Câmera Aberta* não *dialogava* com o *Jornal da Band*; da mesma forma, não há notícia de alinhamento entre o programa *Show Business*, de João Dória, e o jornalismo da Rede TV! Essa independência que alguns programas possuem/conquistam pode ter sido a chave para uma suposta liberdade de escolha no convite a Jair Bolsonaro.

Outro ponto a se destacar é que, embora não faça parte do escopo desta pesquisa (conforme tratado na Introdução), é possível discutir as trocas entre ambientes virtual e real.

¹⁰³ Frilei pelo SBT durante o governo Bolsonaro em algumas ocasiões. Quando trabalhava no jornal de rede (SBT Brasil), participava da ‘reunião de caixa’, reunião de pauta com todas as praças (tem esse nome porque no passado o dispositivo se assemelhava a uma caixa de sapato). Lembro de diversas vezes ouvir a reclamação da chefia: “Precisamos de quatro VTs (matérias) sobre o Bolsonaro todo dia. Não adianta vir com menos. Parece que vocês não sabem disso!”

¹⁰⁴ Quando trabalhei lá, Garotinho vivia às turras com o prefeito do Rio, César Maia. O governo do estado patrocinava o programa Caminhos do Rio; a Prefeitura, tinha acordo para exibir a programação da MultiRio.

¹⁰⁵ Uma colega de profissão, envolvida no projeto, contou que, a reboque da unificação da língua portuguesa, a emissora aproveitou e buscou esse alinhamento ideológico também

Trabalhos futuros podem discutir em que medida o deputado obteve êxito em trazer para o mundo *offline* algumas conclusões de questões retiradas do embate digital. É um pouco como se as declarações nos programas de TV já tivessem passado por uma validação na Internet, que seria como um crivo de validação. O caminho em vice-versa pode também ser construído, frases tiradas dos programas de TV serem *testadas* na esfera digital.

Outra questão relevante desvelada pela Tabela 12 é que impacto teria o fato de os programas terem alcançado mais de 15 milhões de *views*, 50 mil comentários e 330 mil curtidas, num processo sabidamente interminável. A reverberação dá mostras da importância dos programas de auditório, não obstante terem baixos índices de audiência na TV. No mundo hibridizado, eles têm relevância. E mais: a visibilidade que proporcionam – todos em horário nobre, de alcance nacional, exceção ao *Mulheres*, da TV Gazeta – coloca os programas numa condição de merecerem ser considerados como parte relevante da estratégia de Comunicação estratégica de um político.

Se existe o fenômeno da *deep web* (camada da Internet que não é indexada pelos buscadores convencionais, sendo necessário conhecimento prévio para poder acessá-la), podemos criar o neologismo *shallow web* para os programas de entretenimento arquivados na Internet: espécie de ambiente raso, tangível, mas negligenciado. Talvez este trabalho, junto com outras contribuições, inspire novos estudos da *shallow web* no campo da Comunicação Política.

As estratégias decididas por Jair Bolsonaro também devem ser consideradas. Participar de programas de entretenimento garantiu a ele exposição de suas ideias, projetando politicamente e alavancando uma apagada carreira de deputado federal do baixo clero para uma consistente candidatura (e virtual eleição) a presidente da República. O estilo inicialmente pensado (discurso duro, fala dinâmica) foi incorporado, tratou de buscar aproximação com o público-alvo dos programas. Posteriormente, foram feitos ajustes, tanto na forma de falar quanto na exposição de ideias, adaptadas e transformadas para encontrar maior adesão popular. Ele conseguiu provocar mudanças na sua performance – ora mais suave, ora voltando a ser incisivo, e tornando seu discurso mais palatável. E variado também: se nos primeiros anos Bolsonaro deputado tratava de não mais do que três assuntos (na média, 2,75 assuntos por programa), a média de tópicos sobre os quais falou nos últimos cinco programas (perfazendo 2013 e 2014) aumentou para 6,4 assuntos/programa (aumento nada desprezível de 132,73%).

Além disso, a simples leitura da Ilustração 2 (Melo & Vaz, 2021) mostra que em 2011 era destacada na pauta da Guerra Cultural a questão do kit ‘Brasil sem Homofobia’; no ano seguinte, as cotas nas faculdades, assunto que ele imediatamente incorporou em seu discurso; em 2013, o Projeto Cura Gay (enquanto ele desfilava com seu vidrinho de aguardente de cana);

finalmente, em 2014, polêmicas em torno do Plano Nacional de educação, bandeira que ele já levantara anos antes. Bolsonaro instrumentalizou-se para a Guerra Cultural. Não é oportunismo, é oportunidade. Ou fortuna, apontaria Maquiavel.

Aqui foi apresentado o conceito de Guerra Cultural como ambiente de debate, em que elementos teatrais de performance auxiliam na construção de identidade não pela informação, mas pela utilização de afetos. Essa estratégia foi importante na construção da imagem dele.

Nunca abandonou os ataques à causa LGBTQIA+. Logo no primeiro programa, uma das entrevistadoras vira para o outro convidado e pergunta: “Beto, será que existem muitas pessoas que pensam como ele, mas não falam? E é por isso que a homofobia é tão forte?”. No programa seguinte (*Superpop*), Bolsonaro ameaça: “Não vou admitir que o comportamento de uma minoria, anormal, seja um padrão a ser seguido por toda sociedade”. Expert em declarações sem comprovação científica, fala na mesma noite: “A Lei da Homofobia, ela é contra os próprios homossexuais. (...) Sabe por quê? Numa demissão, esse empregador é que tem que provar que não é homofóbico”, explica. Repete no terceiro programa (*Ratinho*) o que enxerga como sua missão: “Nós temos que romper essa progressão *gay*. O mundo virou *gay* na ótica deles, nós temos que impedir isso daí”. Inúmeras outras vezes o tema veio à tona, ainda mais quando estava no *Superpop* com Felipeh Campos e Angélica Martins.

Na crescente intolerância, principalmente nas redes sociais, foi importante o trabalho de construção do pensamento de Olavo de Carvalho, precursor nos debates da extrema direita, filósofo de ação rápida, criou mecanismos desde a primeira eleição de Lula para pregar (quase como se fosse uma cruzada religiosa) a perseguição ao comunismo. Embora aqui não tenha sido apresentada conexões entre Olavo de Carvalho e Bolsonaro, é inegável que na construção do mito bolsonarista as ideias de Carvalho estejam expostas. Afinal, a interação de Olavo de Carvalho pelo blog e pelos demais canais mostravam uma cultura de intolerância às categorias que estavam se beneficiando de causas sociais que o governo atendia. Quando Bolsonaro surge, a demanda por um justiceiro, ‘paladino dos bons costumes’ já estava sendo semeada antes. Talvez isso explique por que tanta gente tenha dado voz ao deputado naquele momento.

Outra escolha interessante incorporada ao enredo dele foi o uso da gargalhada (por vezes histriônica) para fugir de perguntas. Num programa de *hard news*, se uma pergunta é feita, a pessoa tem que responder, é o que se presume. Caso contrário, é como um xeque-mate. E se demorar muito para responder, a edição pode até atrapalhar ela depois, mostrando que ficou suado, que titubeou, que demorou com a resposta. Em suma, não responder uma pergunta denota vitória do oponente. Esse rigor, esse formalismo, desaparece quando estamos falando de programa humorístico. Usou e abusou do recurso, especialmente no *CQC*, *Agora é Tarde* e

Pânico na Band. Muito perspicaz a saída dele, humor como novos significados, senha para uma maior liberdade. Afinal de contas, risada e programa de humor tem tudo a ver.

Na construção da imagem, Bolsonaro atuava com elementos visuais (roupa impecável, cabelo bem penteado, rosto barbeado, muito mais Kennedy do que Nixon), e de linguística. O vocabulário popular aproximava, erros de Gramática davam uma identidade (‘Ele é gente como a gente’). Usa o chulo como aproximação (no quarto programa, *CQC*, indagado o que faria se o filho usasse drogas, não titubeia: “Daria uma porrada nele, pode ter certeza”. A gesticulação ou o olhar por vezes irado são escolhas dele para montar a persona Bolsonaro, talvez bem desconhecido de grande parte da população em 2010.¹⁰⁶ Mas isso muda: no 11º programa, em 2012 (*Agora é Tarde*), ele é firme na fala, e sem se mexer muito em cena. É crítico sem precisar ser agressivo de forma contundente, como em performances anteriores.

Não culpabilizando apresentadores desse tipo de programas, mas era gritante a permissividade com que Bolsonaro expunha seus pontos de vista, por vezes beligerante, por vezes preconceituosos mesmo. Boa parte dos apresentadores não demonstrou criticidade – até porque na grande maioria não eram jornalistas. O processo de produção de um determinado produto jornalístico impõe regras como a checagem de informações ou a necessidade do contraditório. Um programa identificado como *soft news* exime, de certa forma, a necessidade de tais práticas jornalísticas. Números foram apresentados, histórias eram contadas e naturalizadas. Nada era motivo para interromper a fala de Bolsonaro.

No 6º programa em que foi (*Superpop*, naquela ocasião apresentado por uma cantora de axé), a apresentadora Gilmeândia exagerou: “Eu não quero jamais que o senhor fique nervoso”, acariciou. Cátia Fonseca, apresentadora do *Mulheres* (14ª ida de Bolsonaro a programas de auditório) exerce a tolerância ilimitada, ao comentar sobre Médiçi, que fora elogiado pelo capitão anteriormente: “Dizem que ele era meio ditador”, relativiza. Já Danilo Gentili (*Agora é Tarde*), formado em Jornalismo, ouviu uma frase bem polêmica: “E agora a Maria do Rosário tá propondo, através da Secretaria Nacional dos Direitos Humanos, cota para professor homossexual em escola do 1º Grau. Isso tenho documentado, não é papo”. Ouviu e passou para a próxima pergunta. Nem sempre ele teve refresco: Zé Luís e Rafinha Bastos (*Morning Show* e *Agora é Tarde*, respectivamente) foram firmes com ele – além de Daniela Albuquerque e Keila Lima, apresentadoras do primeiro programa analisado (*Manhã Maior*), e que passaram

¹⁰⁶ Fiz campanha para governador em 2014. Um amigo fazia a presidencial. Perguntei a ele o que significava a frase contra Aécio Neves “Quem conhece, não vota”, repetida em programas no segundo turno. Ele disse que, naquela altura, ainda tinha gente que não sabia quem era Aécio Neves. Por vezes nos iludimos que *todos estão acompanhando o noticiário*. Em Política, redundar não é pecado. Necessidade de reiterar sempre

um pito ao vivo no político desconhecido: “Independente de concordar ou não, eu acho que o mais importante, principalmente *pro* senhor, deputado, é aprender a respeitar as diferenças”.

Uma questão que perpassa os programas, mas não chegou a ser analisada, é a relação dele com jornalistas. Bate-boca com jornalista da Rede TV! em Brasília, tom desaforado a cada pergunta em que se sentia ameaçado.... mais do que revelar uma dificuldade dele na relação com profissionais da Comunicação (algo que seria uma tônica no governo), ela perpassa a ideia de que os jornalistas não estavam preparados para lidar com políticos como Bolsonaro. Talvez estivessem acostumados a um tratamento mais republicano, digamos, de Lula e FHC.

Os programas de entretenimento permitem mostrar que, em março de 2012 – portanto, bem antes das Jornadas de 2013 – Bolsonaro já tomara a decisão de apostar no desgaste da legenda PT, quando seu partido (ainda) era aliado. A sua leitura *independente* (dizia que era um político independente, que inclusive votava de forma diferente do partido, mesmo quando este ainda era da base governista) fez com que ele traçasse uma trajetória distinta, o que ajuda a explicar (com o acerto das opções, com a leitura correta do momento político), que o país passava por um ambiente polarizado, crise política, ascensão de um discurso conservador no Brasil e no mundo, judicialização da Política (delação premiada, Lava-Jato etc.), discurso mais radical, com propostas de leis mais rígidas, penas mais severas e retirada de ganhos sociais.

No aspecto moral, o país passou por uma onda de imposição de valores, restringindo visões, isolando as anormalidades e quebra da ordem tradicional. Não há uma relação causal (‘por causa de x Bolsonaro foi eleito’) ligado a apenas um fator (marketing ou ação nas redes sociais, por exemplo), mas uma confluência de circunstâncias que proporcionaram a vitória da extrema direita no pleito de 2018. Quanto ao objeto desta pesquisa, pode-se dizer que o advento dos programas *soft news* no debate político foi mais uma parcela da dinâmica do país naquele período, e por isso merece ser mais pesquisado, até por ter auxiliado a consolidar o imaginário.

As conclusões deste trabalho evidentemente não encerram os questionamentos acerca do período estudado. Que surjam novos estudos – por este ou outro(a) pesquisador(a) do campo da Comunicação Política – para que mais respostas possam ser dadas de... como chegamos até aqui, como permitiu-se passar por tudo isso.

REFERÊNCIAS

AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy. *Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil*. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2017. 190 p.

ALVES, Marcelo Santos. *Dessaranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018*. 2019. 360f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, 2019.

AMORIM, Francisca Gonçalves. *O sound bite na Retórica Política: O caso das eleições legislativas portuguesas de 2015*. 2016. 208 f. Dissertação (Mestrado em História, Relações Internacionais e Cooperação) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto. 2016

APPADURAI, Arjun. *O medo ao pequeno número: ensaio sobre a geografia da raiva*. Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2009. 128 p.

ARENDT, H. *A condição humana*. Trad. Roberto Raposo. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

ARQUITETOS DO PODER. Direção: Vicente Ferraz e Alessandra Aldé. Coordenação geral do Projeto IUPERJ (atual IESP-UERJ – Instituto de Estudos Sociais e Políticos): Marcus Figueiredo. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2010. (100 min), son., color.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 516 p.

BAUM, Matthew A.; JAMISON, Angela S. The Oprah effect: How soft news helps inattentive citizens vote consistently. In: *Journal of Politics*, v. 68, n. 4, p. 946–959, 2006.

BOTTICI, Chiara. *Imaginal politics: images beyond imagination and the imaginary*. New York: Columbia University Press, 2014. 320 p.

BRASIL BEYOND CITIZEN KANE. Direção: Simon Hartog. Produção: John Ellis. Londres: Large Door Limited, 1993. (103 min), son., color.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet*. São Paulo: Schwarcz – Companhia das Letras. 2017. 290 p.

CAMPOS, L. S. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007. In: *Revista de Estudos da Religião*, p. 9-47. 2008.

CARRO, Rodrigo. Brazil. In: *Reuters Institute: University of Oxford (Org.)*. Digital News Report, 2022, p. 116-117. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf. Acesso em: 20 out. 2023

CARVALHO, Olavo. *O Mínimo que você precisa saber para não ser um idiota*. Rio de Janeiro: Record, 2013. 616p.

CASHMORE, Ellis. ...e a televisão se fez! São Paulo: Summus, 1998. 256p.

CAUFIELD, Rachel P. The influence of *infoenterpropagainment*: exploring the power of political satire as a distinct form of political humor. In: BAUMGARTNER, Jody C.; MORRIS, Jonathan S. *Laughing matters*. New York: Routledge, 2008. 362 p.

CESARINO, Leticia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. In: *Revista antropol.* (São Paulo Online), v. 62 n. 3, 2019, p. 530-557. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2019.

CHADWICK, Andrew. *The hybrid media system: Politics and Power*. 2ed. New York, NY: Oxford University Press, 2017. 272 p.

CONDOR, Susan et al. Political Rhetoric. In: *The Oxford Handbook of Political Psychology*. HUDDY Leonie et al. (Org). New York: Oxford University Press, 2013, p. 265. 956 p.

CONY, Carlos Heitor. Folha de São Paulo. <https://www.academia.org.br/artigos/classe-media-ressentida>, de 11 ago. 2005. Acesso em: 2 mar. 2024

DIAS, Patrícia Ruas. Televisão brasileira e entretenimento: do espetáculo ao mito. In: *Revista Extraprensa: Televisão Brasileira e Entretenimento*, v. 10, n. 2, 2017, p. 284-298. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2017. Acesso em: 22 mar. 2024

DIBAI, Priscilla. *A direita radical no Brasil pós-redemocratização: o caso de Jair Bolsonaro*. 2018. 151 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal da Bahia (UFBA). 2018.

EMPOLI, Giuliano Da. *Os engenheiros do caos*. Tradução: Arnaldo Bloch. 1ed. São Paulo: Vestígio. 2020. 190 p.

FALCÃO, Roberto José Marinho. *Jornalismo, cão de guarda na pandemia de covid-19: uma análise do jornal O Globo*. 2023. 280 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2023.

FELINTO, Erick. Me parece verdadeiro pelo contexto: Olavo de Carvalho, Conspiracionismo e a Desinformação como Programa político. In: *Revista Eco-Pós*, ed. 26, p. 12–30. 2023.

FERES JÚNIOR, João; GAGLIARDI, Juliana. O sucesso eleitoral da Nova Direita no Brasil e a mudança do paradigma comunicativo da política, p. 89-117. In: AVRITZER, L; STARLING, H.; BRAGA, P. e ZANANDREZ, P. (Org.). *Pensando a democracia, a república e o estado de direito no Brasil*, 2019.

FIGUEIREDO, Marcus. Intenção de voto e propaganda política: Efeitos da propaganda eleitoral. In: *Revista Logos (UERJ)*, edição 27, ano 14, 2º semestre 2007, p. 9–20. 2007.

FIGUEIREDO, Marcus et al. Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. In: FIGUEIREDO, Rubens (Org.). *Marketing político e persuasão eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000. 235p.

GITLIN, Todd. *Mídias sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossa vida*. São Paulo: Record. 2003. 349 p.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004. 451 p.

_____. Deu tilt na esfera pública? In SAMPAIO, Rafael; Sarmiento, Rayza; Chagas, Viktor (Orgs). *Comunicação e política no contexto da pandemia: breves reflexões*. Curitiba: Compolítica/Carvalho Comunicação, 2021. 134p.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Livia (Org). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, 2003, p-365-380. 434 p.

JAMIESON, Kathleen Hall. *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*. Oxford: Oxford University Press, 1988. 301 p.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN Joshua. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013. 353 p.

MAQUIAVEL, Nicolau. *O príncipe*. Tradução, prefácio e notas: Lívio Xavier. [Ed. especial]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2011. 126p.

MATTA, Roberto da. *Conta de mentiroso: sete ensaios de Antropologia brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1993. 209 p.

MCCOMBS, M. A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009. 240 p.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de; VAZ, Paulo. Guerras Culturais: conceito e trajetória. In: *Revista ECO-Pós*, v. 24, n. 2, p. 6-40, 2021.

MENDONÇA, Duda. *Casos e coisas: história de vida e mistérios do marketing político*. São Paulo: Globo, 2001. 291 p.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Dimensões democráticas nas Jornadas de Junho: reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 33, n. 98, p. 1-23, 2018.

MUNGHAM, Geoff. A batalha pelo controle da agenda: a mídia, os políticos e o processo eleitoral na Grã-Bretanha. In: *Comunicação & Política*, v. III, n. 2, nova série, mai-ago 1996, p. 30-45. Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos (Cebela). Rio de Janeiro: Escola de Comunicação da UFRJ, 1996. 248 p.

NAGLE, Angela. *Kill all normies: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Reino Unido: John Hunt Publishing. 2017. 110 p.

NASCIMENTO, Leonardo; ALECRIM, Mylena; OLIVEIRA, Jéfte; OLIVEIRA, Mariana; COSTA, Saulo. Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer: 30 anos (1987-2017) de pautas políticas de Jair Bolsonaro nos jornais brasileiros. In: *Plural*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.25.1, 2018, p.135-171.

NEHRER, Flávio. *O impacto das redes sociais nas campanhas eleitorais: a construção da persuasão para a Internet na visão dos estrategistas políticos*. 2017. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2017.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *The spiral of silence: A theory of public opinion*. In: *The Journal of Communication*, Colorado State University, Colorado (EUA), v. 24.2, 1974, p. 43-51.

ORTELLADO, Pablo; SOLANO, Esther. Nova direita nas ruas? Uma análise do descompasso entre manifestantes e os convocantes dos protestos antigoverno de 2015. In: *Revista Perseu: História, Memória e Política*, São Paulo, ano 7, n. 11, p. 169-180, 2016.

PATSCHIKI, Lucas. *Os litorais da nossa burguesia: o Mídia Sem Máscara em Atuação Partidária (2002-2011)*. 2012. 419 f. Dissertação (Mestrado em História, Poder e Práticas Sociais) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Marechal Cândido Rondon, (Paraná), 2012.

PÉREZ, Raúl. Learning to make racism funny in the ‘color-blind’ era: Stand-up comedy students, performance strategies, and the (re)production of racist jokes in public. In: *Discourse & Society*, v. 24, Issue 4, July 2013, p. 478-503. Acesso em: 3 jan. 2024.

PIAIA, Victor & NUNES, Raul. O papel dos programas de auditório no “fenômeno” Bolsonaro. In: *IESP nas Eleições* (www.iespenaseicoes.com.br, desativado quando da pesquisa em 2023) e DCM (*Diário do Centro do Mundo*), <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-papel-dos-programas-de-auditorio-no-fenomeno-bolsonaro/>, de 8 ago 2018. Acesso em: 20 jun 2023.

_____. Política, Entretenimento e Polêmica: Bolsonaro nos programas de auditório. In: *Eleições 2018 e a crise da democracia brasileira*. PAULA, Carolina de; FERES, João (Orgs). 1 ed. Curitiba: Appris, 2019, p. 105-110. 247 p.

_____. Bolsonaro, entretenimento e política: uma discussão sobre normalização e projeção em programas de TV. In: *Revista Compolítica* 2022, v. 12, n. 2, p. 87-112, 2022. <http://www.compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/611/338>. Acesso em: 9 out. 2023.

PINEDA, José Octávio de Carvalho. *A entropia segundo Claude Shannon: o desenvolvimento do conceito fundamental da Teoria da Informação*. 2006. 126 f. Dissertação (Mestrado em História da Ciência) – Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo. 2006.

PORTO, Mauro. *Televisão e política no Brasil: Rede Globo e as interpretações de audiência*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

PUGLIA, Leonardo Seabra. *Reação conectada: as direitas brasileiras em perspectiva histórica*. 2020. 313 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2020.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. 2 ed ver e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 795 p.

RYDGREN, Jens. The Sociology of the Radical Right. In: *Annual Review of Sociology*, v. 33, p. 241-262, 2007. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131752>. Acesso: 9 dez. 2023.

SANTOS Fabiano & GUARNIERI Fernando Guarnieri. From Protest to Parliamentary Coup: An Overview of Brazil's Recent History. In: *Journal of Latin American Cultural Studies*, v. 25, n. 4, p. 485-494, 2016.

STREET, John. *Politics and Popular Culture*. Cambridge: Polity Press, 1997. 212 p.

WEISS, Robert Stuart. *Learning from strangers: the art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press, 1994. 241 p.

ANEXO A- 34 participações do Bolsonaro em programas de entretenimento de 2010 a 2018

Ano	Data	Emissora	Programa	Formato
2010	2010-11-25	RedeTV	Manhã Maior	Revista eletrônica
2010	2010-11-30	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2010	2010-12-13	SBT	Programa do Ratinho	Programa de auditório
2011	2011-03-28	Band	CQC	Programa de auditório
2011	2011-04-04	Band	CQC	Programa de auditório
2011	2011-04-07	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2011	2011-05-19	SBT	Casos de família	Programa de auditório
2011	2011-05-19	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2011	2011-07-07	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2011	2011-09-09	SBT	Quem convence ganha mais	Programa de auditório
2012	2012-03-01	Band	Agora é Tarde	Talk show
2012	2012-03-23	Band	CQC	Programa de auditório
2012	2012-04-16	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2013	2013-05-24	Gazeta	Mulheres	Progr. de variedades
2013	2013-07-12	RedeTV	Morning Show	Revista eletrônica
2013	2013-07-23	Band	Agora é Tarde	Talk show
2014	2014-02-03	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2014	2014-03-06	SBT	Programa do Ratinho	Programa de auditório
2014	2014-04-08	Band	Agora é Tarde	Talk show
2014	2014-04-27	Band	Panico na Band	Programa de auditório
2015	2015-03-02	RedeTV	Você na TV	Programa de auditório
2015	2015-04-13	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2015	2015-04-25	SBT	Programa Raul Gil	Programa de auditório
2015	2015-07-20	Band	CQC	Programa de auditório
2015	2015-10-18	RedeTV	Chega Mais	Programa de auditório
2016	2016-02-15	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2016	2016-03-04	RedeTV	A tarde é sua	Progr. de variedades
2016	2016-03-08	SBT	Okay Pessoal	Progr. de variedades
2016	2016-06-18	RedeTV	Mega Senha	Game Show
2016	2016-10-31	RedeTV	Superpop	Programa de auditório

2017	2017-03-15	SBT	Programa do Ratinho	Programa de auditório
2017	2017-03-20	SBT	The noite	Talk show
2017	2017-10-23	RedeTV	Superpop	Programa de auditório
2018	2018-04-22	Band	Agora é com Datena	Progr. de variedades

Fonte: Piaia & Nunes (2018)

APÊNDICE A – Quantidade de programas de auditório visitados por Bolsonaro (2010-2018)

Programa	Emissora	Nº de vezes
Agora é com Datena	Band	1
Agora é Tarde	Band	3
A tarde é sua	RedeTV!	1
Casos de Família	SBT	1
Chega Mais	RedeTV!	1
Custe o que Custar (CQC)	Band	4
Manhã Maior	RedeTV!	1
Mega Senha	RedeTV!	1
Morning Show	RedeTV!	1
Mulheres	TV Gazeta	1
Okay Pessoal	SBT	1
Pânico na Band	Band	1
Programa do Ratinho	SBT	3
Programa do Raul Gil	SBT	1
Quem convence ganha mais	SBT	1
Superpop	RedeTV!	10
The Noite	SBT	1
Você na TV	RedeTV!	1

Fonte: recorte do autor a partir de pesquisa própria e do original de Piaia & Nunes (2018)

APÊNDICE B – Mensagem encaminhada para o SBT

Título do e-mail: Apoio para tese de doutorado

Bom dia,

Meu nome é Flávio Nehrer, jornalista e estudante de doutorado da UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro). Gostaria de solicitar uma ajuda.

Na minha tese, analiso a participação entre 2010 e 2014 do então deputado federal Jair Bolsonaro em programas de entretenimento, como *Ratinho*, *Raul Gil* e *Casos de Família*.

Gostaria de obter dados sobre alguns programas: índice de audiência, descrição dos programas, público-alvo etc.

Imagino que isso seja possível com a assessoria de imprensa da emissora. Podem me passar o contato da assessoria de imprensa do SBT?

Antecipadamente agradeço pela atenção. Serão muito importantes para a minha pesquisa essas informações.

Atenciosamente,

Flávio Nehrer

(21) 98699-0411

APÊNDICE C – Mensagem encaminhada para a Rede TV!

Título do e-mail: Auxílio para tese de doutorado - A/C: Larissa

Boa tarde,

Meu nome é Flávio Nehrer, jornalista e estudante de doutorado da UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro). Gostaria de solicitar uma ajuda.

Na minha tese, analiso a participação entre 2010 e 2014 do então deputado federal Jair Bolsonaro em programas de entretenimento. No caso da Rede TV!, *A Tarde é Sua*, *Chega Mais*, *Mega Senha*, *Morning Show*, *Superpop* e *Você na TV*. A lista é grande, reconheço.

Gostaria de obter dados sobre estes programas, se possível: histórico, breve descrição dos programas, características (exemplo: quadro fixo com entrevistas ou atração musical), público-alvo etc.

Será que vocês teriam índices de audiência médio dos programas?

Antecipadamente agradeço pela atenção. Toda e qualquer ajuda será muito bem-vinda para abrilhantar os dados da pesquisa.

Atenciosamente,

Flávio Nehrer

(21) 98699-0411

APÊNDICE D – Quadro Analítico dos Programas (versão 1)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (Aparenta nervosismo por estar na frente das câmeras)	1.1.2 Expressão corporal (mexer em demasia braços, gritar etc.)
1.1.3 Apresentação visual: terno e gravata?	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza
1.1.5 Agressividade	1.1.6 Deboche
1.1.7 Ameaça	1.1.8 Indignação
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Carisma	1.2.2 Honestidade/Integridade
1.2.3 Competência	1.2.4 Valores morais
1.2.5 Valores políticos	
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política	2.1.2 Forças Armadas
2.1.3 Gênero (LGBTQIA+)	2.1.4 Raça
2.1.5 Direitos Humanos	2.1.6 Mulher
2.1.7 Religião	2.1.8 Segurança Pública
2.1.9 Outros temas? Quais?	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários/partidos/projetos	2.2.2 Apelo à mudança (do mundo atual)
2.2.3 Ênfase em realizações próprias	2.2.4 Ofensiva quanto a temas substantivos (avaliando o hoje e projetando)
2.2.5 Apelo pragmático/racional com propostas	2.2.6 Uso de frases de efeito
2.2.7 Apresentação de dados sobre temas	
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou tem corpo de jurados?	3.1.2 Grau de convivência do apresentador
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver)
3.1.5 Relação do(s) jurado(s) com o deputado	3.1.6 Plateia no auditório? Qual nível de participação?

3.1.7 Tem outro(s) entrevistado(s)?	3.1.8 Itens do programa: música? brincadeiras/jogos? merchandising? fofocas?
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa	3.2.2 Produção de vídeo introdutório
3.2.3 Uso de música-tema	3.2.4 Iluminação diferenciada no ambiente
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.)	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela	

Fonte: criação do autor

APÊNDICE E – Quadro Analítico dos Programas (versão 2)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras):	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.):
1.1.3 Uso de terno e gravata?	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza:
1.1.5 Agressividade:	1.1.6 Deboche:
1.1.7 Ameaça:	1.1.8 Indignação:
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais:	1.2.2 Valores políticos:
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política:	2.1.2 Forças Armadas:
2.1.3 Questões LGBTQIA+:	2.1.4 Raça:
2.1.5 Direitos Humanos:	2.1.6 Mulher:
2.1.7 Religião:	2.1.8 Segurança Pública:
2.1.9 Outros temas? Quais?	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários/partidos/projetos:	2.2.2 Apelo à mudança (do mundo atual):
2.2.3 Ênfase em realizações próprias:	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas:
2.2.5 Uso de frases de efeito:	2.2.6 Apresentação de dados sobre temas:
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados?	3.1.2 Grau de leniência do apresentador:
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver):
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)?	3.1.6 Plateia no auditório? Participa?
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado:	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos?
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa:	3.2.2 Produção de vídeo introdutório:
3.2.3 Uso de música-tema:	3.2.4 Iluminação diferenciada no ambiente:
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.):	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo:
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela:	

Fonte: criação do autor

APÊNDICE F – Quadro Analítico do Programa 1 (Manhã Maior)

1- Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras)? gentil com as apresentadoras, parecendo estar à vontade naquele ambiente	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): fala de forma apressada, cometendo erros de concordância. Parece não querer dar tempo para eventual resposta do outro entrevistado ou mesmo das entrevistadoras
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Sim (sobre o ‘Kit Brasil sem Homofobia’)
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Sim	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	

3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Daniela Albuquerque e Keila Lima apresentam e entrevistam	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Não
3.1.3 Linguagem das apresentadoras: Firme	3.1.4 Descrição dos jurados: Não houve
3.1.5 Relação jurado(s)-deputado: Não houve	3.1.6 Plateia no auditório? Não houve
3.1.7 Tem outro(s) entrevistado(s)? Sim	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Não falaram sobre
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 10:30	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Sim
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Sim	

APÊNDICE G – Quadro Analítico do Programa 2 (Superpop)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Sim, sorriso amarelo no início	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Sim
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Não
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: algumas frases de efeito
1.1.7 Ameaça: Sim	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Sim	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Não	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Sim	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Outros convidados	3.1.2 Grau de leniência da apresentadora: tentou mediar o tempo para todos convidados
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado: Por vezes, negativa	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): não havia jurados, mas convidados

3.1.5 Relação jurado(s)-deputado: muita discórdia. Debate intenso com Paulo Persil	3.1.6 Plateia no auditório? Participação? Sim. Participação intensa, aliás
3.1.7 Tem outro(s) entrevistado(s)? Sim, convidados: o cabeleireiro Paulo Persil e sua filha Gleyce Persil; Ireneu Franceschini (pai do BBB10 Serginho); e Cátia Paganote (ex-paquita <i>Miúcha</i>). Ireneu e Cátia foram os que falaram menos durante o programa	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Sem informação de outras atrações do <i>Superpop</i> . Quando muito, que a partir do dia seguinte seria televisionado também para Paris. Houve várias chamadas para uma reportagem sobre André, que não tinha coragem de confessar sua homossexualidade aos pais, e que só o fez acompanhado de uma repórter da Rede TV! No final do debate, ele apareceu e também deu sua palinha contra o deputado
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 57:52	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Sim
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Sim	

APÊNDICE H – Quadro Analítico do Programa 3 (Ratinho)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Sim
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Não	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Sim	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Não
3.1.3 Linguagem do apresentador: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Sim	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Sim, e de forma ativa

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Embate, confronto	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Neste quadro, só debate
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 27:57	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Sim	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Sim	

APÊNDICE I – Quadro Analítico do Programa 4 (CQC)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Pela primeira vez, não. Camisa social apenas	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Sim	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Não
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Sim
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Sim	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Sim (drogas)	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Pessoas na rua perguntam (povo-fala)	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Sim, tolerante às vezes
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado: Tolerante	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Marco Luque e Rafinha Bastos

3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Não
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Brincadeira, são tratados como humoristas	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Só analisado o quadro <i>Povo quer saber</i> , mas o programa tem mais atrações
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 4:33	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Muitos: (gargalhada, lamento ‘ohhh’ etc.)	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Não
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Não	

APÊNDICE J – Quadro Analítico do Programa 5 (Superpop)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Sim
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Entrevista, mas propõe debate entre as partes	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Afaga, elogia a beleza do deputado...
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado: Protecionista	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não são jurados, mas convidados (ver item 3.1.5)

3.1.5 Tem outros entrevistados? Thammy Miranda, pastores Fábio Inácio e Marco Gladstone, trans Maitê Schneider e a cantora Dona Kelly	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Sim, com vaias e palmas
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Muito polêmica, menos com Thammy Miranda	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Se tem, não mostrou nos dois blocos
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 1:15:05	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Sim
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Não
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Sim	

APÊNDICE K – Quadro Analítico do Programa 6 (Casos de Família)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.) Sim
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Sim
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Sim
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Não
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Sim	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Não	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Sim
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Cristina Rocha permite debate entre os convidados. Às vezes, ela mesmo pergunta	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Normal.
3.1.3 Linguagem da apresentadora: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não

3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Sim	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Sim. Alguns fazem perguntas a Bolsonaro
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Vários embates	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Não mostrou
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 16:10	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Não	

APÊNDICE L – Quadro Analítico do Programa 7 (Agora é Tarde)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Não	1.1.6 Deboche: Sim
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Sim
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Jurados? Sim	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Sim
3.1.3 Linguagem do apresentador: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Muitas palmas

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Brincadeiras, música, montagens com conteúdo da Internet
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 22:24 (programa tem 42:21, entrevista foi de 9:37 a 32:01)	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Sim	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Sim
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Não	

APÊNDICE M – Quadro Analítico do Programa 8 (Custe o que Custar)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim (sem paletó porque usou polígrafo)	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Não	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Não
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Não	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Não	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Jurados? Sim	3.1.2 Grau de leniência apresentador: Normal
3.1.3 Linguagem do apresentador: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Não

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Esse é um quadro dentro do programa que mistura humor e Internet
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 7:22	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Sim	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Não
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Não	

APÊNDICE N – Quadro Analítico do Programa 9 (Mulheres)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Sim
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Não
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Sim
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Sim
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Sim. Indígenas	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Sim
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista ou jurados? Cátia Fonseca entrevista	3.1.2 Grau de leniência da apresentadora: Muito grande
3.1.3 Linguagem da apresentadora sobre o deputado: Respeitosa	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Não se manifestou

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Não especificados
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 55:01	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC): 0:57 Para quem	Bolsonaro vai quebrar a louça?

APÊNDICE O – Quadro Analítico do Programa 10 (Morning Show)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Não	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Sim
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Sim	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Não
2.1.9 Outros temas? Quais? Sim. Amazônia.	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Programa apresentado por Zé Luiz e equipe (Thiago Rocha, Micheli Machado, Patrick Maia e Renata del Bianco)	3.1.2 Grau de leniência dos apresentadores: Zé Luiz, que comandava a mesa, discordou por diversas vezes de Bolsonaro

3.1.3 Linguagem do apresentador: Firme sem ser grosseiro. Delicadamente discordava, expressando isso de forma clara	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)?: Não	3.1.6 Plateia no auditório? Não, mas uma telespectadora ligou de Maceió
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Thiago e Renata não perguntaram. Patrick brincou muito, Micheli única além de Zé Luiz a fazer perguntas	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Povo-fala (em vídeo), participação de ouvinte (a alagoana concorreu a prêmios), brincadeiras
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 50:00	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Não
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Vários, mudando conforme assunto. Exemplos: 1:06: Deputado Jair Bolsonaro no Morning Show; 5:33: Bolsonaro responde as perguntas do povo nas ruas; 6:29: Bolsonaro lança o seu próprio kit cura gay; 15:55: Bolsonaro comenta as manifestações sindicais pelo Brasil; 30:51: Jogo da pescaria com Jair Bolsonaro; 41:02: Bolsonaro nega ser racista	

APÊNDICE P – Quadro Analítico do Programa 11 (Ratinho)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Sim
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Sim
1.1.7 Ameaça: Sim	1.1.8 Indignação: Sim
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Sim	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Sim
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Sim
2.1.7 Religião: Sim	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Sim. Comunismo, Cuba, Venezuela...	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Sim	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Sim (como por exemplo ‘Direitos Humanos para humanos direitos’)	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Sim
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	

3.1.1 Apresentador entrevista? Sim	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Bem tolerante
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Sim. Participa com palmas
3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Programa tem merchandising, música, brincadeiras
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 38:01 (blocos de 26:04 e 11:57)	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Sim
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Sim	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: 1:21 Dois	dedos de prosa com Jair Bolsonaro

APÊNDICE Q – Quadro Analítico do Programa 12 (Agora é Tarde)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Sim
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Não
1.1.7 Ameaça: Sim	1.1.8 Indignação: Sim
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Não	1.2.2 Valores políticos: Não
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Não	2.1.2 Forças Armadas: Sim
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Sim
2.1.7 Religião: Sim	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Sim. Drogas	
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Sim	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Nenhum, foi bem questionador
3.1.3 Linguagem do apresentador: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Sim

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Banda, um comentarista (Marcelo Mansfield), brincadeiras, edições de vídeos (Passou na TV) ou viralizam na Internet etc.
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 25:30	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Não	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: Não	

APÊNDICE R – Quadro Analítico do Programa 13 (Pânico na Band)

1 – Retórica da Mensagem	
1.1 Elementos de performance	
1.1.1 Timidez (aparenta nervosismo na frente das câmeras): Não	1.1.2 Expressão corporal (mexe em demasia braços, grita etc.): Não
1.1.3 Uso de terno e gravata? Sim	1.1.4 Autoconfiança/Firmeza: Sim
1.1.5 Agressividade: Sim	1.1.6 Deboche: Sim
1.1.7 Ameaça: Não	1.1.8 Indignação: Não
1.2 Atributos pessoais	
1.2.1 Valores morais: Sim	1.2.2 Valores políticos: Sim
2 – Construção do discurso	
2.1 Temas levantados	
2.1.1 Dados biográficos e atuações anteriores na política: Sim	2.1.2 Forças Armadas: Não
2.1.3 Questões LGBTQIA+: Sim	2.1.4 Raça: Não
2.1.5 Direitos Humanos: Sim	2.1.6 Mulher: Não
2.1.7 Religião: Não	2.1.8 Segurança Pública: Sim
2.1.9 Outros temas? Quais? Sim. Tortura e	drogas
2.2 Táticas do discurso	
2.2.1 Ataques a adversários, partidos ou projetos: Sim	2.2.2 Apelo à mudança do mundo atual: Não
2.2.3 Ênfase em realizações próprias: Não	2.2.4 Apelo pragmático/racional com propostas: Não
2.2.5 Uso de frases de efeito: Não	2.2.6 Apresentação dados sobre temas: Não
3 – Elementos audiovisuais (da emissora)	
3.1 Características do programa:	
3.1.1 Apresentador entrevista? Sim	3.1.2 Grau de leniência do apresentador: Nenhum. Quer é debochar (<i>lacrar</i> , diriam os mais jovens)
3.1.3 Linguagem do(a) apresentador(a) sobre o deputado: Normal	3.1.4 Descrição dos jurados (se tiver): Não
3.1.5 Tem outro(s) entrevistado(s)? Não	3.1.6 Plateia no auditório? Participa? Não

3.1.7 Relação jurado(s)-deputado e/ou convidado(s)-deputado: Não	3.1.8 Programa tem música, jogos, fofocas ou vídeos? Esse é um quadro dentro de um programa de humor
3.2 Técnicas de produção	
3.2.1 Tempo do programa: 11:33	3.2.2 Produção de vídeo introdutório: Não
3.2.3 Uso de música-tema: Não	3.2.4 Iluminação diferenciada ambiente: Não
3.2.5 Sons (suspense, gargalhada etc.): Sim	3.2.6 Movimentação de câmera: close no deputado, por exemplo: Sim
3.2.7 Uso de tarja (GC) na tela: 0:34	Poderoso entrevista o polêmico Bolsonaro