

Artigo / Article

# Uma fusão discursivo-espetacular entre política, mídia e religião na campanha presidencial de 2018 no Brasil

*A discursive-spectacular fusion of politics, media and religion in Brazil's 2018 presidential campaign*

**Antonio Carlos Soares** 

Universidade Federal do Pará, Brasil  
pantoni32@yahoo.com.br  
<https://orcid.org/0000-0002-8474-8432>

**Fátima Cristina da Costa Pessoa** 

Universidade Federal do Pará, Brasil  
fpessoa37@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-9967-9708>

**Lucas Martins Gama Khalil** 

Universidade Federal de Rondônia, Brasil  
lucas.khalil@unir.br  
<https://orcid.org/0000-0002-5690-3271>

Recebido em: 26/01/2024 | Aprovado em: 21/05/2024

## Resumo

O presente artigo objetiva, centralmente, articular os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de base enunciativa e a produção de Guy Debord (1997) sobre o espetáculo social, a partir da proposta de uma fusão discursivo-espetacular entre o político, o midiático e o religioso, na campanha eleitoral de 2018 protagonizada pela coligação partidária "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos", composta pelo Partido Social Liberal (PSL) e pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB). Procura-se demonstrar, segundo a perspectiva de Debord (1997), a profunda relação entre capitalismo e espetáculo social, tido como relações mediadas por imagens. Também se busca articular espetáculo social e cena de enunciação, noção que recupera o processo de representação da própria situação de tomada da palavra, por meio da constituição discursiva das instâncias enunciativas: o par enunciador/co-enunciador e as coordenadas de tempo e espaço da enunciação. Ainda, apresenta-se uma proposta de análise do *corpus* que consiste em destacar na materialidade verbo-visual os traços que evidenciam o funcionamento discursivo que se apresenta como

hipótese desta pesquisa: uma fusão discursivo-espetacular entre discursos que circulam nos campos político, midiático e religioso, especificamente.

**Palavras-chave:** Fusão discursiva • Espetáculo • Cena de enunciação • Campanha eleitoral • Campos discursivos

## Abstract

The main objective of this article is to correlate the theoretical assumptions of enunciative Discourse Analysis and Guy Debord's (1997) work on the social spectacle, through the proposal of a discursive-spectacular fusion between the political, the media and the religious, in the 2018 election campaign led by the party coalition "Brazil above everything, God above everyone", composed of the Social Liberal Party (PSL) and the Brazilian Renewal Labor Party (PRTB). The aim is to demonstrate, from Debord's perspective (1997), the profound relationship between capitalism and social spectacle, understood as relations mediated by images. It also seeks to associate social spectacle and the scene of enunciation, a notion that recovers the process of representation of the very situation of speaking, through the discursive constitution of the enunciative instances: the enunciator/co-enunciator pair and the coordinates of time and space of enunciation. In addition, a proposal for analyzing the corpus is presented, which consists of highlighting, in the verbal-visual materiality, the traits that show the discursive functioning that is presented as the hypothesis of this research: a discursive-spectacular fusion between discourses that circulate in the political, media and religious fields, specifically.

**Keywords:** Discursive fusion • Spectacle • Scene of enunciation • Election campaign • Discursive fields

## Introdução

Este artigo emerge do esforço por melhor compreender as relações interdiscursivas com base na articulação entre os pressupostos teóricos da Análise do Discurso, especificamente a partir da teorização de Dominique Maingueneau (2006b; 2015; 2016) e a produção de Guy Debord (1997) sobre o espetáculo social. O fio condutor é a proposta de uma fusão discursivo-espetacular entre o político, o midiático e o religioso, na campanha eleitoral da coligação partidária "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos" – composta pelo Partido Social Liberal (PSL) e pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB) –, que lançou Jair Messias Bolsonaro candidato à Presidência da República Federativa do Brasil, em 2018.

Na base desta fusão está a percepção de que os limites entre os discursos advindos dos campos político, midiático e religioso se mostraram ainda mais permeáveis em relação às condições de sua enunciabilidade.

Inicialmente, na primeira seção, apresenta-se, em linhas gerais, a proposição de Debord (1997) sobre o espetáculo social como constructo teórico que aponta para o predomínio das imagens como mercadorias na mediação entre atores sociais em uma sociedade capitalista. Na

## LINHA D'ÁGUA

segunda seção, desenvolve-se os pontos de articulação entre os processos que fundam o espetáculo social e os processos enunciativos que a eles dão concretude, defendendo-se que esses pontos de articulação ampliam a percepção do funcionamento de práticas discursivas sustentadas por relações interdiscursivas imersas em um “bios” espetacular. Por fim, na terceira seção, argumenta-se, em uma proposta de análise de dados da campanha presidencial de 2018<sup>1</sup>, a pertinência de se pensar as relações interdiscursivas entre os campos político, midiático e religioso em termos de uma fusão discursivo-espetacular, em razão de essa proposição dar conta das formas de enunciar espetacularmente o real em novas configurações das práticas discursivas em contextos contemporâneos das tecnologias digitais.

## 1 Capitalismo e espetáculo social

Capitalismo e espetáculo, em uma certa medida, se recobrem e se retroalimentam. Pensando assim, Guy Debord (1997) desenvolveu um conjunto de teses na conhecida obra *A sociedade do espetáculo*<sup>2</sup>. Para este artigo, interessa, particularmente, ainda que em resumo, apontar não o feixe de teses, mas o fio condutor traçado pelo autor e comentado por pesquisadores que se debruçaram sobre a sua obra.

Conforme Frederico (2010), Debord iniciou sua carreira como crítico de artes e diretor de cinema, tempo em que a crise da comunicação artística e o predomínio da imagem serviram para preparar os fundamentos da teoria sobre a sociedade do espetáculo, desenvolvendo “uma crítica mordaz à sociedade capitalista e ao domínio da imagem” (Frederico, 2010, p. 178).

Para Debord (1997), embora o espetáculo esteja associado a imagens, o espetáculo de que fala “não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 1997, p.14), o que aponta para as representações que fundamentam as diversas relações entre atores sociais. Visto assim, o espetáculo não deve ser compreendido como o produto do desenvolvimento das técnicas de difusão maciça de imagens, antes, como uma cosmovisão objetivada no meio social:

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é, ao mesmo tempo, o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento ao mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares - informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos - o espetáculo constitui o modelo atual de vida dominante na sociedade (Debord, 1997, p. 14).

---

<sup>1</sup> O *corpus* para este artigo constitui-se de dois programas da campanha eleitoral de Jair Messias Bolsonaro transmitidos pela TV, rádio e outras mídias, nos dias 15 de outubro de 2018 (vídeo 1) e 25 de outubro de 2018 (vídeo 2). Esses dois programas integram um conjunto de treze programas eleitorais transmitidos no período de 12 a 26 de outubro de 2018, que correspondeu ao segundo turno da referida campanha. Na ordem de veiculação dos programas, os vídeos selecionados correspondem ao de número 03 e ao de número 12, respectivamente. A fonte da qual os vídeos foram acessados foi o canal Meu Jornal na rede social *YouTube* onde o material reunido está disponível, na data da produção deste artigo, e pode ser acessado por meio dos links que constam em anexo.

<sup>2</sup> A obra *A sociedade do espetáculo* foi publicada em 1967. No texto, a referência remete à tradução em língua portuguesa, publicada em 1997.

Essa afirmação do autor substancia a reflexão de que a vida no ambiente midiático não é a origem do espetáculo, embora o exponha em proporções antes inimagináveis. Enquanto fenômeno social, o espetáculo diz respeito a “um afastamento entre o vivido e a representação” (Zacarias, 2022, p. 19). O desenvolvimento desta tese implica compreender que:

Aquilo que era experimentado pelos indivíduos como atividade concreta – notadamente a experiência do trabalho, que ocupava a maior parte do tempo de vida ativa e que, de acordo com a tradição marxista, era uma atividade intrinsecamente alienada – era profundamente distinto de tudo que lhes era oferecido enquanto consumo de imagens e de entretenimento. Ao mesmo tempo, os meios para representar as experiências individuais eram inexistentes, dada a concentração dos meios de produção e difusão de imagens nas mãos de grandes conglomerados da indústria cultural (Zacarias, 2022, p. 19).

Zacarias (2022) defende que as imagens na sociedade do espetáculo estão para as mercadorias na sociedade capitalista. Em ambas, a dimensão abstrata – a dimensão do valor – subjuga a sua dimensão concreta. Nessa relação de equivalência, Zacarias (2022, p. 18) destaca que Debord (1997) questionou o processo por meio do qual ocorre “a subsunção da vida cotidiana à lógica do fetichismo da mercadoria”. Considerando-se o espetáculo social como uma forma fundamental de capitalismo, é ele que fornece as premissas para a efervescência das mídias e de um mundo midiaticizado e não o contrário: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo” (Debord, 1997, p. 32).

Portanto, embora o autor não use a expressão, trata-se de um “bios”<sup>3</sup> espetacular, de um ambiente saturado de produção de imagens que se interpõem nas relações como representações monopolizadas pelo espetáculo. Conforme Ramos (2008, p. 45), uma vez que as relações sociais são mediadas por imagens, o espetáculo se torna uma visão de mundo e se constitui no modelo atual da vida dominante que “molda as várias instâncias da sociedade: a economia, a política, a cultura, e, naturalmente, a religião. O espetáculo, assim, se apresenta como instrumento de unificação, plasmando uma cosmovisão comum”.

Em síntese, o pensamento do autor é o de que todas as interações vividas em sociedade são mediadas pelo espetáculo, isto é, por imagens construídas e projetadas como representações do real, segundo Zacarias (2022, p. 35), “uma representação consumível, que não emana de nenhum vivido concreto”. E ainda reforça que o “conjunto dos fenômenos aparentes é oferecido diretamente aos olhos dos espectadores, cuja experiência do mundo sensível é agora especulativa” (Zacarias, 2022, p. 31).

---

<sup>3</sup> A ideia de “bios” espetacular decorre da relação feita entre as afirmações de Santi e Baptaglin (2018), sobre os processos de midiaticização, para quem atualmente vivemos na sociedade da midiaticização ou da hipermediaticização, em que se cria uma “nova atmosfera social” (um novo “bios”, um novo ecossistema), fora do qual não é mais possível viver; e de Debord (1997) que interpreta as sociedades modernas como inteiramente imersas no ambiente do espetáculo.

Zacarias (2022) também nos apresenta um segundo momento das reflexões de Debord, em obra publicada originalmente em 1988, considerada complementar à obra de 1967, em que passa a ser revista “a noção de separação em uma nova configuração histórica na qual o espetáculo tem, em certa medida, integrado a realidade, refazendo-a segundo seus próprios pressupostos” (Zacarias, 2022, p. 91). A continuidade das reflexões de Debord se constitui vinte anos depois da publicação de *A sociedade do espetáculo*, em um contexto em que o autor reconhece que o espetáculo como fenômeno social expandiu-se em proporção equivalente à expansão do capital, de tal modo que se transformam as formas de compreender os processos de mediação por meio das imagens/mercadorias que se oferecem ao consumo.

Essas transformações, consistentemente discutidas em Zacarias (2022), aparecem como momentos relevantes para a articulação das proposições sobre o espetáculo social às proposições sobre os processos enunciativos que dão a ele concretude. Tal articulação não se produz a partir da mera soma de teorias, mas de um esforço por compreender a produção enunciativa de maneira não desassociada do bios espetacular delineado nesta seção.

## 2 Espetáculo social e enunciação

A proposição da sociedade do espetáculo em Debord (1997) se fundamenta na noção de separação entre a experiência concreta e sua representação como princípio estruturante da sociedade. Conforme já mencionado antes, esse processo conduz à alienação que, conforme Zacarias (2022, p. 19), corresponde à “perda dos meios mais elementares de experiência e de representação do vivido”. As imagens constituídas e consumidas na lógica do espetáculo são equivalentes à produção de mercadorias, assim descritas:

A mercadoria é um objeto, mas não é um objeto qualquer, e sim um tipo específico que se apresenta sob uma forma historicamente determinada – por isso Marx fala em forma-mercadoria. Trata-se de um objeto que não é mais concebido apenas por suas dimensões concretas, mas que é determinado agora por sua dimensão abstrata – em outros termos, tem seu valor de uso subjugado por seu valor de troca. (...) a imagem espetacular é um tipo específico de imagem, que também se apresenta sob uma forma historicamente determinada – e aqui, em analogia a Marx, poderíamos falar de uma forma-espetáculo da imagem. Essa imagem também aparece dotada de algo que ultrapassa suas funções representativas ou rituais – que poderíamos chamar de seu valor de uso – e se apresenta agora igualmente habitada por uma fantasmagoria, imbuída de um “caráter fetichista”, resultante da incompreensibilidade dos processos sociais. Essa imagem também está submetida à lógica da mercadoria, isto é, a lógica da equivalência. Não é mais imagem de algo ou para algo, mas uma simples imagem que pode ser trocada, substituída por qualquer outra (Zacarias, 2022, p. 32-33).

Como resultado dessa intensa (re)produção de mercadorias, estão as consequências objetivas, relacionadas, entre outras, às transformações ambientais decorrentes da ação humana nas práticas de produção e consumo, e as consequências subjetivas, relacionadas às formas de socialização decorrentes dessas mesmas práticas. Dessa tensão entre transformações objetivas e subjetivas, se cultivam as condições de enunciabilidade que fundam práticas discursivas.

## LINHA D'ÁGUA

Tecendo a articulação entre as proposições acerca do espetáculo e da linguagem como fenômenos sociais, relaciona-se a discussão sobre a relação social mediada por imagens às proposições de Maingueneau (1997, p. 34) sobre a cena de enunciação, noção que recupera o processo de representação da própria situação de tomada da palavra, por meio da constituição discursiva das instâncias enunciativas: o par enunciador/co-enunciador e as coordenadas de tempo e espaço da enunciação. Trata-se, portanto, de um processo de caráter reflexivo, ao mesmo tempo uma representação requerida pela inserção dos enunciadores em um campo discursivo<sup>4</sup> determinado e uma representação que legitima a tomada da palavra nesse campo:

O enunciador não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado (Maingueneau, 2016, p. 75).

A constituição de uma cena enunciativa, uma encenação na tomada da palavra, não é, para Maingueneau (1997, p. 34), “uma máscara do ‘real’, mas uma de suas formas, estando este real investido pelo discurso”. Na perspectiva do discursivista,

A “enunciabilidade” de um discurso, o fato de que tenha sido objeto de atos de enunciação por um conjunto de indivíduos não é uma propriedade que lhe é atribuída por acréscimo, mas algo de radical, que condiciona toda a sua estrutura (Maingueneau, 2008, p. 19).

A relação entre espetáculo social e enunciação se funda nos processos que garantem a possibilidade de encenar/enunciar com base em coordenadas que se pretendem universais, que se impõem em conjunturas objetivas do modelo capitalista que conduzem a consequências subjetivas, dada a instabilidade das instâncias de enunciação:

A onipresença de um mesmo discurso, que enuncia sempre uma mesma verdade e sempre com uma mesma construção formal – aquela da simultaneidade não contraditória da imagem, pois “dentro de uma imagem é possível justapor sem contradição qualquer coisa” (CSDE, §X) –, passa a obliterar a constituição de outras verdades e de outras linguagens (Zacarias, 2022, p. 121 – 122).

Com base nessa articulação, aprofunda-se a proposição de que a categoria espetáculo, mais que apontar para uma separação entre a experiência e a representação, aponta para as formas de enunciar espetacularmente o real, sustentando as possibilidades de existência desse mesmo real, “a produção concreta da realidade segundo os paradigmas da representação” (Zacarias, 2022, p. 96-97) espetacular.

Zacarias (2022) inicia a introdução de sua obra indagando se a categoria espetáculo ainda pode “auxiliar na elaboração de uma apreensão crítica da realidade social”.

---

<sup>4</sup> Maingueneau (2008) propõe os conceitos de universo, campo e espaço discursivos para se referir às múltiplas relações interdiscursivas implicadas nos processos de produção de sentidos e define por campo discursivo um conjunto de formações discursivas delimitadas reciprocamente em uma conjuntura determinada, possibilitando múltiplas redes de trocas, como a aliança, a neutralidade aparente, a polêmica etc.

Pretende-se demonstrar que sim, defendendo a hipótese de que esse caráter espetacular se efetiva por meio da fusão entre discursos oriundos de campos distintos, especificamente nesta análise os campos político, midiático e religioso, na campanha presidencial de 2018 no Brasil.

A fim de que essa hipótese possa ser explorada, é pertinente apresentar alguns outros elementos basilares da proposição de Dominique Maingueneau acerca das cenas de enunciação, além daqueles já abordados até aqui.

Em primeiro lugar, aponta-se que o autor justifica a escolha pelo sintagma “cena de enunciação” – em vez de “situação de enunciação” ou “situação de comunicação” – por dois motivos: (i) não reduzir o conceito nem a aspectos estritamente linguísticos, nem a uma abordagem unicamente sociológica; e (ii) pelo fato de “cena” apresentar a vantagem de “[...] poder referir ao mesmo tempo um *quadro* e um *processo*” (Maingueneau, 2015, p. 117, grifos do autor). Dito de outra forma, há, para a encenação de um discurso, um quadro relativamente mais estável, mas também, e fundamentalmente, tal encenação se constitui como um processo no qual as particularidades da enunciação legitimam, de maneira dinâmica, o próprio discurso.

Maingueneau (2006a; 2015) propõe o desdobramento da cena de enunciação em três planos complementares: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. Torna-se importante uma apresentação, mesmo que breve, dessas cenas, sobretudo porque a primeira delas diz respeito justamente ao modo como cada enunciação se apoia sobre as normas de dado campo discursivo na constituição, consolidação e transformação de um discurso.

A cena englobante está associada ao que o teórico designa como “tipo de discurso”, uma localização em dada esfera social, que define um estatuto pragmático à enunciação. Ainda segundo Maingueneau (2015, p. 118), a cena englobante “resulta do recorte de um setor da atividade social caracterizável por uma rede de gêneros de discurso”. As propriedades específicas de uma cena englobante são tomadas como referencial de um campo discursivo que se reconhece, da prática discursiva que o integra e do estatuto que os enunciadores assumem nas comunidades discursivas próprias a esse campo. Descrever a cena englobante é, em certa medida, mobilizar para a análise uma configuração estereotípica que sustenta as possibilidades de enunciação determinadas por uma ordem específica no campo/espço discursivo<sup>5</sup> em que se insere. Essa representação estereotípica, por sua vez, será sempre confrontada com os dados de uma cenografia singular que se configura nas cenas de enunciação tomadas como objeto de análise.

A cena genérica, por sua vez, tem em seu escopo as restrições implicadas pela inscrição do texto em determinado gênero, o que define aspectos como uma finalidade, uma estrutura composicional, um determinado uso de recursos linguísticos, um modo de existência material, entre outros. Para o autor, a cena englobante e a cena genérica, em conjunto, formam o “quadro cênico”, isto é, o plano de mais “estabilidade”, por assim dizer, da enunciação.

---

<sup>5</sup> Conforme Maingueneau (2008, p. 35), os espaços discursivos são “[...] subconjuntos de formações discursivas que o analista, diante de seu propósito, julga relevante pôr em relação”. Trata-se, portanto, de um recorte ainda mais delimitado em comparação ao dos campos discursivos.

Por fim, conforme Maingueneau (2015, p. 122), enunciar “[...] não é apenas ativar as normas de uma instituição de fala prévia; é construir sobre essa base uma encenação singular da enunciação: uma cenografia”. A terceira cena postulada pelo teórico, portanto, apresenta-se como o lugar em que o enunciador lida, ao mesmo tempo, com a relativa estabilidade de um campo discursivo e com as particularidades que legitimam (ou se propõem a legitimar) dado discurso. A variação cenográfica não se dá da mesma forma em diferentes quadros cênicos. A cena genérica do despacho, na cena englobante administrativa, por exemplo, pouco se abre a cenografias que divirjam muito entre si. Por outro lado, a enunciação que se instaura na cena englobante política, invariavelmente subordinada a um intenso processo de sedução e adesão, propicia a emergência de cenografias muito variadas.

A representação espetacular do real pode ser concebida, sob a perspectiva aqui adotada, na relação com essa complexa rede que constitui a cena enunciativa, de modo a postular um deslocamento no modo como mobilizar seus constituintes para análise. Para além de uma descrição da cena de enunciação implicada na campanha eleitoral da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” – composta pelo Partido Social Liberal (PSL) e pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB) –, que lançou Jair Messias Bolsonaro candidato à Presidência da República Federativa do Brasil, em 2018, destacando seu quadro cênico e a cenografia que o reveste, pretende-se compreender o modo como, em um contexto sócio-histórico caracterizado pelo uso massivo das tecnologias digitais e o *modus operandi* que tais redes adotam para a intensa circulação, no tempo e no espaço, de uma grande quantidade de textos, passam a se configurar as relações entre discursos advindos de campos distintos sob o signo da fusão discursivo-espetacular.

### 3 A fusão discursivo-espetacular na campanha presidencial de 2018 no Brasil

As análises a seguir são gestos de interpretação do funcionamento discursivo implicado nos e pelos vídeos da campanha presidencial de 2018 no Brasil, especificamente os vídeos da campanha eleitoral em segundo turno, protagonizada pela coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” – composta pelo Partido Social Liberal (PSL) e pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB)<sup>6</sup>.

Assumindo-se a perspectiva de Maingueneau (2011, p. 85) de que “um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada”, os gestos de análise do *corpus* consistem em destacar na materialidade verbo-visual os traços que evidenciam o funcionamento discursivo que se apresenta como hipótese desta pesquisa: uma fusão discursivo-espetacular entre discursos que circulam nos campos político, midiático e religioso, especificamente.

---

<sup>6</sup> Conforme anunciado na nota de rodapé número 4, para as reflexões deste artigo foram recortados apenas dois vídeos de um total de treze vídeos veiculados no Horário Gratuito Eleitoral da eleição presidencial de 2018 no Brasil em segundo turno. Embora sejam diretamente mencionados apenas os dois vídeos aqui apresentados, o escopo da pesquisa alcançou o total dos treze vídeos da campanha eleitoral.

A prática discursiva eleitoral que ensejou a produção, a circulação e o consumo dos textos audiovisuais veiculados no Horário Gratuito Eleitoral nas emissoras da TV e rádio abertas no Brasil no segundo turno das eleições reuniu comunidades discursivas divididas pelo alinhamento a duas coligações partidárias que disputavam as eleições à Presidência da República Federativa do Brasil no ano de 2018.

Entende-se, com base na literatura da área dos estudos do discurso, que os campos discursivos estão em constante relação e exercem, uns sobre os outros, uma espécie de regulação recíproca. Em se tratando do campo midiático, por exemplo, pode-se afirmar que em razão da complexidade das dinâmicas interativas transformadas pelas tecnologias analógicas e digitais que alcançam as massas em um contexto sócio-histórico marcado pelo capitalismo avançado, há tempos ele assume o protagonismo nos gestos interpretativos que pretendem compreender as demais esferas sociais. As práticas discursivas midiáticas, portanto, ocupam um espaço cada vez mais relevante, por exercerem a regulação dos processos de produção, circulação e consumo de formas simbólicas de visibilidade e invisibilidade nos diferentes campos discursivos. Por sua vez, o campo político tem sido convocado a regular as práticas discursivas midiáticas, em razão do alcance que tais práticas possuem na organização da vida em sociedade. Testemunha-se, portanto, a relevância das práticas discursivas midiáticas para o exercício do poder no campo político, religioso, científico, literário etc.

Em um dos vídeos de campanha eleitoral da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” no segundo turno das eleições presidenciais de 2018, a centralidade das práticas discursivas midiáticas é destacada como estratégia valorizada para o maior e mais efetivo alcance do eleitorado:

(1)

**Locutora:** As redes sociais revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam e esta é uma excelente notícia que faz nossa democracia respirar. E é das redes sociais que vem os apoios mais importantes. O apoio do nosso povo. [Vídeo 1]

No espaço discursivo recortado para esta análise, reconhecem-se os indícios da relação de um candidato com o público eleitor. Isso configuraria uma cena englobante eleitoral estereotípica do campo político atravessada pela prática discursiva do campo midiático que faz a mediação dessa relação entre candidato e eleitores. No entanto, considerando-se que o intenso consumo de mercadorias desemboca em intensas dinâmicas de produção, circulação e consumo de imagens como vínculo social, a mediação do campo midiático tende a se apagar, diluir-se em uma cena de enunciação que se representa espetacularmente como uma relação direta entre candidato e eleitores mais simplificada. Os vídeos que circulam nas redes sociais assumem uma aparência de vídeos espontâneos, uma vez que se ampliou o acesso a equipamentos que viabilizam a produção audiovisual sem a necessidade de qualquer especialidade técnica profissional e a canais por meio dos quais se dá vazão a essa produção a um grande público consumidor. A comunidade discursiva implicada pela prática discursiva no campo político é referida como parte da comunidade discursiva que produz a campanha eleitoral no campo midiático. Aproveitando as possibilidades que se abrem quando dessa fusão entre práticas que

circulam nesses campos, a campanha eleitoral em segundo turno da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” explora esse duplo estatuto que a comunidade discursiva de eleitores assume: aqueles que são afetados pela campanha são também aqueles que a fazem existir.

(2)

Você vai perceber que o nosso programa de TV é muito simples comparado à campanha do PT. Eles têm muito dinheiro a gente sabe. Estão gastando milhões e milhões de reais nessa campanha. Dinheiro sabe de quem né? Sim, dinheiro, meu, seu e de todos os que trabalhamos e pagamos os nossos impostos em dia. Bolsonaro votou contra o uso de bilhões do dinheiro público para financiar campanhas. E por ter votado contra, se recusa a usar essa fonte de recurso que seria até um direito dele. A nossa campanha é feita por voluntários e doadores. E você pode colaborar acessando o nosso site [jairbolsonaro17.com.br](http://jairbolsonaro17.com.br). [Vídeo 1]

A campanha eleitoral em segundo turno da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” se apresenta em oposição ao modo de produção da campanha eleitoral da coligação partidária concorrente. Mesmo referindo-se à campanha televisiva/radiofônica, o que se destaca é a simplicidade na produção do material midiático de campanha, que envolve “voluntários” e “doadores”. Tem-se o reforço de um apagamento de uma comunidade discursiva técnica e especializada em produzir e fazer circular os vídeos de modo que “viralizem”, cujo compartilhamento pareça espontâneo, parte de um grande movimento popular. O apoio legítimo precisaria residir, dessa forma, no contato mais direto com a população: “E é das redes sociais que vêm os apoios mais importantes. O apoio do nosso povo” [Vídeo 1]. Após essa fala da locutora, surgem em sequência diversos vídeos (supostamente) caseiros gravados por eleitores de Bolsonaro. Chama a atenção que esse conjunto de vídeos – heterogêneos em termos de qualidade de imagem e de gravação (alguns eleitores tremem a câmera, por exemplo), foco, iluminação etc. – valida justamente o aspecto de espontaneidade do apoio popular.

Esse *modus operandi* atual das práticas midiáticas em contexto digital é compreendido como um bios espetacular, uma vez que as imagens deslocam os interlocutores para o consumo de imagens mercadorias, elaboradas para fetichizar uma relação desejada, mas não concretizada. A condição objetiva de acesso às mercadorias alimenta a ilusão subjetiva de que a relação entre candidatos e eleitores consiste em uma relação sem qualquer hierarquia/assimetria. Entende-se que passa a funcionar uma fusão entre uma cena englobante eleitoral e uma cena englobante midiática, ao borrarem-se os limites do que define cada cena em particular sem que uma anule a outra. Entende-se que na configuração da cena englobante torna-se híbrido nessa fusão o estatuto dos enunciadores no contexto de (enunci)ação em que se inserem: produtos e produtores das formas de enunciar espetacularmente o real. São diferentes os efeitos de sentido que assumem a produção, os modos de circulação e de consumo dos textos que configuram essa prática discursiva situada na fusão discursivo-espetacular entre o político e o midiático, se comparados ao *modus operandi* das campanhas eleitorais que foram realizadas antes das redes digitais.

Do mesmo modo, em relação ao candidato da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, por meio de procedimentos técnicos próprios às práticas discursivas

situadas em um “bios” espetacular, a fusão entre uma cena englobante eleitoral e uma cena englobante midiática produz e faz circular uma imagem de político *outsider*, mesmo que o candidato já possua uma longa carreira política:

(3)

**Locutor in off:** (...) Começa agora o programa do presidente livre e independente, Bolsonaro 17.

**Locutora** [Surge uma mulher como Locutora tendo a imagem da bandeira do Brasil por trás de si]: Bolsonaro chegou até aqui na raça e com o apoio da grande maioria do povo brasileiro, um fenômeno que representa a força da vontade de mudança. Tentaram contra a vida dele, mas a determinação só aumentou. Foram mais de 49 milhões de votos com apenas oito segundos na TV.

**Locutor in off:** (...) Bolsonaro vai ter apoio político de pessoas novas com ideias novas e compromissadas com o Brasil. [Vídeo 1]

(4)

**Locutor in off:** No Brasil, morrem assassinados todos os anos mais de 60 mil pessoas. É um Maracanã lotado. Violência e desemprego são resultados da prática em que o PT se tornou especialista no Brasil: Corrupção. [Vídeo 2]

Por meio da fusão discursivo-espetacular, opera-se a produção de, pelo menos, duas mercadorias: um candidato e um eleitorado. Na cena de enunciação, esse candidato aparece desvinculado de todas as implicações de sua trajetória política anterior à campanha. Ele é caracterizado pelos signos da novidade, da liberdade, da independência, do amor, da coragem e principalmente da fé. Ao mesmo tempo, o eleitorado é caracterizado pelos signos do desejo por transformação e da resistência a uma ameaça.

Nessa prática discursiva fortemente marcada pelas técnicas de produção de imagens a serem consumidas, a fabricação de um candidato “livre e independente” e de um eleitorado que se sente sob ameaça passa a ter ainda maior valor simbólico por meio da construção de sua imagem como amparada e orientada por uma força cristã:

(5)

**Locutora:** (...) Vamos continuar via internet, e, agora, no rádio e aqui na televisão, levando esperança, combatendo notícias falsas e seguindo o lema do nosso futuro presidente: se assim Deus permitir.

**Bolsonaro:** Ao final de 2014 resolvi disputar as eleições em 2018. Para tanto comecei a andar pelo Brasil e adotei uma bandeira que uma passagem bíblica. João 8:32 - E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará. É uma bandeira que ninguém quase acredita porque como regra no nosso meio político a mentira está acima de tudo. [Vídeo 1]

Assim como entre os campos político e midiático constitui-se, na e pela cena de enunciação, uma intersecção fundamental para o exercício do poder simbólico sobre o outro, a intersecção com o campo religioso apresenta-se como outra fronteira reconfigurada pela cena de enunciação constituída na campanha eleitoral para a presidência do Brasil em 2018.

Da perspectiva histórica, as articulações entre os discursos advindos dos campos político e religioso podem ser recuperadas em diferentes momentos. Pode-se afirmar que, para o povo indo-europeu (gregos, romanos e vedas) e o povo hebreu, as formas de instituições sociais eram de caráter religioso, uma vez que “os primeiros códigos de direitos nas cidades antigas também decorriam das normas morais e dos deveres da crença religiosa, as primeiras autoridades políticas das cidades também guardavam em si competências de sacerdotes religiosos”

(Peccinin, 2016, p. 88). Constantino, imperador romano, e Agostinho, teólogo, importante pensador de seu tempo e grande influenciador católico e protestante, são figuras históricas que marcaram o contexto sócio-histórico de intersecção entre os campos. De acordo com Ferguson (2017), a partir de Constantino, a Igreja entrou na história imperial de tal forma que não se pode lidar com a história secular do quarto século sem se discutir sobre a Igreja. A aliança entre essas duas esferas durou cerca de 14 séculos e, embora tenha arrefecido por ocasião do Renascimento e do Iluminismo, nunca foi definitivamente rompida.

Várias são as estratégias atuais de fiéis evangélicos pentecostais e neopentecostais e de fiéis católicos carismáticos no funcionamento dessa fusão discursivo-espetacular que realiza a transferência desse poder simbólico religioso aos candidatos que apoiam e que funda o caráter de causa missionária às suas ações na política. Segundo Soares e Pessoa (2022), o discurso religioso é um elemento diferenciado na fusão discursivo-espetacular que é postulada para a interpretação da campanha presidencial de 2018 no Brasil protagonizada pela coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Trata-se, na perspectiva de Maingueneau (2006b), de um funcionamento discursivo tomado como constituinte. Esse caráter denota a assunção de uma autoridade absoluta, que não reconhece nenhuma outra discursividade além da sua. Os discursos, no campo religioso, autorizam-se apenas por si mesmos, pela força de uma fonte legitimadora absoluta – a ideia de Deus. A denominação da coligação partidária, que também passa a ser usado como *slogan* da campanha presidencial, torna evidente esse funcionamento discursivo de caráter constituinte.

Maingueneau (2006b, p. 35) faz menção a um paradoxo constitutivo dos discursos constituintes que assim é expresso: “esse Absoluto a partir do qual se autoriza é supostamente exterior ao discurso, para que possa lhe conferir sua autoridade, mas deve ser construído por esse mesmo discurso para poder fundá-lo”. Destaca-se desse excerto a centralidade dos processos enunciativos na configuração das relações e dinâmicas sócio-históricas nos campos discursivos em que os discursos constituintes se fundam. Dada a centralidade dos processos enunciativos, pode-se afirmar que eles estão em estreita relação com a mediação das relações sociais por meio de imagens, condição fundamental para a proposição da teoria do espetáculo social postulada por Debord (1997). Reforça-se que essa articulação entre espetáculo social e enunciação se aprofunda na direção proposta por Debord (1988, apud Zacarias, 2022) de uma integração entre as formas de narrar espetacularmente o real às condições de enunciabilidade historicamente circunscritas. A afirmação de Maingueneau (2006b, p. 36) corrobora essa proposição:

Uma análise da “constituição” dos discursos constituintes deve assim se ater a mostrar a articulação entre o intradiscursivo e o extradiscursivo, a imbricação entre uma representação do mundo e uma atividade enunciativa. Esses discursos representam o mundo, mas suas enunciações são parte integrante desse mundo que eles representam, elas são inseparáveis da maneira pela qual geram sua própria emergência, o acontecimento de fala que elas instituem. Não procuraremos, como no procedimento estruturalista, uma teoria da “articulação” entre o texto e uma realidade muda, não-textual: isso nos levaria a pressupor uma separação que

queremos superar. Na verdade, a enunciação se manifesta como dispositivo de legitimação do espaço de sua própria enunciação, a articulação de um texto e uma maneira de se inscrever no universo social. Recusamo-nos, assim, a dissociar, na constituição discursiva, as operações enunciativas pelas quais se institui o discurso, que constrói, assim, a legitimidade de seu posicionamento, e o modo da organização institucional que o discurso ao mesmo tempo pressupõe e estrutura.

É um funcionamento discursivo que não é afeito ao debate, ao contrário, tende a impor suas verdades e não a discuti-las. Em relação ao pleito presidencial de 2018, esse alinhamento produz enunciados como os que seguem:

(6)

**Participante 4 - Wellington Borges do Rio de Janeiro:** Deixem nossas crianças em paz.

(...)

**Participante 6 - Daniela Menezes de Minas Gerais:** Pela mudança, pela família, pela paz.

**Participante 3 - Anderson Rocha de Goiânia:** Um presidente que tenha Deus no coração. [Vídeo 1]

A adesão à candidatura da coligação partidária “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” se justifica em boa medida pela fé compartilhada e pela defesa contra uma ameaça – que coloca em risco o eleitor, sua família, seus valores, seu país. Essa ameaça é tão poderosa que precisa ser enfrentada com a intervenção divina. É com base nessa condição ameaçadora a que estariam expostos os eleitores que a intersecção entre o campo político e o campo religioso é retomada com toda a força e explicitude em um país que se define democrático e laico em sua Constituição. As imagens produzidas na lógica do espetáculo social que associam o candidato à presidência a uma figura ungida pelo divino são várias, desde a palavra bíblica que abunda nos textos da campanha eleitoral até a construção do simulacro da coligação partidária concorrente.

A forma como a trajetória do candidato é encenada e a missão de um salvador – tomando por base um imaginário cristão – reside na afirmação da pequenez do partido, no início do pleito eleitoral, e a sua ascensão meteórica, uma façanha alcançada por aqueles que teriam fé na mudança:

(7)

O PSL, nosso partido, que era o menor no Congresso, tem agora quatro senadores e a segunda maior bancada da Câmara com 52 deputados federais, entre eles os mais votados da história do Brasil. [Vídeo 1]

(8)

**Locutora** [Surge uma mulher como Locutora tendo a imagem da bandeira do Brasil por trás de si]: Bolsonaro chegou até aqui na raça e com o apoio da grande maioria do povo brasileiro, um fenômeno que representa a força da vontade de mudança. Tentaram contra a vida dele, mas a determinação só aumentou. Foram mais de 49 milhões de votos com apenas oito segundos na TV. [Vídeo 1]

Menciona-se o acontecimento da facada<sup>7</sup>, o que reforça uma imagem de martírio, que só viria a fortalecer o apoio popular. É pertinente observar que, durante essa menção ao atentado, o plano do vídeo mostra o candidato sendo carregado por eleitores em Juiz de Fora, poucos momentos antes da facada; porém, quando a locutora diz “mas a determinação...”, a sequência do vídeo começa a expor imagens de um Bolsonaro sorridente, acenando para eleitores no mesmo ato de campanha, a partir de imagens capturadas, obviamente, antes do atentado. É retratada, então, uma “ressurreição”, por assim dizer, imediata, na medida em que a continuidade da missão superaria a dor física, o sofrimento do homem de carne e osso. Novamente, o estar ao lado do povo cumpre, ainda que lateralmente, um papel na fusão entre o político, o midiático e o religioso, na medida em que o “Messias” da campanha presidencial de 2018 estaria ao lado dos simples, dos humildes, afastando-se das tramas e da corruptibilidade a que a política dos “poderosos” se submeteria.

Nesse mesmo sentido, mas agora em um movimento de rejeição do Outro, não é aleatório o recorte da fala de Antonio Palocci [Vídeo 2] sobre um suposto “pacto de sangue” que Lula teria feito com Emílio Odebrecht, o que denotaria a existência de forças ocultas agindo em prol do mal:

(9)

**Participante 1 - Antonio Palocci:** O Dr. Emílio Odebrecht fez uma espécie de pacto de sangue com o presidente Lula. Ele disse ao presidente Lula que tinha à disposição dele pro próximo período, para fazer as atividades políticas dele, 300 milhões de reais.

A construção do simulacro dos candidatos adversários também reforça a interdição do debate político que deveria respeitar as diferenças de posicionamentos religiosos. Um posicionamento distinto nesse campo é significado como desrespeito à totalidade do povo brasileiro, homogeneizando todos sob a mesma manifestação de fé:

(10)

**Locutor *in off*:** Haddad e Manuela são ateus. Na eleição desrespeitam a fé do povo brasileiro indo a missas e cultos.

**Participante 5- Manuela Dávila:** Brasileiros que não são cristãos como eu, né. [Vídeo 2]

Assim como em um primeiro momento da análise se defende que a prática discursiva do campo midiático se dilui em uma prática discursiva do campo político produzida pelos próprios eleitores em uma relação direta com o candidato, o que seria argumento para se postular uma fusão discursivo-espetacular que gera uma imagem mercadoria integrada à lógica do espetáculo social, nesse segundo momento da análise se defende que a prática discursiva do campo político se dilui em uma prática discursiva do campo religioso, mais uma vez operando-se a fusão discursivo-espetacular. As condições de enunciabilidade nessa campanha eleitoral que visam à adesão do eleitor em potencial integram um contexto sócio-histórico de um capitalismo avançado cuja disputa pelo controle dos espaços de poder é marcada pela violência

---

<sup>7</sup> JAIR Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora. **G1**, Juiz de Fora, 06 set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml>. Acesso em: 05 jan. 2024.

simbólica da manipulação das experiências mais íntimas do indivíduo, como a sua relação com o transcendente. Essa experiência passa a ser nivelada pelo acúmulo de imagens que constitui como mercadoria a ser consumida o perigo ameaçador ao mesmo tempo que constitui o caminho da salvação. Em um dos *frames* do vídeo 1, é possível observar, em primeiro plano, a focalização de um eleitor com as mãos levantadas para o céu. Esse homem não olha para as figuras políticas, que estão em um carro de som ao fundo, mas para o alto, como se o rumo das eleições estivesse lançado aos desígnios divinos. Como síntese desse processo de mediação, que se descreve neste artigo a partir da leitura dos vídeos da campanha eleitoral de 2018 no Brasil, Zacarias (2022, p. 230) afirma que se reconhece “na política apenas uma forma a mais de espetáculo, mais uma pseudocomunicação – isto é, uma recomposição artificial e subalterna de uma comunicação funcional, servindo à reprodução de conjunto de uma sociedade estruturada pela impessoalidade da produção de mercadorias”.

## Considerações finais

Retomando, nesta seção conclusiva, o estatuto pragmático relacionado à cena englobante, a partir do que se tem afirmado sobre o espetáculo, é possível atribuir a Bolsonaro, como síntese do modo de funcionamento da fusão discursivo-espetacular, o papel de um suposto artífice do espetáculo político-midiático-religioso. Tanto o que e o como se diz sobre ele, o que e o como ele mesmo afirma de si, bem como sua performance mais geral percebida na campanha em sua postura e tom podem ser apreendidos como traços de alguém que, de alguma maneira e em algum nível, propõe-se a lidar com o espetáculo como quem tem certa expertise nisso.

Assim, Bolsonaro pode ser considerado, por um lado, como produto – como quem é resultado de um processo – do espetáculo capitalista, do trabalho da agência midiática, que em torno dele busca criar a necessidade de tê-lo como presidente; por outro, pode ser interpretado como agente sobre o espetáculo que o circunda.

Enquanto produto fabricado pelas mídias, está sujeito ao jogo midiático, em que a lógica econômica – a da busca de fazer o produto aceito pelo público – recorre a artificialismos e mesmo manipulação de dados/acontecimentos/pessoas etc.

Por outro lado, a mesma campanha de Bolsonaro, enquanto produto de uma construção histórica mais dilatada no tempo, denuncia, nesse mesmo jogo e ao mesmo tempo, por meio de vários discursos circulantes nessa prática discursiva, a identidade dessa fusão e sua lógica de funcionamento, permitindo perceber várias marcas de uma posição espetacular político-religioso-midiática de extrema direita e conservadora.

Nessa perspectiva, o entendimento é que a fusão discursivo-espetacular atua para que “o político-escolhido de Deus” torne-se um produto sob medida cuja função é suprir as necessidades de um consumidor ameaçado. Para isso, nessa fusão, ocorre o inegável tratamento dos dados apresentados, o manejo da imagem do candidato de modo a torná-lo luminoso, o

contrário das trevas emprestadas aos adversários, os quais são apresentados como vilões. Assim, por meio da cena englobante política-midiática-religiosa, Bolsonaro é projetado como produto-herói indispensável a uma sociedade carente desse tipo de heroísmo.

## Referências

DEBORD, Guy. Commentaires sur La société du spectacle. In: Œuvres. Org. J.-L. Rançon. Paris: Gallimard, 2006[1988].

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERGUSON, E. *História da Igreja volume 1: dos dias de Cristo à Pré-reforma, a ascensão e o crescimento da Igreja em seus contextos cultural, intelectual e político*. Trad. Elias Silva *et al.* Rio de Janeiro: Central Gospel Ltda, 2017.

FREDERICO, C. Debord: do espetáculo ao simulacro. *Matrizes*, v. 4, n. 1, p. 179-191, 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1430/143016764011.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2021.

MAINGUENEAU, D. *Ethos, cenografia e incorporação*. In: AMOSSY, R. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2.ed. Trad. Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2016, p. 69-92.

MAINGUENEAU, D. *Discurso e análise do discurso*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. Trad. Cecília Perez de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 6.ed. São Paulo: Cortez, 2011.

MAINGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENEAU, D. *Discurso literário*. São Paulo: Contexto, 2006a.

MAINGUENEAU, D. *Cenas da enunciação*. Trad. Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva *et al.* Curitiba: Criar Edições, 2006b.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. 3.ed. Trad. Freda Indursky. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

PECCININ, L. E. *O discurso religioso na arena política: representação e deliberação democrática no Estado laico*. 180f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/42896/R%20-%20D%20-%20LUIZ%20EDUARDO%20PECCININ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 30 mar. 2021.

RAMOS, L. C. A sociedade do espetáculo e o discurso religioso. *Caminhando*, v. 13, n. 2, p. 141-154, 2008. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/Caminhando/article/view/1055>. Acesso em: 05 ago. 2021.

SANTI, V. J.; BAPTAGLIN, L. A. A midiaticização não existe: digressões possíveis da teoria da comunicação. In: PORTO JR. *et al* (Orgs). *Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo*, Vol. 1: Teorias do agendamento, *priming e framing* [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora Fi /Boa Vista: Editora da UFRR, 2018.

SOARES, A. C.; PESSOA, F. C. C. *RE-UNIR*. v. 9, n. 2, p. 125-147. 2022. Disponível em: <https://periodicos.unir.br/index.php/RE-UNIR/issue/view/521/278>. Acesso em: 20 dez. 2023.

ZACARIAS, G. F. *Crítica do espetáculo: o pensamento radical de Guy Debord*. São Paulo: Elefante, 2022.

## LINHA D'ÁGUA

---

## Anexo

---

### Transcrição do vídeo 1 - exibido em 15.10.2018

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rnjOdjR3K2c>. Acesso em: 20 nov. 2020.

**Locutor in off:** [A narração é conjugada a imagens do candidato do PT]. O primeiro ato de Haddad no segundo turno foi consultar seu chefe, condenado e preso por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. É, mas ficou feio. Ficou tão feio que o próprio presidiário mandou ele não ir mais. O PT quer fazer você esquecer do Lula por um tempo. Até o vermelho eles querem esconder de você. Haddad é PT, e isso o Brasil não quer mais [esse último enunciado é proferido quando aparece escrito # PTNÃO]. [Imagens de várias pessoas nas ruas nas praças em volta de Bolsonaro. Surge ao mesmo tempo escrito e em áudio: o capitão chegou]. Começa agora o programa do presidente livre e independente, Bolsonaro 17.

**Locutora** [Surge uma mulher como Locutora tendo a imagem da bandeira do Brasil por trás de si]: Bolsonaro chegou até aqui na raça e com o apoio da grande maioria do povo brasileiro, um fenômeno que representa a força da vontade de mudança. Tentaram contra a vida dele, mas a determinação só aumentou. Foram mais de 49 milhões de votos com apenas oito segundos na TV.

**Locutor in off:** Jair Bolsonaro venceu com larga vantagem em 4 regiões do Brasil. No Nordeste um outro recorde. Nunca um adversário do petismo teve uma votação tão forte. O PSL, nosso partido, que era o menor no Congresso, tem agora quatro senadores e a segunda maior bancada da Câmara com 52 deputados federais, entre eles os mais votados da história do Brasil. Bolsonaro vai ter apoio político de pessoas novas com ideias novas e compromissadas com o Brasil.

**Locutora:** As redes sociais revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam e esta é uma excelente notícia que faz nossa democracia respirar. E é das redes sociais que vem os apoios mais importantes. O apoio do nosso povo. [seguem alguns vídeos curtos de pessoas que afirmam ter votado no candidato]

**Participante 1 – Luana e Micael Barbosa de São Paulo:** Votamos em Bolsonaro porque pela primeira vez na história a causa do Brasil é mais importante do que a causa de um partido político.

**Participante 2 - Jussara Rios de Portugal:** Chega de bandido mandando em nosso país.

**Participante 3 -Anderson Rocha de Goiânia.** Queremos um país seguro e decente para os nossos filhos.

**Participante 4 - Wellington Borges do Rio de Janeiro:** Deixem nossas crianças em paz.

**Participante 5 – Murilo Lacerda de Minas Gerais:** Ele vai acabar com o “toma lá dá cá” e compor e compor uma equipe de ministros pelo critério da competência.

**Participante 6 – Daniela Menezes de Minas Gerais:** Pela mudança, pela família, pela paz.

**Participante 3 -Anderson Rocha de Goiânia:** Um presidente que tenha Deus no coração.

**Participante 2 - Jussara Rios de Portugal:** Pela ordem e pelo progresso meu voto é Bolsonaro.

**Participante 6 – Daniela Menezes de Minas Gerais:** Meu voto é Bolsonaro.

**Participante 2 - Jussara Rios de Portugal:** Eu voto Bolsonaro presidente.

**Participante 4 - Wellington Borges do Rio de Janeiro:** Estamos juntos capitão.

**Participante 2 - Jussara Rios de Portugal:** 17.

**Participante 1 – Luana e Micael Barbosa de São Paulo:** É 17

**Participante 4 - Wellington Borges do Rio de Janeiro:** 17.

**Participante 6 – Daniela Menezes de Minas Gerais:** 17.

## LINHA D'ÁGUA

**Locutora:** Você vai perceber que o nosso programa de TV é muito simples comparado à campanha do PT. Eles têm muito dinheiro a gente sabe. Estão gastando milhões e milhões de reais nessa campanha. Dinheiro sabe de quem né? Sim, dinheiro, meu, seu e de todos os que trabalhamos e pagamos os nossos impostos em dia. Bolsonaro votou contra o uso de bilhões do dinheiro público para financiar campanhas. E por ter votado contra, se recusa a usar essa fonte de recurso que seria até um direito dele. A nossa campanha é feita por voluntários e doadores. E você pode colaborar acessando o nosso site [jairbolsonaro17.com.br](http://jairbolsonaro17.com.br). Não temos recursos para grandes produções, mas temos o mais importante: uma bandeira que é verde e amarela e o apoio da grande maioria do povo brasileiro que não quer andar para trás. [Imagens de várias pessoas em passeata enquanto surge o áudio e a escrita: Quatro, cinco mil, queremos Bolsonaro Presidente do Brasil]. Vamos continuar via internet, e, agora, no rádio e aqui na televisão, levando esperança, combatendo notícias falsas e seguindo o lema do nosso futuro presidente: se assim Deus permitir.

**Bolsonaro:** Ao final de 2014 resolvi disputar as eleições em 2018. Para tanto comecei a andar pelo Brasil e adotei uma bandeira que uma passagem bíblica. João 8:32 - E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará. É uma bandeira que ninguém quase acredita porque como regra no nosso meio político a mentira está acima de tudo. A receptividade que tive em todos os locais que fui de todo o Brasil foi excepcional com essa bandeira. [Imagens de várias pessoas nas ruas nas praças em volta de Bolsonaro. Surge ao mesmo tempo escrito e em áudio: o capitão chegou]. E, obviamente, a nossa responsabilidade aumenta, mas também a certeza da esperança que o Brasil pode mudar pelas suas potencialidades e pelo seu povo maravilhoso que tem e quer cada vez mais colocar alguém que seja honesto no poder. Dessa forma nós podemos, sim, dar esperança ao nosso povo. [Música: Bolsonaro. Muda Brasil. Muda Brasil. Muda de verdade. Bolsonaro com amor e com coragem] Brasil acima de tudo e Deus acima de todos. Muito obrigado. [Imagens de Bolsonaro em campanha/comício enquanto surge o áudio e a escrita: um, dois, três, quatro, cinco mil, queremos Bolsonaro Presidente do Brasil]

## Transcrição do vídeo 2 - exibido dia 25 de outubro de 2018

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YrLHb1z-5To>. Acesso em: 20 nov. 2020.

**Locutor in off:** No Brasil, morrem assassinados todos os anos mais de 60 mil pessoas. É um Maracanã lotado. Violência e desemprego são resultados da prática em que o PT se tornou especialista no Brasil: Corrupção.

**Participante 1 - Antonio Palocci:** O Dr. Emílio Odebrecht fez uma espécie de pacto de sangue com o presidente Lula. Ele disse ao presidente Lula que tinha à disposição dele pro próximo período, para fazer as atividades políticas dele, 300 milhões de reais.

**Participante 2 - Mônica Moura, apresentada como Marqueteira do PT:** Nós fomos convidados, o João foi convidado para fazer a campanha à Prefeitura de São Paulo do Fernando Haddad... Dos 50 milhões totais da campanha, foi 30 em contrato e 20 milhões de reais não oficial, por fora em dinheiro.

**Locutor in off:** Corrupção é uma praga que tira a comida da mesa dos brasileiros, deixa pessoas nas filas da saúde e tira crianças da escola. O PT foi o responsável pelos dois maiores escândalos de corrupção da história: o Mensalão e o Petrolão. Até agora já foi comprovado o desvio de 47 bilhões de reais dos cofres públicos. O PT também inventou o Temer e juntos fizeram um estrago sem precedentes na nossa história. E, em sua propaganda, mentem, caluniam, inventam. O segundo poste de Lula age como um fantoche. Durante toda a sua campanha Haddad foi a Curitiba pedir a bênção do presidiário. Haddad foi o pior prefeito do Brasil e não conseguiu se reeleger. Responde a mais de 30 processos na Justiça. Haddad criou o kit gay e por mais que ele tente esconder, a gente mostra a verdade. Ouça seu secretário de alfabetização, quando ele foi Ministro da Educação.

**Participante 3 - secretário de alfabetização de Haddad:** Um dos materiais didáticos, um dos filmes, tinha um beijo na boca. E a gente ficou...

## LINHA D'ÁGUA

**Participante 4 - uma voz não identificada do auditório:** Um beijo lésbico.

**Participante 3 - secretário de alfabetização de Haddad:** Um beijo lésbico na boca. E a gente ficou uns três meses discutindo até onde entrava a língua né. (Repetição da expressão: até onde entrava a língua né- com efeito de lentidão na fala)

**Locutor in off:** Haddad e Manuela são ateus. Na eleição desrespeitam a fé do povo brasileiro indo a missas e cultos.

**Participante 5- Manuela Dávila:** Brasileiros que não são cristãos como eu, né.

**Locutor in off:** Agora, Haddad propõe mudar a constituição assim como Maduro fez na Venezuela. O judiciário brasileiro foi duramente ameaçado por líderes petistas. Veja:

**Participante 6 - Waldih Damous, deputado do PT:** Tem que fechar o Supremo Federal.

**Participante 7 - José Dirceu:** No primeiro dia, tirar todos os poderes do Supremo e ser só Corte Constitucional.

**Participante 8 - Roberto Requião, ex-governador do Paraná:** Ou o Supremo manda soltar Lula ou o Supremo não existe mais.

**Locutor in off:** O PT deixou obras inacabadas por todo o Brasil, principalmente na região que mais precisa: o Nordeste. Com o dinheiro público que o PT usou para financiar ditaduras de esquerda em outros países, a região hoje viveria uma outra realidade.

**Participante 9 - Laís Carine Lima:** Eu acho que a gente já viveu tempo demais escravo do PT.

**Locutor in off:** As nuvens sobre o PT pairam não é de hoje. Quem matou o ex-prefeito de Santo André, Celso Daniel?

**Participante 10 - Mara Gabrile, Deputada. Federal:** Que este mesmo ex-presidente Lula que eles disseram que tanto lutou pelo povo, é o mesmo ex-presidente que mandou extorquir empresários na cidade de Santo André. E desse esquema todo o que surtiu foi o brutal assassinato do prefeito Celso Daniel.

**Locutor in off:** O objetivo deles é tomar o poder, soltar o presidiário, mudar a constituição e nunca mais sair. O povo acordou. PT não. Começa agora o programa do presidente livre e independente. Bolsonaro 17.

**Bolsonaro:** Há quatro anos eu decidi disputar a Presidência da República. No primeiro momento, eu confesso, era difícil até para mim aquela situação. Como vencer um sistema? Como vencer uma máquina tão aferrada no terreno como é essa máquina que existe em Brasília? Políticos poderosos. Sabia que não teria um grande ou médio partido ao meu lado, não teria tempo de televisão, não teria fundo partidário, não teria nada. Hoje nós temos uma possibilidade concreta, real de ganharmos as eleições no próximo domingo. O que precisamos para tal? É nos mantermos unidos. Combater as mentiras, as fake News. Eu sou o contrário do que eles são. Eu sou uma ameaça aos corruptos. Meus irmãos, meus amigos, o momento é de união. Se essa for a vontade de Deus, estarei pronto para cumprir essa missão. Brasil acima de tudo, Deus acima de todos.

**Locutor in off:** As reais intenções do PT ficam claras. Ouça.

**Participante 11 (Voz de Lula):** É o seguinte, meu filho, eu tô com a seguinte tese: é guerra viu. E... e quem tiver a artilharia mais forte ganha.