

6.09.99 - Comunicação

O PERSONAGEM NA NARRATIVA DE CAMPANHA: UM ESTUDO SOBRE A CONSTRUÇÃO DO CAPITÃO JAIR BOLSONARO.

Vitória Teixeira Freitas¹, João Batista Freitas Cardoso²

1. Estudante de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie (CCL-UPM)
2. Doutor em Comunicação pela PUC-SP. Professor do CCL-UPM

Resumo

A utilização de estratégias narrativas em uma campanha política é fundamental. Um traço relacionado ao sucesso da campanha é a criação de uma narrativa com estrutura semelhante à ficcional, com a transformação do político em um personagem em uma história com começo, meio e fim. Este texto visa compreender a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro de 2018 como um tipo de narrativa ficcional, em que o político se apresenta como um personagem, o Capitão. Para alcançar os objetivos foi realizada revisão bibliográfica e análise documental. O corpus de análise compreendeu, predominantemente, entrevistas do candidato a programas de televisão no período de 30/07/18 a 28/09/18. Os resultados mostram que o candidato utilizou de recursos peculiares para a construção do personagem, com base na valorização do papel das forças armadas no regime militar ditatorial e na valorização das forças armadas em sua formação pessoal.

Palavras-chave: Marketing; Narratologia; Política.

Apoio financeiro: PIBIC - UPM.

Trabalho selecionado para a JNIC: UPM.

Introdução

Em meados de 1950, o termo “marketing político” começou a ser adotado nas campanhas eleitorais (Semprini, 2010). Desde então, a utilização do marketing político em corridas eleitorais acabou por afetar diretamente a decisão de voto dos eleitores, pois o plano de comunicação passou a considerar a construção da imagem do candidato.

Para destacar um candidato entre os demais é preciso um conjunto de ações de comunicação, que “tem por objetivo veicular as qualidades (reais ou supostas) do homem político” (SEMPRINI, 2010, p. 244). O autor ainda afirma que “a promoção da imagem visa construir o político como um personagem” (2010, p. 244).

A campanha de 1989, primeira após a ditadura, iniciou um processo de profissionalização, em que os políticos sentiram a necessidade de se destacar perante os concorrentes e recorreram a estratégias distintas de “construção da realidade” (ALBUQUERQUE, 1999). Desde então, as campanhas eleitorais passaram a fazer uso das narrativas das mídias.

Durante a campanha de 2018, o candidato a Presidência, Jair Bolsonaro, construiu um personagem político diferente: “O Capitão”. Seu comportamento nas mídias, com uma personalidade aparentemente destemida, autoritária, contra a “ameaça comunista”, com inimigos estabelecidos e trabalhando a lógica do embate, fixou a imagem do “Capitão” no cenário político.

A referência ao “Capitão” não se apresentaria como metáfora a estar no comando, como valor simbólico da patente, mas sim como parte da vida do próprio candidato. Entretanto, os resultados desta pesquisa mostram que em entrevistas e debates que participou, o candidato utilizou de recursos peculiares para a construção deste personagem, com base na valorização das forças armadas, na importância dos militares no regime militar ditatorial e na valorização das forças armadas em sua formação pessoal.

A pesquisa teve como principal objetivo compreender a estratégia de narrativa da campanha eleitoral de Jair Bolsonaro, que se voltou à construção do personagem “Capitão”. Para isso, optou-se por estudar a construção desse personagem nos programas televisivos no período da campanha. Percebeu-se que a construção do personagem se fundamenta na técnica persuasiva de criação do inimigo, colocando-se como o herói militar que tem inimigos que devem ser vencidos.

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, que envolveu procedimentos de revisão bibliográfica – com base em três eixos teórico/temático: (1) Marketing Político; (2) Narratologia; e (3) Personagem de Ficção – e análise documental. Foram selecionados como documentos entrevistas e debates promovidos pela imprensa televisiva. As redes sociais e o Horário Eleitoral Gratuito serviram como material de apoio.

Na análise do discurso, procurou-se “estabelecer ligações entre as condições de produção do discurso e sua estrutura. [...], pode-se descobrir a estrutura organizadora ou processo de produção, através da análise da superfície semântica e sintática deste discurso (ou conjunto de discursos)”. (FONSECA, 2014, p 301-302).

Como corpus de análise foram selecionados o programa Roda Viva (30/07/2018), entrevista ao Jornal Nacional (28/08/2018), entrevista à Globo News (03/08/2018), primeiro debate promovido pela TV Bandeirantes (09/08/2018), segundo debate pela RedeTV! (17/09/2018) e duas entrevistas realizadas quando Bolsonaro estava hospitalizado, a primeira para o jornalista Augusto Nunes (24/09/2018) e a segunda para o apresentador Datena (28/09/2018).

Optou-se por limitar o estudo das referências à esfera militar para compreender como o exército foi apropriado como símbolo para a construção do personagem Capitão Bolsonaro em sua narrativa de campanha.

Com o filtro relacionado à militarização, foram criadas as seguintes categorias: (1) Categoria dos gestos, o qual envolve todas as suas ações, como o símbolo de “arma” com a mão e a continência; (2) Categoria das Expressões, relacionada às suas manifestações faciais, como sobranceiras franzidas, demonstrando autoridade, coragem e firmeza; (3) Categoria da fala, dividida em duas subcategorias, a saber, (a) Valorização das ações e comportamento das Forças Armadas, e (b) Identificação como membro das Forças Armadas. Para o presente trabalho foi dado enfoque maior a essa última, que demonstra ser fundamental na construção desse personagem.

A análise também levou em consideração aspectos relacionados a construção da personalidade do personagem fictício, a saber: O que faz (ações, gestos, comportamentos); O que fala (sobre si e sobre o que acredita); e O que falam dele (falas de personagens secundários e antagonistas). A primeira categoria está relacionada a gestos e expressões que remetem a disciplina militar. A segunda se volta especificamente para as falas que se apropriam do imaginário militar e terceira não terá destaque neste trabalho.

Resultados e Discussão

O século XXI apresenta novas mudanças no ambiente político, em que, de acordo com Camargo (2019, p. 160), “líderes tradicionais, partidos políticos e instituições públicas sofrem uma crise de legitimidade e credibilidade”. A baixa adesão do eleitorado a partidos políticos e a desconfiança nas instituições políticas aumentou a proliferação de formas não convencionais de participação política. Nesse novo cenário, ocorreu a ascensão da popularidade de Jair Bolsonaro. Suas características limitadas e simples foram de fácil entendimento para a população. Na narrativa ficcional, a popularidade de um personagem depende da maneira simplificada e coesa como ele se apresenta, que se baseia na repetição: na forma de se vestir; na maneira de gesticular; no uso de bordões.

De acordo com Candido et al. (2011), a ficção é o único lugar onde os seres humanos se tornam transparentes à nossa visão, pois são seres puramente intencionais e autônomos. Análogo a essa transparência, na dimensão não ficcional, “o mais relevante é ser ou parecer autêntico” (KALIL apud VIEIRA; MATTOS, 2020, p. 36). Sob essa perspectiva, entende-se que a construção da imagem do personagem Capitão utilizou dessa lógica advinda da ficção para conquistar a credibilidade perante o eleitorado, ao demonstrar transparência e sinceridade para conquistar a confiança do eleitor.

Para Fischer e Vaz, o bolsonarismo aproveitou de uma linguagem populista, “fazendo-se conhecer” no imaginário do bufão (2020, p. 133). A limitação dos traços identitários segue a lógica de construção do personagem na narrativa ficcional, ao ponto em que devem ser psicologicamente limitados.

Na análise das falas do candidato nos programas televisivos, foram identificadas estruturas da narrativa aristotélica, com começo, meio e fim, tendo como eixo central um conflito, e elementos que se relacionam de modo mais específico a estrutura do Conto Maravilhoso (PROPP, 2001) e à Jornada do Herói (CAMPBELL, 2000). O dia 06 de setembro de 2018, quando o candidato foi esfaqueado em público, apresenta-se como episódio chave durante a campanha, caracterizando-se como a provação do herói em sua jornada. Após esse episódio, o estilo de campanha do candidato foi alterado.

Na campanha, pode-se notar claramente que os aspectos militares foram exaltados na construção do personagem, sendo possível até mesmo traçar um discurso semelhante e que segue o mesmo repertório em todas as aparições midiáticas na televisão. A categoria militar foi usada como tema em todas as entrevistas. Nelas, percebe-se o uso de duas estratégias de comunicação: (1) Valorização das ações e comportamento das Forças Armadas e (2) Identificação do candidato como membro das Forças Armadas.

A primeira categoria demonstra como as Forças Armadas são importantes para o desenvolvimento do país e como os militares são pouco protegidos pelas leis brasileiras, como se observa na entrevista para a Globo News e para o Jornal Nacional.

Ao longo de 30 anos de serviço, o militar trabalha em torno de 45 horas, dado aquele tempo de serviço extra que não são computados pra nada. E olha só, os militares estão sempre prontos pra cumprir qualquer missão, em qualquer hora e qualquer local, como estão no Rio de Janeiro por exemplo. É sempre os militares. (Globo News, 03/08/2018)

Dar uma florzinha para eles? Ou atirar? Você tem que atirar, se não atirar, não vai resolver nunca. Enquanto isso continuar acontecendo, infelizmente vão continuar existindo mortes de policiais e integrantes das Forças Armadas em todo o Brasil. (Jornal Nacional, 28/08/2018)

Ainda nessa categoria, o político defende o período do Regime Militar de 1964 no Brasil e valoriza a gestão dos militares e a qualidade do regime político daquela época, como exemplo: “Olha a infraestrutura deixada pelos militares, sem essa infraestrutura nós não seríamos nada aqui no Brasil” (Globo News, 03/08/2018).

A segunda categoria é a que Bolsonaro se coloca como parte das instituições militares do Brasil, para

isso, faz uso do pronome pessoal “nós” e se posiciona como sendo “O Capitão”, como no debate para a TV Band e na entrevista para o programa Roda Viva da TV Cultura:

Assim sendo, eu sou uma pessoa que sou o capitão do exército com muito orgulho e pretendo sim continuar servindo minha pátria como capitão do exército, tendo ao meu lado um general do glorioso exército brasileiro” (TV Band, 09/08/2018).

Nós policiais temos hora pra entrar e não temos para sair, não temos fundo de garantia, não temos hora extra, não temos direito a fazer greve. Imagina policial fazendo greve como seria no tocante a segurança?. (Roda Viva, 30/09/2018)

Com a análise das falas de Bolsonaro nos programas televisivos, foi possível observar que o mesmo discurso relacionado ao imaginário militar se repete. No discurso, as palavras “Policiais”, “Capitão”, “Exército” e “Forças Armadas” são usadas diversas vezes nos diferentes programas. Além das falas, foi analisado também a sua técnica de oratória militar, em que ele demonstra uma superioridade hierárquica repetidas vezes.

Além das falas, o “não dito”, que é o discurso implícito do seu discurso, também foi observado. Na primeira categoria, Bolsonaro sugere com suas falas que os militares dedicam suas vidas para as funções nas Forças Armadas, sendo até possível dar a vida pela função. Já na segunda categoria, observa-se que ele preconiza que, como sendo membro ainda das Forças Armadas, ele mesmo dedica sua vida a função e dá a vida pela sua pátria, pois além de militar, ele desejava ser o líder do país. Com tudo isso, ele externa a disciplina e a fidelidade que os militares têm pela nação e pelas suas funções, manifestando que as Forças Armadas são fundamentais para o país.

Uma vez definido com características limitadas e simplificadas referentes ao sentido simbólico da patente das Forças Armadas, Bolsonaro conseguiu construir seu personagem com falas, ações e comportamentos que condizem ao personagem que ele escolheu para atuar na sua narrativa de campanha.

Conclusões

A identificação das categorias foi muito importante para a compreensão da construção do personagem “O Capitão” na campanha presidencial de 2018. Entende-se que existem outras características na figura pública de Bolsonaro, como a religiosidade, mas para essa pesquisa foi definida a militar por compreender que, além de ser predominante, foi uma das que delimitaram seu personagem e o fizeram ganhar as eleições. A análise de seus discursos em ambientes não controlados pelo candidato, programas televisivos de entrevistas, aparenta, em um primeiro momento, um comportamento espontâneo e sincero, mas com a análise, nota-se que muitas falas se repetem em diferentes entrevistas. Ou seja, mesmo com perguntas diferentes em cada entrevista, Bolsonaro retorna ao seu discurso que possui maior conforto e segurança, que é relacionado à categoria militar.

Uma vez definido com características limitadas e simplificadas a partir de um cargo das Forças Armadas, Bolsonaro conseguiu construir seu personagem com falas, ações e comportamentos que condizem ao personagem que ele escolheu para atuar na sua narrativa de campanha. “O Capitão” foi criado por meio de falas citadas durante programas jornalísticos televisivos, mas, além disso, esse personagem também foi moldado em outros meios, como em redes sociais digitais e no Horário Eleitoral Gratuito. Em pouco tempo, seus apoiadores começaram a utilizar do termo “Capitão” para se referir a ele.

Nessa mesma perspectiva do reconhecimento do personagem pelos apoiadores, o Horário Eleitoral Gratuito de Bolsonaro no dia 15/10/2018, apresentou vídeos com simpatizantes do candidato chamando-o de “Capitão”. Por conta do desenvolvimento do seu personagem, os eleitores o conseguiram compreender e confiaram nas suas falas. Isso foi muito positivo para sua campanha, pois além dos apoiadores já o reconhecerem como seu personagem desejado, o até então candidato ainda reforça isso usando esses vídeos em seu Horário Eleitoral, e dessa forma trouxe credibilidade ao “Capitão” por já estar presente no vocabulário dos seus apoiadores e já ser amplamente utilizado para se referir a Bolsonaro.

A diferenciação da campanha de Bolsonaro perante os outros candidatos leva a possibilidade do público ter criado uma identificação com o seu personagem “Capitão”, demonstrando a carência da população em uma nova figura política que se destacasse. As categorias observadas em suas falas, de forma repetida, mostram como Bolsonaro conseguiu obter a credibilidade que era almejada e a comoção dos seus eleitores. Sua diferenciação foi possível, pois considerava todos os outros candidatos como políticos, mas ele não se intitulava como um, mas como militar, e assim existem todas as questões relacionadas a esse imaginário que é o fato da disciplina, fidelidade, educação e servir a pátria.

Dessa forma, a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro em 2018 é um exemplo da relação entre uma campanha política e uma narrativa ficcional. A criação de personagens é algo comum no cenário político brasileiro, mas isso exige a atenção do candidato, pois construir uma imagem pública baseada na lógica da narrativa não permite atos e falas que distoam da coerência do personagem criado. Por conta disso, considerando esse risco de escolher uma personalidade definida para atuar durante sua campanha política, por que os candidatos escolhem criar essa estrutura tão rígida para suas personas?

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, Afonso de. **"Aqui você vê a verdade na tevê"**: A propaganda política na televisão. Niterói: Editora Regional Ltda., 1999.
CAMARGO, Aline Cristina. Cenário político brasileiro e participação: o uso potencial das tecnologias para a ação

coletiva (entrevista com francisco sierra caballero). **Compolítica**, [S.L.], v. 9, n. 2, p. 159-190, 15 set. 2019. Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compolitica). <http://dx.doi.org/10.21878/compolitica.2019.9.2.281>. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/281/235>. Acesso em: 31 mar. 2020.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. 6. ed. São Paulo: Pensamento-cultrix Ltda, 2000.

CANDIDO, Antônio et al. **A personagem de ficção**. 12. ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A, 2011.

FISCHER, Sandra; VAZ, Aline. Populismo no Brasil de contrapositores: manipulação do autêntico e profanação do contrário. **Agenda Política. Revista de Discentes de Ciência Política da Universidade Federal de São Carlos**, São Carlos, v. 8, n. 1, p. 131-156, 30 jun. 2020.

FONSECA JR. Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. Em: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2014. pp. 301-302.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do Conto Maravilhoso**. Copymarket.com, 2001. Disponível em: <https://monoskop.org/images/3/3d/Propp_Vladimir_Morfologia_do_conto_maravilhoso.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2020.

SEMPRINI, Andréa. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. 2.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 335 p.

VIEIRA, Maria Clara; MATTOS, Caio. O homem e sua oratória. **Veja**, São Paulo, n. 26, p. 34-39. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/a-retorica-de-bolsonaro-o-que-revelam-os-discursos-na-pandemia/>. Acesso em: 29 jun. 2020.