



Discurso & Sociedad

Copyright © 2019
ISSN 1887-4606
Vol. 13(3) 468-494
www.dissoc.org

Artigo

**“Conhecereis a Verdade e a Verdade vos
libertará”¹: livros na eleição presidencial de
Bolsonaro**

***“Then you will know the Truth, and the Truth will
set you free”¹: books in the presidential election of
Bolsonaro***

Luzmara Curcino
Departamento de Letras
Programa de Pós-graduação em Linguística
Universidade Federal de São Carlos (Brasil)

Resumen

Según nuestra investigación dedicada al análisis de los discursos sobre la lectura y nuestra investigación más reciente sobre los usos simbólicos de los libros y la lectura en la política brasileña, en este artículo, nos centraremos en un análisis de las representaciones de lectura movilizadas por el candidato y el presidente actual de la República, Jair Messias Bolsonaro, en sus pronunciamientos de campaña y postelección. A pesar de su anti-intelectualismo visceral, el candidato no puede prescindir del poder simbólico del libro. Sus posiciones requieren un lastre. Para hacerlo, recurre a algunos libros y autores para garantizar un anclaje de sus ideas, para justificarlas y validarlas. En sus "vidas" de campaña y postelección, la presencia de algunos libros es estratégicamente elocuente. Basado en los principios del Análisis del discurso y la Historia cultural de la lectura, discutiremos algunos efectos dirigidos a la alusión a libros y autores y la ostentación de este objeto en la escena de los pronunciamientos del candidato y ahora presidente brasileño. Con este análisis reflexionaremos sobre los medios materiales por los cuales estas ideas y principios circulan, ganan fuerza y legitimidad, e inauguramos y orientamos formas de lectura en relación con un campo, como la política, en un momento en que la disputa electoral emplea diferentes y recursos técnicos no utilizados para la enunciación en las redes sociales y presenta una flexibilidad ética impulsada por la lógica de 'verdades alternativas', 'noticias falsas' y 'desinformación'.

Palabras clave: representaciones de lectura, libros, política brasileña, elecciones 2018, Bolsonaro

Abstract

According to our research devoted to the analysis of discourses about the reading and our most recent research about the symbolic uses of books and reading in Brazilian politics, in this article, we will focus on an analysis of reading representations mobilized by the candidate and current president of the Republic, Jair Messias Bolsonaro, in his pronouncements of campaign and post-election. Despite his visceral anti-intellectualism, the candidate cannot dispense with the symbolic power of the book. His positions require a ballast. To do so, he resorts to some books and authors in order to ensure an anchoring of their ideas, to justify and validate them. In his "lives" of campaign and post-election, the presence of some books is strategically eloquent. Based on the principles of Discourse Analysis and Cultural History of Reading, we will discuss some effects aimed at the allusion to books and authors and the ostentation of this object in the scene of the pronouncements of the candidate and now Brazilian president. With this analysis we will reflect on the material means by which these ideas and principles circulate, gain strength and legitimacy, and inaugurate and orient ways of reading in relation to a field, such as politics, at a time when the electoral dispute employs different and unused technical resources for enunciation in social networks and presents an ethical flexibility driven by the logic of 'alternative truths', 'fake news' and 'misinformation'.

Keywords: Reading representations, Books, Brazilian politics, Election 2018, Bolsonaro.

A comunicação política na era das “lives”

Em 29 de outubro de 2018, nas telas de TV em rede nacional, era retransmitido o primeiro discurso do então vencedor no pleito eleitoral para presidência, Jair Messias Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL)². Diferentemente das tradicionais coletivas de imprensa, concedidas aos grandes veículos nacionais e internacionais de informação, o primeiro pronunciamento público do presidente eleito foi proferido sob a forma de uma “live”³ gravada na sala de seu apartamento no Rio de Janeiro, ao lado de sua esposa e de uma intérprete de Libras. Essa escolha não diferiu do modo como foi realizada toda sua comunicação política ao longo da campanha.

Esse gesto simbólico de rompimento com o protocolo oficial vinha corroborar com a imagem, diversas vezes proferida e reiterada ao longo de sua campanha, de *outsider* em relação à “velha política”, apesar de sua longa e inexpressiva carreira como parlamentar⁴. Essa estratégia de comunicação política obteve um sucesso imprevisto por parte de muitos setores da sociedade brasileira. A produção e divulgação virtual desses vídeos “amadores”, de ampla circulação nas redes sociais, compuseram o carro-chefe de sua campanha. No 1º turno, quando o então candidato, pelas regras do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), dispunha de apenas 15 segundos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no rádio e na TV aberta, sua equipe adotou como estratégia usar esse tempo, nesses canais, para se apresentar publicamente, para reiterar alguns bordões, mas principalmente para divulgar suas “lives”, transmitidas simultaneamente ao HGPE. De modo semelhante, optou por gravar e transmitir suas “lives”, assim como dar entrevistas exclusivas a algumas redes de TV aberta concomitantemente ao horário de realização dos debates televisivos entre os candidatos à presidência, em explícita disputa midiática de forças⁵.

Acessadas individualmente, essas transmissões em vídeo dispensam mediadores, elas suprimem a possibilidade de diálogo que outras formas de comunicação política tradicionais garantiam ou simulavam garantir, tais como as entrevistas coletivas ou os debates televisivos. Essas duas modalidades pressupõem pergunta e resposta, preveem a troca de turnos, garantem a reversibilidade dialogal no teatro da representação entre o porta-voz que entrevista em nome do povo e o porta-voz que responde para o povo.

Intensificada nas duas últimas semanas anteriores à votação de 1º turno, a produção dessas “lives” no 2º turno, mesmo com o aumento do tempo de rádio e TV no HGPE, será a tônica de sua campanha. Sua equipe não apenas investe

na frequência dessa estratégia midiática como também convoca seus eleitores a se engajarem na campanha valendo-se desse mesmo instrumento junto a suas redes sociais.

Por um lado, seu formato, sua extensão/duração, os temas explorados e o modo de enunciar condizem com aqueles aos quais temos sido expostos com relativa frequência na atualidade e com os quais nos habituamos num rápido espaço de tempo. Os vídeos “caseiros” se tornaram uma ferramenta constante para as interlocuções pessoais e familiares de diferentes ordens. De forte apelo entre os jovens e de fácil uso pelos mais idosos recém convertidos ao uso dos smartphones, a gravação de vídeos ou a interlocução por áudio e vídeo por meio de diferentes aplicativos estabeleceram uma forma de contato e de proximidade alternativas. Numa sociedade como a nossa em que grande parte da população não dispõe de acesso intensivo e extensivo à educação formal de qualidade, e cuja relação com a cultura escrita é marcada por essa carência, esses recursos técnicos de interlocução oral à distância, com interfaces amigáveis de fácil manejo e, até certo ponto, acessíveis financeiramente, encontram recepção ampla e entusiasmada.

A comunicação política, ao explorar esse recurso, vale-se do simulacro de familiaridade, de intimidade e de espontaneidade próprios dos usos amadores desses recursos técnicos nessas microinstâncias do convívio social. Esses efeitos resultam também 1) da escolha dos espaços, dos objetos, das circunstâncias em que são registrados esses vídeos da comunicação política; 2) da escolha do que neles se enuncia e do modo como é formulado o que se enuncia.

Imagens desfocadas, movimentos imprevistos da câmera, oscilações no volume do áudio e falsos inícios atestam um amadorismo cuidadosa e profissionalmente planejado nessas transmissões em vídeo, durante a campanha de Bolsonaro⁶. Os cenários caseiros e as circunstâncias casuais, de estilo *reality show*, exploram os efeitos de improviso e de autenticidade que indiciariam certa falta de recursos financeiros. Essa “dificuldade” foi diversas vezes enunciada, tanto para atestar o traço épico/messiânico de sua candidatura quanto para criar e motivar uma militância convocada a se engajar em uma campanha corpo a corpo, ou melhor, tecla a tecla, em prol de “um candidato da nova política”.

Essa ostentação de um “amadorismo” técnico visa indiciar o caráter precário, barato e ‘caseiro’ dessas produções, como também construir e reforçar uma imagem mais popular do candidato. Assim, coaduna-se com esse simulacro de amadorismo técnico a representação sistemática de Bolsonaro em situações banais, rotineiras e cotidianas⁷. Ele é representado como “pessoa

comum”, com hábitos e gostos simples, e avesso aos protocolos e formalidades, em geral relacionados às classes privilegiadas.

Vídeos “amadores”, cenários “caseiros”, cenas do “dia-a-dia” em consonância com a formulação de discursos curtos, enfáticos, assertivos com uma linguagem estereotipada, contribuem para compor o ethos⁸ ‘popular’ visado pelo candidato. Esse caráter popular explorado em seus pronunciamentos se revela na convocação de temas do cotidiano, polêmicos e submetidos a crivos morais quase sempre atrelados a dogmas religiosos específicos (aborto, porte de armas, maioria penal, corrupção, homossexualidade). Sobre esses temas há uma injunção cultural que obriga a todos terem de ter uma opinião. Essa opinião não pode ser qualquer uma. Ela é forjada socialmente, circula sob a forma do senso comum, que por sua vez fornece as opiniões que se deve e que se pode ter sobre um dado tema, em geral, conforme posicionamentos defendidos por instituições com grande ascendência popular: igrejas, associações, grande mídia etc.

Assegurado pela simplificação e pela amplitude de circulação de ideias do senso comum estrategicamente instrumentalizado para a produção de identificação com a sua candidatura, assim como blindado simbolicamente pelas frequentes exortações de viés religioso que dispõem de grande apelo em uma sociedade com a nossa vinculação histórica com a religião e com a igreja, Bolsonaro fala ao povo e o faz à moda do povo, explorando seus medos e mimetizando suas formas de expressão. A política assim conduzida se restringe à abordagem de temas muito específicos e segundo um viés moralizante.

Nessas transmissões diárias o candidato não se dedica aos amplos e graves desafios da política nacional, refugiando-se em alguns temas tratados no “varejo” e de modo superficial, moralista e prescritivo. Nelas também se explora excessivamente a reprodução seletiva de temas trazidos pela grande mídia. Neste último caso, a campanha de Bolsonaro se beneficiou dos efeitos deletérios para a política nacional do “lavajatismo”⁹ amplamente heroificado pelos grandes oligopólios midiáticos do Brasil. O candidato em suas “lives” adota uma retórica anticorrupção, de tom denunciante, falso-legalista, revanchista e cheia de alusões conspiratórias, que configuram o *modus operandi* dos seus pronunciamentos¹⁰.

Eivados pela repetição de bordões pregnantes e de afirmações do senso-comum, algumas com potencial de polêmica e escândalo, seus pronunciamentos nesses vídeos apresentam o formato perfeito para sua sobrevivência nas redes sociais. Constituídos de enunciados facilmente reconhecíveis como “máximas” de domínio coletivo [“Bandido bom é bandido morto”; “Prefiro cadeia cheia de

vagabundo do que cemitério cheio de inocentes”; “Deus não escolhe os capacitados, mas capacita os escolhidos”], de versículos bíblicos, tal como o que dá título a este artigo, de “chavões” da política [“Nossa bandeira, jamais será vermelha”; “Brasil acima de tudo. Deus acima de todos”], logo, de enunciados facilmente destacáveis, sua linguagem telegráfica nas “lives” fomenta a ordem do enunciável do dia. Esses vídeos fornecem a pauta do que difundir e multiplicar, os argumentos e o repertório de versões que deverão circular a conta-gotas, sob a forma de réplicas e tréplicas ainda mais breves, genéricas e passionais, dirigidas aos *followers* no *Twitter*, aos amigos no *Facebook*, ou aos membros de grupos de *WhatsApp*, de diferentes espécies (da família, do trabalho, do condomínio, da associação, dos formandos de 1976 etc.), muitos deles apenas recentemente convertidos ao uso dessa tecnologia¹¹.

O tom assertivo e incisivo empreendido na maioria desses vídeos visa produzir os efeitos de certeza, de força, de decisão, mas também de ousadia e de coragem daquele que fala. Esse tom se adequa perfeitamente ao clima de desencanto social com a política, que irônica e sistematicamente é fomentado nesses mesmos vídeos do candidato ao se falar da “velha política”.

Descrença na “velha” política e aposta irrefletida em um “novo” azarão: essa foi a receita fomentada em uma campanha que se dirigiu a uma sociedade à mercê de si mesma, ao ver o desemprego aumentar, ao ter de aceitar a precarização do trabalho apresentada como única saída para o desemprego, ao se ver refém da debilidade da segurança pública e do abandono do Estado, e isso depois de meses a fio exposta à telenovela da Lava Jato, em sua aventureira e irresponsável descredibilização da política, em especial, do Partido dos Trabalhadores (PT) e da esquerda, cimentando assim a justificativa para o impeachment da presidente Dilma Rousseff e para a prisão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Livros sobre a mesa: provas, satisfações protocolares, homenagens e recomendações

Vitimado em plena campanha de 1º turno, o candidato Bolsonaro não participou dos debates televisivos com os outros candidatos à presidência em rede aberta e nacional¹². Escolheu se ausentar dos debates, mas no mesmo horário concedeu entrevistas¹³ a jornalistas e canais amigos, ou gravou “lives”¹⁴, estas de um improvisado cuidadosamente planejado, todas no conforto de seu lar, todas ladeadas por símbolos bastante eloquentes.

Na parede da sala de seu apartamento, que atuou como pano de fundo para seus vídeos, um quadro decorativo, com pintura abstrata, cede lugar a uma bandeira do Brasil, pequena e não oficial, negligentemente fixada com fita adesiva, grosseiramente visível. O efeito de improviso é ainda mais explorado em outro desses vídeos de campanha, quando essa mesma bandeira se descola parcialmente e ninguém, de toda uma equipe presente, “percebe” ou se dispõe a corrigir esse “erro”, essa “falha”¹⁵. No cenário o candidato sempre se apresenta sentado tendo diante de si uma mesa despojadamente “decorada”. Às vezes coberta com um forro de chita, noutras sem forro, nela se encontram vários objetos esparramados, e que se alternam de uma “live” a outra: canetas “bic”, muitos papeis, celulares, apostilas, fitas adesivas, carregadores de celular, óculos, vez ou outra uma revista, copos, alguns de plástico, caneca do BOPE, uma moringa de barro, e outros objetos menos previsíveis como uma raquete elétrica para matar mosquitos¹⁶, uma bola de tênis, um alicate, um souvenir de globo de cristal com neve¹⁷, um candelabro de sete pontas e, por mais estranho que pareça, uma lata de leite condensado¹⁸. Além desses objetos, veem-se também livros.

Assim como se explora a simbologia desses objetos reunidos que se alternam “ao acaso” de uma “live” a outra, os livros compõem quase todos os cenários dessas “transmissões” de campanha e das primeiras gravadas logo após a eleição. A presença de livros como importante ornamento simbólico em pronunciamentos de outros políticos não é novidade¹⁹. Eles fazem parte de um protocolo que, em geral, tem por objetivo a ostensão de racionalidade que o cargo exigiria, mas também a afirmação de certos compromissos que se espera da ação política, gerais e inalienáveis, ou ainda a reiteração de ideias e valores específicos, em conformidade com o ethos partidário e individual do político e de segmentos de seu eleitorado.

Para uns, a presença de livros no cenário das “lives” do então candidato e hoje presidente foi fonte de estranhamento, tanto quanto a presença da raquete elétrica para matar mosquitos. Para outros, essa biblioteca seleta, exposta livro a livro, e dia após dia, nas suas transmissões, fornecia certa ancoragem de suas ideias, atuava como fonte de argumentação comum para os segmentos a quem ele se dirigia. Estranhamento ou harmonização, os livros nas “lives” de Bolsonaro significam ora por sua mera presença na mesa, ora por atuarem como fonte, prova, garantia e exemplo do que era enunciado. Referências diretas ou indiretas à presença desses livros foram uma constante nessas transmissões e de modo algum inócuas.

O que é dito por meio de um livro conta com a aura de importância que a linguagem escrita e impressa adquire, sobretudo numa sociedade cuja história cultural é marcada pela rarefação daqueles que puderam aprender a ler e a escrever e mais ainda a publicar em livro. O que é enunciado pela palavra impressa se autolegitima e se transfere para quem disso se apropria, retroalimentando esse processo recíproco de legitimação. Os livros estão lá na mesa pelo que representam como objeto e como instituição²⁰, como registro concreto e como testemunho verídico. Eles também estão lá pelo valor simbólico específico de cada um relativo ao que por meio deles é enunciado.

Entre os livros que compuseram o cenário nessas “lives” encontram-se títulos e autores bastante distintos. Alguns compõem a biblioteca do candidato, outros a do presidente eleito. Como candidato, estiveram mais presentes em suas “lives” livros de seus adversários políticos ou a respeito deles. Grande parte desempenhou o papel de “prova” incontestada, de evidência material das denúncias e críticas que se lhes dirigia em seus pronunciamentos. Outros marcaram presença de modo a responder a certos protocolos que as circunstâncias e cargos exigem, em especial quando aquele que enunciava já não era mais o candidato, e sim o presidente eleito. Outros tiveram por finalidade homenagear seus autores. Outros foram expostos, como em uma vitrine, como recomendação de leitura, para marcar sua presença física no cenário, sobre a mesa, ainda que nesses dois últimos casos não se tenha dedicado nenhum comentário específico, não se tenha verbalizado sua presença, justificando-as ou contextualizando-a.

Livros que testemunham

Sob a égide da denúncia, alguns livros atuaram nessas “lives” como prova material do que nelas se afirmava. É o caso do livro “A vida secreta de Fidel Castro”²¹. Por se tratar de um livro, de uma biografia não autorizada da vida de um personagem político internacionalmente conhecido, de um ícone da esquerda, e provir da declaração de uma testemunha que alega ter sofrido perseguição em função do que revela, o livro se tornou um *best seller* imediato, ainda mais sob os auspícios da indústria editorial norte-americana e de sua força no circuito internacional desse mercado.

Livros podem ser uma prova convincente, seja por sua institucionalidade e seus usos ritualizados e rarefeitos responsáveis por

sua importância, sacralidade e valor de verdade, seja por seu caráter material e durável que conferem sua condição concreta de ‘prova’. Esse estatuto de ‘prova’ se legitima mais ainda quando se trata do gênero biografia não-autorizada, cujo efeito produzido e explorado publicitariamente é o de relatar fatos que o biografado, se pudesse, preferiria esconder, manter em segredo ou apagar de sua história. O livro sobre Fidel encontra-se no palco dessas transmissões diárias por vários dias: às vésperas das votações de 1º turno, nos dias 04, 05 e 06 de outubro, mas também nos dias 14 e 15 deste mesmo mês, já no período de campanha de 2º turno, e em alguns desses dias em companhia de outra biografia, a de Pepe Mujica. Sobre a razão de sua presença, ou da frequência de sua presença no palco das “lives” de campanha, nada foi enunciado. Sua presença bastava tanto como “prova” daquilo que o candidato e seus pares denunciam sobre a esquerda, como um modo de “indicação” para a leitura.

Segundo essa lógica do livro como “prova”, no período de campanha de 1º turno, o candidato Bolsonaro dedicou boa parte de uma de suas transmissões para se referir a um livro de autoria de Fernando Haddad, “Em defesa do Socialismo: Por ocasião dos 150 anos do Manifesto”²². Com o livro em mãos, folheando aleatoriamente suas páginas e repetindo o gesto de ostensão de sua capa, assim como repetindo a primeira parte do título²³, Bolsonaro declara:

- (1) Esse é o PT. Nós não precisamos fazer *fake news* contra eles. Olha aqui. Eu tava pensando que era *fake news*... quando começou a aparecer por aí um livro, um livrinho “Em defesa do Socialismo” de Fernando Haddad. E é verdade! O livro existe! Não inventamos esse livro aqui. Eu não vou perder tempo pra ler “Em defesa do Socialismo”, que se começasse falando, olha, deu certo na Coréia do Sul, no Japão, na Itália, aí eu ia ler o livro, mas não deu certo em nenhum lugar do mundo. Então não precisamos de *fake news* pra dizer quem é Fernando Haddad. Está aqui! “Em defesa do Socialismo”. Eu fui obrigado a gastar um dinheirinho para comprar essa... esse lixo aqui. Esse lixo, aqui, tem que estar com luvas, aqui, pra folheá-lo.” Não vou ler porque não vou perder meu tempo. Tá aqui, oh, eleitores brasileiros e brasileiras: “Em defesa do Socialismo”.

O tom adotado é o de denúncia. O livro seria a ‘prova’ da relação do candidato do PT com o socialismo. A obra é apresentada como um trunfo, um ‘achado’ inesperado: “Eu tava pensando que era *fake news* [...] E é verdade! O livro existe!”. A valorização desse ‘achado’ visa a dois efeitos: 1) reativar e reforçar uma memória discursiva²⁴ prioritariamente

negativa em relação ao socialismo, tributária de uma longa e eficaz campanha de difamação, de desinformação, em âmbito nacional e internacional. A mera menção ao nome “socialismo”, segundo a remanência, a força e o frescor dessa memória hegemônica, seria suficiente para acionar uma série de atributos que lhe foram imputados de forma pejorativa (autoritarismo, defesa do fim da propriedade privada, do fim da família, ateísmo, anticristianismo, imoralidade, perseguição e proibição da imprensa, das religiões etc.); 2) insinuar uma hipotética denegação ou contestação, por parte de petistas, dessa herança, antecipando sua provável reação e alegação de que seria mais uma *fake news*: “Então não precisamos de *fake news* pra dizer quem é Fernando Haddad. Está aqui! “Em defesa do Socialismo” [...] Tá aqui! oh! eleitores brasileiros e brasileiras”.

Instrumentalizando e reiterando um consenso negativo de longa data em relação ao socialismo, e adotando o tom de denúncia de uma suposta denegação desse posicionamento, o pronunciamento do candidato do PSL reitera esse vínculo do PT com o socialismo. Em “live” publicada 4 dias antes, em 14 de outubro de 2018, é quando o então candidato faz a primeira menção a esse livro de Haddad. Nela, no entanto, o foco principal são duas outras produções bibliográficas de seu opositor, sua dissertação de mestrado e sua tese de doutorado:

- (2) Um pouquinho sobre o Sr. Haddad. Eu não preciso mentir contra ele. Inventar história [...]. Eu não preciso mentir! Tese de mestrado do Sr. Haddad: “Caráter socioeconômico do sistema soviético”. Olha pelo quê ele se interessa! E sua tese de doutorado: “De Marx a Habermas: o materialismo histórico e seu paradigma adequado”. Orientador da tese de doutorado, o senhor Paulo Arantes. Quem é Paulo Arantes? Filósofo e importante pensador marxista brasileiro. Pô! Veja. E tem gente que acredita que esse cara seja democrata? Que esse cara pensa em democracia? Que ele quer a tua liberdade? Que ele respeita a liberdade de imprensa? Que ele respeita a propriedade privada? [...] Repito: essa tese de doutorado [...] é o fim da picada! Vão continuar falando [mídia] que eu sou ruim pra democracia e não ele?

Limitada a uma anotação dos títulos, sua alusão a essas produções bibliográficas de Haddad conta com a impressão geral, popular e estigmatizada que a mera menção de certas palavras pode suscitar: “Marx”, “materialismo histórico”, “pensador marxista”. Embora sejam produções acadêmicas de acesso público e gratuito, a “descoberta” desses

textos e o tom de “denúncia” adotado pelo candidato do PSL visam gerir e sugerir essa impressão genérica, estereotipada e negativa.

Na transmissão do dia 18 de outubro, dessa vez com um exemplar do livro “Em defesa do Socialismo” em mãos, Bolsonaro fará dele tema e admitirá não ter lido esse livro. Essa afirmação não pode, no entanto, ser dada sem algum resguardo. Em uma sociedade letrada, a admissão da não-leitura exige sempre uma explicação, uma justificativa, sobretudo de um livro que se quer criticar. Admitir não ter lido um livro que se critica é, por si só, condenável ou suspeito. Não sem razão, Bolsonaro precisa se justificar e o faz afirmando: “Eu não vou perder tempo pra ler ‘Em defesa do Socialismo’, que se começasse falando, olha, deu certo na Coréia do Sul, no Japão, na Itália, aí eu ia ler o livro, mas não deu certo em nenhum lugar do mundo. [...] Não vou ler porque não vou perder meu tempo.”

A articulação do argumento “perda de tempo” ou “falta de tempo” como condicionantes da leitura é bastante comum. Para ler é preciso dispor de tempo. Esse é um dos grandes empecilhos materiais e efetivos para a democratização da leitura. O tempo é também aquilo que se vende e se compra em uma sociedade capitalista. O tempo de trabalho e o tempo de lazer são disputados e têm seus preços estabelecidos e negociados em função das classes a que pertencem os sujeitos. O tempo da leitura é ainda um bem restrito a certas classes e por isso usufruído por poucas pessoas. Numa sociedade como a nossa o argumento de “não ter tempo para fazer algo” relaciona-se às condições materiais efetivas de alguns e ao modo de se justificar em relação a certas práticas, para outros. Além disso, o que escolhemos fazer, na distribuição rarefeita do nosso tempo, pode nos conferir prestígio simbólico. A leitura é uma das atividades que dispõe desse prestígio e o outorga a quem a empreende. No entanto, isso pode ser relativizado ou sobreposto em função daquilo que lemos. Na economia simbólica dos discursos sobre a leitura, não se deve nem se pode ler qualquer coisa, nem se deve ou se pode falar de qualquer modo a esse respeito. O que lemos, e o modo como nos referimos ao que lemos, ‘revela’ algo de nós, segundo essa economia discursiva.

Bolsonaro, assim como todos nós, sabe que a leitura é uma prática de prestígio e que não se deve assumir a não-leitura, a não ser justificando-se. Por isso, ele adota uma formulação condicional: se tivesse dado “certo na Coréia do Sul, no Japão, na Itália, aí eu ia ler o livro”. Por isso também, ele ancora seu argumento no discurso pragmático: é preciso ler com uma finalidade prática. Ao admitir não ter lido o livro que critica

ele se justifica afirmando não haver razão prática para isso, já que aquilo que ele supõe ser o objetivo do livro não teria interesse uma vez que não “não deu certo em nenhum lugar do mundo”. Para demonstrar o caráter deliberado de sua decisão, ele incrementa sua justificativa adotando tanto o tom enfático quanto a reiteração do que se assume, ambos visando o efeito de certeza e de convicção: “Não vou ler porque não vou perder meu tempo. [...] Não vou ler porque não vou perder meu tempo.”.

Sua admissão de não ter lido vem acompanhada da afirmação de que não lerá. Ela se assemelha a uma formulação mais comum, e empregada em certos campos e circunstâncias de enunciação sobre a leitura: “não li e não gostei”. Neste caso, a afirmação se resguarda no pré-julgamento de um gênero, de uma obra, de um autor que, segundo uma hierarquia cultural estabelecida, não teria o mesmo valor que se atribui a certos cânones já consagrados²⁵: há livros que vale a pena ler, outros não. Tanto os enunciadores desse bordão “não li e não gostei”, quanto Bolsonaro ao afirmar que não leu e nem vai perder tempo querem marcar sua distância, mas também seu desprezo pelo livro, gênero ou autor. No caso do candidato, essa distância não se refere à hierarquia simbólica que é atualizada na construção do ethos do leitor ideal. Bolsonaro, em seu gesto, não visa proteger sua imagem como leitor, mas sim ostentar seu menosprezo pelo autor e pelo livro em questão: “Eu fui obrigado a gastar um dinheirinho para comprar essa... esse lixo aqui. Esse lixo, aqui, tem que estar com luvas, aqui, pra folheá-lo.”.

Entre os poucos livros que foram nominalmente citados, e dos quais se falou, nessas “lives”, Bolsonaro se vale de outro como ‘prova’ do que afirma ser uma ação deliberada e conspiratória do PT para a instalação de ditaduras comunistas em toda a América Latina, intitulado “Uma ovelha negra no poder. Confissões e intimidades de Pepe Mujica”²⁶:

- (3) [...] eu quero falar ainda um pouquinho de PT. Eu tenho um livro aqui, o nome é “Uma ovelha negra no poder”. Quem escreveu esse livro não foi o general Heleno [general Heleno diz: Tô fora!], nem eu. Quem escreveu o livro foi o ex-presidente do Uruguai, Pepe Mujica, que integrava o Foro de São Paulo do PT. O livro na verdade é um livro muito interessante, mas tem duas páginas, 198 e 199, que fará com que vc entenda perfeitamente o que é o PT e qual é sua proximidade com Cuba e com a Venezuela. Que quem escreve é o Pepe Mujica. Não temos que duvidar dele. Bem. Então nessas duas páginas, 198 e 199, Pepe Mujica diz do plano de Dilma Rousseff pra afastar o Paraguai do Mercosul de modo pra que pudesse entrar a Venezuela no Mercosul. [...]. Resumindo: Pepe Mujica diz que Dilma Rousseff tomava decisões de Estado, dentro do Palácio do Planalto, ouvindo as inteligências cubana e venezuelana.

Então, dá pra sentir um pouco o que que é esse governo do PT. Qual é a aproximação deles... com que países faziam grandes acordos, via foro de São Paulo, para exatamente ter uma hegemonia em toda a América do sul.²⁷

O que o candidato afirma ter sido declarado na biografia de Pepe Mujica é tratado por ele como informação insuspeita, já que foi autorizado pelo próprio biografado, que por sua vez é reconhecido como liderança de esquerda. Por essa razão, o candidato reitera, sucessivas vezes, a origem do que foi enunciado: “Quem escreveu esse livro não foi o general Heleno, nem eu. Quem escreveu o livro foi o ex-presidente do Uruguai, Pepe Mujica, que integrava o Foro de São Paulo do PT [...]. Quem escreve é o Pepe Mujica. Não temos que duvidar dele. Bem. Então nessas duas páginas, 198 e 199, Pepe Mujica diz [...]”.

O interesse em se referir a essa obra é o mesmo que orientou a referência à obra de Haddad: adotando um tom de “denúncia”, busca-se demonstrar a relação, supostamente secreta e supostamente denegada, entre o governo do PT e o de países “comunistas”. Assim como os termos “socialista”, “comunista”, os nomes “Cuba” e “Venezuela” são acionados explorando um efeito sinonímico entre esses nomes. Além disso, no caso dos nomes dos países, eles são enunciados em uma sua autonomia semântica em relação aos seus referentes propriamente ditos. Não mais nomeiam países, mas sim referem-se ou equivalem-se, nesse contexto de enunciação, a governo autoritário, a ditadura, a fracasso socioeconômico e a pobreza desses povos.

Tanto o livro de Haddad, quanto o livro sobre Mujica são citados nos pronunciamentos de campanha de Bolsonaro para alimentar a verve conspiratória e alucinatória da presença e da ameaça iminente do socialismo e do comunismo no Brasil, amalgamados como uma coisa só, negativa, perversa e até demoníaca²⁸. A instrumentalização desse “medo” não é algo novo, embora nunca tenha sido tão esdrúxula sua invocação quanto agora em nosso contexto atual, afinal, mesmo tendo vivido recentemente a experiência de um governo de esquerda, no Brasil (2003 a 2016), essas ameaças constantemente alardeadas não se sustentam. Apesar disso, mais de uma vez se explorou esse medo coletivo, antigo e inconsciente, capitaneado em especial no âmbito das igrejas, fomentando um “anticomunismo delirante”²⁹.

Desde 1917, o comunismo foi eleito como inimigo comum dos países do Ocidente. Capitaneada pelos Estados Unidos, a difusão da ideia do comunismo como “ameaça” aos “valores ocidentais” obteve êxito

tanto na intensidade quanto na duração e permanência dessa ideia, e contou com aliados de peso, como as Igrejas. No Brasil, esse medo foi mobilizado em benefício da ditadura Vargas, foi exortado como justificativa do golpe militar de 1964, foi explorado na eleição de 1989 para a eleição de Collor, e agora na eleição de Bolsonaro, em 2018³⁰. A repetição das referências à Cuba e à Venezuela, a repetição da referência ao “Foro de São Paulo”³¹, são formas de aludir e de dar existência a essa teoria conspiratória: “Então, dá pra sentir um pouco o que que é esse governo do PT. Qual é a aproximação deles... com que países faziam grandes acordos, via foro de São Paulo, para exatamente ter uma hegemonia em toda a América do sul.”.

Livros que cumprem o protocolo

Alguns livros são expostos nessas “lives” apenas uma vez. Outros permanecem na mesa em mais de uma dessas transmissões. É o caso tanto da biografia de Pepe Mujica quanto da de Fidel Castro. Por razões muito distintas, as biografias compõem um gênero editorial importante na biblioteca das “lives” do atual presidente. É o caso também da biografia de outra liderança política célebre, Winston Churchill, intitulada “Memórias da Segunda Guerra Mundial”³². Ela se encontra na mesa da “live” do dia 24 de outubro, visível apenas pela lombada, e retorna na 1ª “live” após a eleição, dessa vez com direito a menção especial de sua presença ali. Ao mostrar o livro para câmera, o presidente recém-eleito refere-se a seu personagem como uma fonte de inspiração política: “inspirando-se em grandes líderes mundiais”[sic].

Best seller mundial, esta obra escrita em 1948 outorgou a seu autor o título de Nobel de Literatura. Ela conta a vida desse estadista, primeiro-ministro britânico, que teve papel de relevo no desfecho da 2ª Guerra Mundial no combate ao fascismo e ao nazismo, e cuja leitura se tornou consenso entre políticos de diferentes segmentos partidários. Sua representação é convocada, de um extremo a outro, porque parece restituir à política certa grandeza histórica e certa força decisória.

A sua referência condiz com o gênero político do estatuto de um “pronunciamento de presidente recém-eleito”. A circunstância exige abandonar o tom de disputa e de campanha e impõe a invocação de valores políticos comuns, suprapartidários, compartilhados por toda a sociedade brasileira, bem como o de se mostrar à altura do cargo

assumindo postura distinta, em defesa de princípios gerais como a democracia, a soberania nacional, a “res” pública.

Nessa mesma “live” da vitória, transmitida no dia 28/10/2018, além dessa biografia de Churchill, dois outros livros se encontram sobre a mesa e são nominalmente citados: 1) a versão da Bíblia sagrada, com linguagem atualizada, de Eugene Peterson, intitulada “A mensagem: Bíblia de estudo”³³; e 2) a “Constituição da República Federativa do Brasil”³⁴. Além de se adequar ao protocolo, a referência a esses 3 livros busca blindar politicamente o presidente eleito quanto a críticas que se fazia ao candidato. Em sua campanha, ele não se furtou à instrumentalização da fé e do nacionalismo, que esses livros presentes no vídeo da vitória retomam e reiteram.

A Bíblia, como livro físico, não esteve presente propriamente nas “lives” de campanha. Nessa transmissão, uma vez eleito, ela é colocada sobre a mesa, seu texto é citado e sua presença justificada:

- (4) Afinal de contas, a nossa bandeira, o nosso slogan, eu fui buscar no que muitos chamam de caixa de ferramentas para consertar o homem e a mulher, que é a Bíblia sagrada. Fomos em João, 8, 32: “E conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará”.

Entre os versículos bíblicos mobilizados na campanha, o candidato Bolsonaro escolhe como *slogan* uma passagem muito popular e difundida entre os cristãos, relativa à verdade. No texto bíblico a “Verdade” equivale ao próprio texto da Bíblia, conseqüentemente à palavra de Deus, mas também equivale ao próprio Cristo, como é enunciado em outro capítulo do livro de João: “Eu sou o Caminho, a Verdade e a Vida” (João 14, 6).

Esse versículo bíblico, uma vez feito *slogan* de campanha, tem seu sentido original subvertido. Embora o apelo à memória de sua origem religiosa permaneça, o seu funcionamento discursivo no campo da política, e neste contexto peculiar da disputa eleitoral de 2018, conjuga outro efeito de sentido. Além de promover o lastro religioso do candidato, seu emprego como *slogan* atua como autodefesa, como blindagem contra as denúncias do campo político adversário relativas ao uso sistemático de *fake news* como *modus operandi* de sua campanha.

A ironia dessa apropriação sistemática do versículo bíblico como *slogan* de campanha reside na sua subversão, mas também na sua repetição estratégica. A subversão de seu sentido visa fomentar uma

indistinção estratégica entre a ‘verdade’ a que alude o candidato e a ‘Verdade’ do texto bíblico, de modo a naturalizar essa equivalência semântica. No que diz respeito à repetição, a invocação constante desse *slogan* tem um duplo objetivo: afastar daquele que o invoca a atribuição de faltar com a verdade e, ao mesmo tempo, atribuir ao adversário essa condenação³⁵.

A imputação de mentira entre adversários em disputa política é talvez tão antiga quanto a política. Nesta eleição, no entanto, o tema da verdade e da mentira vicejou embalado pelo fenômeno das ditas *fake news*. Não sem razão, o apelo ao enunciado bíblico, em sua força simbólica e histórica, desempenha um importante escudo, ao menos junto a parte dos eleitores, dessa pecha da mentira que frequenta a política. A força simbólica da Bíblia também advém de sua ampla circulação no Brasil. Segundo as várias edições da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil”³⁶, trata-se do livro mais presente nos lares brasileiros, assim como citado como o mais lido. Distribuída gratuitamente ou adquirida pelos fiéis, sua posse, porte e leitura empoderam até mesmo aqueles que não sabem ler. Como livro e como palavra, como objeto e como mensagem, ela outorga dignidade àquele que a tem em mãos. Tanto seu uso quanto sua conservação implicam formas de reverência. Por isso, o recém-eleito presidente, ao se referir à Bíblia, neste seu 1º pronunciamento, repete o gesto ritualizado dos tribunais de justiça, o de garantir a verdade do que se enuncia jurando com a mão direita sobre a Bíblia. Apesar do ato falho do presidente, que “jura” com a mão esquerda contrariando, assim, o que manda o protocolo, seu gesto aciona essa memória coletiva acerca da Bíblia como livro sagrado, como objeto que se impõe como verdade e que impõe a verdade àquele que enuncia em seu nome:

- (5) “Nós fomos declarados vencedores neste pleito e o que eu mais quero é, seguindo ensinamentos de Deus [coloca a mão esquerda sobre a Bíblia depositada na mesa, e que se encontra com sua capa voltada para a câmera], ao lado da constituição brasileira, inspirando-se em grandes líderes mundiais e com uma boa assessoria técnica e profissional ao seu lado [sic], isenta de indicações políticas de praxe, começar a fazer um governo a partir do ano que vem que possa realmente colocar o nosso Brasil novamente num lugar de destaque”.

A presença da Constituição nessa biblioteca-ethos, do candidato e depois presidente, explora seu valor simbólico como carta magna da garantia dos direitos a todo e qualquer cidadão brasileiro. Sua presença também visa

anular ou atenuar a acusação frequente de seus opositores de que, como entusiasta do Golpe Militar de 64, Bolsonaro não a respeitaria. Assim, a presença da Constituição nas “lives” construiria a imagem de um democrata, de político fiel aos princípios da democracia nela expressos e por ela resguardados.

Ele recorre à Constituição em pelo menos dois de seus vídeos. Ainda na campanha de 1º turno, no dia 27 de outubro, na véspera da votação, esse livro encontra-se aberto sobre a mesa, com uma caneca deposta sobre ele atuando como marcador de página. O candidato, de modo a contra-argumentar a crítica de que não disporia de governabilidade caso fosse eleito, cita o artigo 85, inciso 2, que regularia o “livre exercício do poder legislativo”. Ele disse que não entraria no jogo do “toma lá, dá cá” da “velha” política, porque a própria constituição o resguardaria quanto a isso.

- (6) Por isso eu sou escravo da Constituição. A constituição é a maior defesa que eu posso ter para o meu mandato. É esse livrinho aqui. Jamais eu vou querer uma nova constituinte. [...] Jamais! Não me interessa. Essa que está aqui me interessa. Pontualmente, se tivermos algo que acho que deve ser mudado, a gente apresenta uma proposta e o Parlamento decide se muda ou não. Nós devemos é aperfeiçoar. A constituição, mais do que escravo eu sou realmente grato à Constituição porque ela vai sim nos ajudar na governabilidade.

A afirmação de seu respeito à Constituição é formulada de modo bastante categórico. Dizer-se “escravo” da Constituição, afirmar sua lealdade e sua gratidão a esse documento valendo-se de modalizadores de certeza e de intensidade ao asseverar que “jamais” a alteraria, ou ao retificar dizendo que “mais do que escravo [é] realmente grato” marcam uma enunciação reativa, que ao afirmar seu compromisso com o que é enunciado neste documento ao mesmo tempo denuncia a falsidade da alegada acusação de que ele não a respeitaria, nem aos valores democráticos que ela enuncia. Bolsonaro também se vale do emprego do diminutivo ao se referir à Constituição, chamando-a de “livrinho”. Seu objetivo – nesse caso não tão bem-sucedido – é o de indiciar uma relação afetiva, de proximidade, de familiaridade, e não necessariamente depreciativa, referencial ou desrespeitosa, como o diminutivo às vezes pode conferir.

A Constituição volta à mesa em sua 1ª “live” pós-eleição. Ela é novamente ostentada e citada. A reiteração do compromisso de se guiar por ela atua como uma “satisfação” ao povo brasileiro de modo geral. Em conformidade com o gênero “discurso de vitória”, a presença da

Constituição sinaliza a passagem do lugar de candidato para o lugar de presidente, do lugar daquele que falava à militância, para o lugar daquele que agora deve se dirigir a todos os brasileiros.

Livros recomendados, autores homenageados

Lado a lado com a Bíblia, com a Constituição e com a biografia de Churchill, também se apresentou sobre a mesa desse 1º pronunciamento pós-eleição o livro de Olavo de Carvalho, “O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota”³⁷. Polemista, esse autor desempenha com sucesso o papel de influenciador digital da autointitulada “nova direita”. Precursor das “lives”, ele fez escola e seguidores. Nelas, ele busca produzir os efeitos de franqueza, de coragem, de fala espontânea e sem censura, apelando para uma versão escrachada e inconsequente de se pronunciar publicamente, radicada na incitação da polêmica, em especial em relação a alguns temas, como socialismo, aborto e homossexualismo. A campanha de Bolsonaro encontra, a esse respeito, o mentor ideal³⁸ de modo a aproveitar a onda antiesquerda, antiestado e ultraconservadora que, desde os anos 90, têm eco na pena desse autor.

Apesar de seu livro estar presente sobre a mesa em pelo menos 3 dessas transmissões, e em outras aparecer ainda que discretamente em uma pilha de livros sobre o móvel ao fundo, ele não foi propriamente tema de nenhuma transmissão, nem mereceu uma atenção específica do candidato e depois presidente nesses seus pronunciamentos. A sua presença parecia bastar para a finalidade que cumpria: acenar para um contingente de leitores, seguidores e eleitores “olavistas”. Embora não tenha sido feita nenhuma referência direta a esse seu livro, no 1º pronunciamento como presidente eleito, do dia 28 de outubro de 2018, é possível depreender dessa sua presença relativamente discreta a menção alusiva, genérica, mas sensível e assimilável por parte em especial desse segmento de seu eleitorado, a quem o presidente eleito agradeceu o apoio e reconheceu que esse segmento:

- (7) “[...] passou a ser, sim, integrante de um grande exército que sabia para onde o Brasil estava marchando e clamava por mudanças. Não poderíamos mais continuar flertando com o socialismo, com o comunismo, com o populismo e com o extremismo da esquerda. Todos nós sabíamos para onde o Brasil estava indo!”.

O antiesquerdismo aqui manifesto e a alusão conspiratória quanto ao destino do país confirmam essa referência a Olavo de Carvalho, essencial e de origem, mas não verbalizada como tal, não designada nominalmente, não ostentada de modo particular.

Apesar do que exigia o gênero ‘pronunciamento pós-eleição’, e apesar da discrepância simbólica entre este livro do polemista e os demais, lá estava Olavo de Carvalho, lá estava seu *best seller*. Embora não ostentado nem comentado, o livro marcava sua presença e falava a um conjunto robusto de eleitores. Essa discrição quanto a importância dessa influência, exigida de quem deixa de ser candidato para atuar como presidente, não dura muito. No segundo pronunciamento após a eleição, realizado no dia 09 de novembro de 2018, ele adota novamente o tom do candidato em disputa. Os títulos dos livros e as mensagens e públicos visados se alteram drasticamente. Seja como forma de reconhecimento e agradecimento, seja para manter o clima de campanha e de convocação da militância, Bolsonaro substituiu os livros com potencial de se dirigir a contingentes mais gerais da sociedade brasileira, por livros de explícita orientação ideológica, político-partidária, ao gosto de um segmento amalgamado pelo anti-intelectualismo e pelo “antiesquerdismo”, de modo geral, e pelo “antipetismo” de modo particular.

Sobre a mesa, e de modo a reiterar seu posicionamento de “direita”, reativo e ácido, vê-se obras que “desmistificariam”, “revelariam” ou “desmascarariam” as ideias, as ações, os segredos, as mentiras, a mente “patológica” da esquerda: “Não, Sr. Comuna! Um guia para desmascarar as falácias esquerdistas”³⁹; “A Mente esquerdista: as causas psicológicas da loucura política”⁴⁰; “A verdade sufocada: a história que a esquerda não quer que o Brasil conheça”⁴¹.

Eles não são objeto particular de comentário. Estão expostos na vitrine. Embora não tenham sido abordados nas “lives”, sua presença ostenta sua existência, promove sua relevância, reconhece seu papel na campanha e na vitória.

A política em migalhas: dos versículos aos bordões

As “lives”, os “posts” e os “tuítes” consolidam a era dos discursos políticos em migalhas, dos versículos aos bordões. O discurso político se moderniza e entra nas redes sociais sob a forma de enunciados breves, destacáveis⁴², alguns deles desinstitucionalizados, sem autor reconhecível ou origem acessível, muitos deles inimputáveis, numa multiplicação sem-

rosto de falsas informações e mesmo injúrias, que se proliferam com uma rapidez ímpar porque compartilhadas na facilidade de um click. Na selva das redes sociais são confundidos os espaços, papéis, protocolos e formas de enunciar públicos e privados. Sob sua pretensa abertura democrática para todas as vozes, emergem dizeres menos suscetíveis ou mais indiferentes aos entraves, jurídicos ou éticos que constituem os limites da vida democrática em comum. Campo aberto para o dizer “livre” é também um campo aberto para o cinismo da flexibilização dos limites entre verdade e mentira, uma vez *on-line*.

Assim, diz-se tudo, sobre tudo e todos. Alguns poucos desses dizeres espalhados são alvo de disputa jurídica. No entanto, ainda que alguns sejam desmentidos legal e oficialmente, não se pode evitar ou dirimir os efeitos de sua difusão sem controle, de sua circulação totalizante, veloz e irresponsável, movida ao gosto do escândalo, do espetáculo, do grotesco. As assessorias de marketing político preveem e agem de modo condizente com essa lógica. Nessas disputas políticas recentes, explorou-se de modo bastante limítrofe o potencial argumentativo das alusões falsas, verdadeiro rastilho de pólvora nas redes virtuais, que entram sem bater em quase todas as portas. Inverdades produzidas e distribuídas em escala industrial fornecem meios bastante eficazes a um populismo, no pior sentido do termo.

Bolsonaro construiu a viabilidade de sua candidatura contando com recursos tecnológicos da atualidade, alguns deles até então nunca usados nessa mesma escala e sofisticação para a propaganda política. Ele, no entanto, também dispôs de uma produção editorial, à moda antiga. Vários títulos e autores encontraram um nicho de sucesso no mercado editorial: o refluxo da extrema direita em escala mundial.

Caracterizados por um antiesquerdismo atávico, de verve mais ultraneoliberal no plano econômico e/ou ultraconservadores no plano comportamental, pavimentaram a viabilidade da eleição de um candidato inexpressivo de um partido inexpressivo. Essas produções livrescas não apenas alavancaram, numa relação de simbiose ou de convergência midiática, suas pretensões políticas e a do seu representante, contribuindo para sua visibilidade e eleição. De modo reflexo, esses livros e autores se celebrizaram, dos porões às vitrines, do ostracismo ao estrelato, da insignificância ao sucesso. O mercado livreiro lucrou com essas produções e com seu aumento de visibilidade à medida que o candidato e depois presidente também se tornava mais visível. Ele fez de várias obras

inviáveis comercialmente *best sellers* imprevisíveis, ainda mais se comparados aos números de venda de livros no cenário editorial brasileiro.

Grande parte desses livros não foi sequer mencionada verbalmente nessas transmissões ao longo da campanha. Sua mera presença na mesa bastava, seja porque já circulavam e eram conhecidos do público para o qual o candidato se dirigia, seja porque as próprias capas, expostas à mesa nas “lives”, eram bastante alusivas de seus conteúdos e de seu alinhamento ideológico com as posições do “mito”. Seus títulos, seus autores e suas capas tornavam sua mera exposição eloquente por si mesma. Esses livros forneceram os argumentos para as “lives” do candidato e elas, por sua vez, foram uma vitrine e tanto para esses livros.

Com esses títulos, o candidato se dirigiu a segmentos distintos da sociedade brasileira. Falou a segmentos que se identificavam como patriotas, religiosos, militares, liberais na economia, ultraconservadores, radicais da nova-extrema-direita, ou simples, e prioritariamente, antipetistas. No caso destes últimos, o candidato pregou para convertidos: trouxe livros-testemunho para denunciar o PT, livros que ele não leu, e nem sua militância. Fez homenagens aos autores e livros que lhe convieram muito bem nesta campanha. Blindou-se simbolicamente com obras consensuais em nossa cultura.

Os livros citados, os livros ostentados, os livros expostos pelo candidato e depois presidente, apesar de sua forma editorial comum, indiciam formas de apropriação diversas. Alguns não precisam ser lidos, estão lá como ‘prova’. Outros não precisam ser lidos em sua totalidade, estão lá como “caixa de ferramenta” de onde se sacam conselhos e bordões, argumentos e provocações. Todos eles, no entanto, afirmam a importância desse gênero editorial impresso, sua sobrevivência na era dos textos virtuais, em uma simbiose que ganha eleições.

Notas

¹ Versículo 32, Capítulo 8, Evangelho de São João, Bíblia Sagrada. Foi adotado como um dos *slogans* da campanha.

² No gradiente político atual no Brasil, este partido localiza-se na extrema direita. Em virtude da candidatura de Bolsonaro assumiu um posicionamento ultraliberal e ultraconservador. Fazia parte dos partidos com bancadas muito pequenas e pouco expressivas. Depois das eleições de 2018, e como é próprio de uma certa “dança das cadeiras”, tornou-se o partido que mais

recebeu filiações, recentemente tendo superado em número, na Câmara dos deputados, o Partido dos Trabalhadores (PT), que nas eleições contava com a maior bancada.

³ Vídeo gravado “ao vivo” para circulação em plataformas virtuais (WhatsApp, Facebook), de caráter amador, com captação por aparelho celular ou câmera de vídeo de computador.

⁴ Foi deputado, ao longo de quase 3 décadas e 7 mandatos, tendo aprovado apenas dois projetos de sua lavra e integrado 7 legendas partidárias distintas. Apesar de sua rápida passagem pelo PTB (2005 a 2005) e pelo PFL (2005), sempre se filiou a partidos do “centrão” alcunhados como “nanicos”, por seu baixo número de filiados e de eleitos: PDC (1988-1993), PPR (1993-1995), PPB (1995-2003), PSC (2005-2016), flertou com a sigla ‘Patriotas’ (2017) até filiar-se ao PSL (2018), com o qual disputou e se elegeu à presidência da República.

⁵ Ao longo do período oficial de campanha eleitoral fez várias “lives”, algumas delas no hospital, durante o período em que esteve hospitalizado. Na reta final do 1º turno fez “lives” diárias, de 01/10 a 04/10, no mesmo horário HGPE e do último debate televisivo dessa rodada eleitoral, realizado e transmitido pela Rede Globo de TV, no dia 04/10. No 2º turno fez 7 transmissões ao vivo, inclusive nos dias em que estava prevista a realização dos debates de 2º turno, entre os dois candidatos. Pela 1ª vez depois da redemocratização esses debates televisivos não ocorreram.

⁶ Em algumas transmissões, esses profissionais que fazem a captação dessas imagens “invadem” a cena, se mostram na tela. Esses “lapsos” com ares de “making of” não anulam, no entanto, os efeitos de produção caseira, barata e improvisada pretendidos.

⁷ Antes e depois de sua eleição foi constante o apelo ao estilo ‘casual desleixado populesco’ que explora, de modo tosco e estereotipado, a representação do popular. Ele se apresentou de bermudas ou calças esportivas e chinelo, lavando roupa em sua casa no Rio de Janeiro ou recebendo ministros e outras autoridades políticas no Palácio do Alvorada, com este mesmo figurino. Fez-se filmar na barbearia, cortando cabelo, e também tomando café da manhã em casa, inaugurando misturas incomuns como pão com leite condensado. Apareceu temperando carne para churrasco e, em alusão a seu atentado, brincou de esfaquear um prestador de serviço. Este mesmo espaço da churrasqueira, logo após a eleição, acolheria também a 1ª coletiva de imprensa, cuja mesa onde foram dispostos os microfones dos jornalistas foi improvisada com cavaletes e pranchas de surf. Na posse, ele decidiu assinar o diploma com uma caneta ‘bic’, e durante sua participação na reunião do G20 em Davos ele se fez fotografar almoçando em um *self-service* de um supermercado.

⁸ Diz respeito à busca de construção de uma dada imagem, por parte daquele que enuncia, por meio do ‘quê’ diz, assim como do modo “como” o faz, tendo em vista o estabelecimento de identificação com aqueles para quem fala e eventualmente de quem fala. Cf. Amossy, 2005.

⁹ Neologismo proveniente do nome dado a um conjunto de ações da Polícia Federal, iniciadas em março de 2014, nomeadas como “Operação Lava-jato”. O seu principal personagem foi o então juiz Sérgio Moro que, de herói de capa da Revista *Veja*, de pivô do impeachment da presidente Dilma e da prisão do presidente Lula, tornou-se ministro do governo do atual presidente Bolsonaro.

¹⁰ Em 7 “lives” do segundo turno das eleições, entre os dias 7 e 27 de outubro de 2018 “quase 82% do tempo (111 dos 136 minutos) de transmissão foi dedicado a atacar o programa de governo do PT, Fernando Haddad e a rebater *fake news* supostamente divulgadas pelo rival.”, segundo Cadu Caldas, no artigo “O que os lives de Bolsonaro nas redes sociais dizem sobre o

discurso do presidente eleito”, publicado em 28 de setembro de 2018, no site do Jornal Zero Hora.

¹¹ Facebook e WhatsApp dispõem de um contingente gigantesco de usuários no Brasil, se comparado com outros países.

¹² Desde a redemocratização, à cada eleição presidencial são realizados debates televisivos de 1º e de 2º turnos entre os candidatos. Esses debates são organizados e transmitidos pelos principais canais de TV do país. Em 2018, não houve debates de 2º turno. O candidato Bolsonaro participou de apenas um debate no 1º turno, em 17 de agosto de 2018 na Rede TV, com desempenho considerado prejudicial a sua campanha. Em seguida se ausentou dos demais tanto em função do atentado à faca de que foi vítima em 6 de setembro, quanto em função de sua estratégia de campanha. Apesar de ter recebido aval da junta médica para participar dos debates de 2º turno, previstos em 6 canais de TV (Globo, Rede TV, Band, Record, TV Gazeta, SBT), o candidato se negou e admitiu valer-se estrategicamente dessa prerrogativa. Em função disso, foram suspensos todos os debates previstos de 2º turno com o outro candidato, Fernando Haddad.

¹³ Em 04/09/2018, no mesmo horário do debate entre os candidatos de 1º turno na Rede Globo, o candidato do PSL participava de uma entrevista na Rede Record, de propriedade do Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, que uma semana antes tinha declarado seu voto a Bolsonaro. Com a transmissão da entrevista, a Rede Record bateu seu recorde de audiência para o horário, ocupando o 2º lugar isolado.

¹⁴ Não apenas o candidato se valeu desse recurso, como solicitou a seus apoiadores e eleitores que fizessem o mesmo. Para essa convocação, o candidato usou seus 15 segundos do HGPE. Essa estratégia se mostrou bastante eficaz. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, na última semana da eleição de 1º turno, constatou-se que “81% dos eleitores de Jair Bolsonaro (PSL) participam de alguma rede social [...] e entre os de Fernando Haddad (PT), 52%. O grupo com intenção de votar em Bolsonaro é também o que mais lê notícias pelo WhatsApp (57%) e Facebook (61%)”. Ainda conforme o Datafolha: “As redes sociais têm grande penetração no Brasil. Na última divulgação, o WhatsApp afirmou ter mais de 120 milhões de usuários no país. Em julho, o Facebook informou em eventos com jornalistas ter alcançado 127 milhões de pessoas. As eleições deste ano terão 147 milhões de brasileiros aptos a votarem.”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/06/a-um-dia-da-eleicao-fake-news-inundam-as-redes-sociais.htm>

¹⁵ Cf. vídeo de 14 de outubro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube.

¹⁶ Cf. vídeo de 27 de outubro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube.

¹⁷ Cf. vídeo de 09 de novembro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube.

¹⁸ Cf. vídeo de 10 de novembro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube.

¹⁹ FHC se valeu constantemente da presença de livros em suas imagens públicas, inclusive em sua fotografia oficial como presidente, de seu 2º mandato, no melhor estilo do poder ilustrado à francesa (Cf. Curcino, 2017). O atual presidente eleito na França, Macron, reitera essa tradição francesa e reserva lugar especial ao livro aberto sobre a mesa em sua foto oficial da presidência.

²⁰ Cf. Curcino, 2018.

²¹ Juan Reinaldo Sanchez. “A vida secreta de Fidel Castro”. São Paulo: Editora Paralela, 2014.

²² Escrito por Fernando Haddad, o livro “Em defesa do Socialismo: Por ocasião dos 150 anos do Manifesto”, foi publicado em 1998 pela Editora Vozes. Durante o período entre o 1º e 2º turno das eleições, o guru do candidato Bolsonaro, Olavo de Carvalho, produziu, divulgou e depois apagou uma *fake news* envolvendo esse título. Afirma em sua postagem “Estou lendo um livrinho do Haddad, onde ele defende a tese encantadora de que para implantar o socialismo é preciso derrubar primeiro o ‘tabu do Incesto’. Kit gay é fichinha. O homem quer que os meninos comam suas mães”. Antes de ser apagada, a postagem foi repostada pelo clã Bolsonaro (e também apagada em seguida) mas não sem antes ser replicada amplamente e se autonomizar dessa retratação, via WhatsApp.

²³ Cf. vídeo de 18 de outubro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube.

²⁴ Para a Análise do discurso, a “memória discursiva”, coletiva e histórica, atua na constituição e formulação dos enunciados dos quais, segundo Courtine (2009), organiza tanto sua recorrência, seu retorno, sua duração quanto sua anulação e apagamento.

²⁵ Cf. Abreu (2006), que discute os critérios, não necessariamente claros ou infalíveis, do estabelecimento dessas hierarquias.

²⁶ Obra biográfica oficial do ex-presidente uruguaio, Pepe Mujica Andrés Danza e Ernesto Tubolvitz. “Uma ovelha negra no poder. Confissões e intimidades de Pepe Mujica”. (tradução). Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2015.

²⁷ Cf. vídeo de 05 de outubro de 2018, disponível no canal oficial de Jair Bolsonaro no Youtube. Trata-se da penúltima “live” antes da votação de primeiro turno das eleições.

²⁸ No Brasil, o anticomunismo foi forjado a partir de três matrizes básicas: o cristianismo, o liberalismo econômico e o nacionalismo, em ordem de importância.

²⁹ Cf. Ab’Saber (2018).

³⁰ Na “live” da vitória, do dia 28 de outubro, o então recém-eleito presidente, em sua 1ª declaração pública, agradeceu o apoio de cada eleitor que segundo ele “passou a ser, sim, integrante de um grande exército que sabia para onde o Brasil estava marchando e clamava por mudanças. Não poderíamos mais continuar flertando com o socialismo, com o comunismo, com o populismo e com o extremismo da esquerda. Todos nós sabíamos para onde o Brasil estava indo!

³¹ Evento realizado periodicamente que, desde 1990, reúne partidos e movimentos de esquerda dos países da América Latina para refletir e coordenar ações de integração de seus povos no âmbito econômico, político e cultural. É amplamente citado pela direita e pela extrema-direita como se fosse uma “organização” ilegal, secreta e criminosa, cujo objetivo é tomar o poder e implantar o socialismo e o comunismo.

³² Winston S. Churchill. “Memórias da Segunda Guerra Mundial (1919-1941)”. Vol. 1. Editora Nova Fronteira e HarperCollins Brasil, 2015.

³³ Eugene H. Peterson. “A Mensagem: Bíblia de estudo”. Editora Vida. Trata-se de uma adaptação da Bíblia, destinada ao público protestante, feita por este pastor norte-americano para adequá-la à “linguagem contemporânea”. É publicada em diferentes edições (de bolso, de luxo, semi luxo, feminina, infantil, e-book etc.). Com as demais edições da Bíblia, trata-se do livro mais lido no Brasil, conforme diferentes edições da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil”.

³⁴ Publicada em 1988, com o encerramento da ditadura militar no Brasil, é conhecida como Constituição Cidadã.

³⁵ Em mais de um episódio, nessa campanha de 2018, a Bíblia foi pivô de intrigas. Um exemplo de destaque foi o episódio amplamente coberto pela mídia da Bíblia recebida como presente por Fernando Haddad, em um comício na Bahia, no 2º turno, e que logo em seguida teria sido encontrada no lixo. O caso veio à luz por meio de um vídeo gravado e publicado por um recém-eleito deputado estadual do PSL. Em seu vídeo ele relata o desprezo do candidato do PT pela palavra de Deus, ao filmar a Bíblia no lixo, e ao mostrar a dedicatória, na primeira página, dirigida ao candidato. Haddad, por sua vez, denuncia o furto da Bíblia, que tinha sido colocada em uma sacola juntamente com outros pertences, todos eles desaparecidos, de uma mesa do comitê disposta no palanque.

³⁶ Pesquisa realizada nacionalmente, desde 2000, coordenada pelo Instituto Pró-livro, encontra-se em sua 5ª edição. Busca levantar dados e indicadores sobre as práticas de leitura e de consumo do livro pelos brasileiros.

³⁷ Olavo de Carvalho. “O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota”. Rio de Janeiro: Editora Record, 2013. Presente na mesa nas transmissões dos dias 24/10/2018, pouco antes da eleição de 2º turno, e novamente na 1ª “live” após eleição, no dia 28/10/2018, este título pode ser reconhecido por sua lombada numa pilha de 4 livros colocados sob o móvel ao fundo dos vídeos. Desde setembro de 2018 quando frequentou as “lives” de Bolsonaro, apenas este título de Olavo de Carvalho teve seu número de vendas triplicado, saltando, em vendas, de 17 mil exemplares em 2017, para 52 mil entre setembro e dezembro de 2018, em sua reedição pela Record, e conforme artigo de Alessandra Monnerat e Caio Sartori intitulado “Vendas de livros de Olavo de Carvalho triplicam desde eleição” e publicado no jornal *O Estado de S.Paulo*, em 19 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,vendas-de-livros-de-olavo-de-carvalho-triplicam-desde-eleicao,70002686383>. Em setembro de 2018 o livro já havia batido a cifra de 200 mil exemplares vendidos, conforme dados da Publishnews de 15/10/2018. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2018/10/15/atualidades-inculturais-brasileiras>.

³⁸ Em entrevista disponível no Youtube, gravada em 05 de fevereiro de 2018, Bolsonaro ao se referir a Olavo de Carvalho, diz: “Graças a Deus que ele existe. Ele realmente tirou da cegueira muita gente no Brasil, em especial a garotada [...]. E ele ajudou realmente a gente a chegar a esta situação que nos encontramos no momento de possível libertação pelas vias democráticas”. Em sua “live” de 27 de outubro de 2018, ele agradece aos “milhões de internautas” que a 4 anos estão “nessa luta buscando dias melhores para o Brasil”, e afirma que “muitos foram influenciados pelo professor Olavo de Carvalho, mostrando a verdade, para onde estávamos realmente caminhando[...]”.

³⁹ Evandro Sinotti. “Não, Sr. Comuna! Guia para desmascarar as falácias esquerdistas”. Vol. 2, Sinotti Editora, 2018.

⁴⁰ Lyle H. Rossiter. “A Mente Esquerdista. As Causas Psicológicas da Loucura Política”. Tradução: Flávio Quintela. Campinas: Vide Editorial, 2016.

⁴¹ Trata-se do livro citado como favorito pelo então candidato Bolsonaro, em uma entrevista no Programa Roda Viva, da TV Cultura, realizada em 30/07/2018. Seu autor é Carlos Alberto Ustra, torturador a quem, em 2016, o então deputado Bolsonaro dedicou seu voto em favor do impeachment de Dilma. Foi impresso pela Editora Ser, em 2007, com impressão paga pelo próprio autor. Um ano após sua morte e graças à dedicatória repulsiva do então deputado, entrou para lista dos mais vendidos em 2016, conforme dados apresentados por Maurício Meirelles. “Brilhante Ustra é o sexto autor de não-ficção mais vendido no país”. Caderno

Ilustrada, Jornal Folha de S. Paulo. 03/06/2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/06/1777921-brilhante-ustra-e-o-sexto-autor-de-nao-ficcao-mais-vendido-do-pais.shtml>

⁴² Cf. Maingueneau (2014).

Referências

- Abreu, M. (2006).** *Cultura letrada: literatura e leitura*. São Paulo: Editora UNESP.
- Ab’Saber, T. (2018).** Verdade, Psicanálise e Política. In: *Observatório da Imprensa*. Seção Entrevista. Edição 1018, 18 de dez. 2018.
- Amossy, R. (2005).** Da noção retórica de ethos à Análise do discurso. In: *Imagem de si no discurso: a constituição do ethos*. São Paulo: Contexto.
- Courtine, J-J. (2009).** “O conceito de formação discursiva”. In: *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, p. 69-96.
- Curcino, L. (2017).** Uma análise de discursos sobre a leitura e seus usos no âmbito da política brasileira. In: Fernandes Jr., A.; Stafuzza, G.B. (Orgs.) *Discursividades contemporâneas: política, corpo, diálogo*. Campinas: Mercado de Letras, p. 131-148.
- Curcino, L. (2018).** Imprensa e discursos sobre a leitura: representações dos presidentes FHC, Lula e Dilma como leitores. In: *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*. N. 16 esp., set. 2018, p.223-243, Ilhéus: UESC. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2223>
- Maingueneau, D. (2014).** *Frases sem texto*. São Paulo: Parábola Editorial.

Nota biográfica



Luzmara Curcino Professora no Departamento de Letras e no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar. Coordena o LIRE - Laboratório de Estudos da Leitura. Dedicase, em suas pesquisas, à análise de discursos sobre a leitura na atualidade. Organizou, entre outros, o livro “(In)Subordinações Contemporâneas: Consensos e resistências nos discursos”, (EdUFSCar, 2016). Traduziu, entre outras obras, “Inscrever e apagar: Cultura escrita e Literatura (séculos XI-XVIII)”, (Editora UNESP, 2006) e “O que é um autor? Revisão de uma Genealogia”, (EdUFSCar, 2012), ambas de Roger Chartier.

E-mail: luzcf@ufscar.br