



A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018 E A POLARIZAÇÃO POLÍTICA: ANÁLISE DA IMAGEM POLÊMICA DO *KIT GAY* E O SEU IMPACTO NO RESULTADO

Edney Firmino Abrantes¹

RESUMO – Este artigo trata da conturbada eleição presidencial do ano de 2018 que resultou na polarização política e imagética dos concorrentes na campanha eleitoral do segundo turno, entre Fernando Haddad do Partido dos Trabalhadores-PT e Jair Messias Bolsonaro do Partido Social Liberal-PSL. A construção e a desconstrução das imagens foram influenciadas pelos meios e técnicas de produção e reprodução, por consequência da circulação massiva nas redes sociais, em especial Twitter e Facebook, como dispositivos para difusão. Os autores utilizados serão Jacques Aumont e sua obra: **A imagem**, tecendo a relação do eleitor-espectador e seus sentidos, espaços, modos de visão e tamanho da imagem, de algo não usual, e Laan Mendes de Barros e seu trabalho: **Comunicação sem anestesia**, sendo a comunicação tomada como uma experiência sensível pensada na

perspectiva do compartilhamento entre os sujeitos e suas comunidades pela polissemia da imagem e narrativas do *kit gay*. Ambos confluem em uma espécie de recepção em estesia, típica da presença de sensibilidade que proporcionou a aceitação de um assunto inusitado. A imagem analisada será a polêmica do *kit gay* e o impacto no público-alvo eleitor.

PALAVRAS-CHAVE – Imagem, kit gay, comunicação, política, eleições presidenciais brasileiras.

ABSTRACT – This article deals with the troubled presidential election of the year 2018 that resulted in the political and imagery polarization of competitors in the election campaign of the second round, between Fernando Haddad of the Workers-PT Party and Jair Messias Bolsonaro do Liberal Social Party-PSL. The construction and deconstruction of



images were influenced by the means and techniques of production and reproduction, as a result of the massive circulation in social networks, especially Twitter and Facebook, as devices for dissemination. The authors used will be Jacques Aumont and his work: "The image", weaving the relationship of the spectator voter and his meanings, spaces, vision modes, image size, and close-up, of something unusual, and Laan Mendes de Barros and his work: "Communication without anesthesia", communication is taken as a sensitive experience thought

Introdução

A eleição presidencial de 2018 entrou para a história brasileira, como um evento *sui generis*, não apenas pelas polêmicas travadas entre os candidatos ao pleito, mas também pelo cenário político de guerra instaurado.

A minirreforma política realizada no ano de 2017, (que diminui o período de campanha eleitoral de 90 dias para 45, bem como, limitou as doações de pessoas físicas), foi um dos motivos – para o prato que estava sendo preparado –, cozinhasse em menos tempo, com temperos fortes e ebulição acelerada, proporcionando uma polarização entre esquerda e direita que reduziu a pó o centro, com o auxílio da mídia na intensa divulgação de corrupção, no decurso de investigações cinematográficas da Lava

out from the perspective of sharing between subjects and their communities by the polysemy of the image and narratives of the gay kit. Both converge on a kind of reception in thesis, typical of the presence of sensitivity that provided the acceptance of an unusual subject. The image analyzed will be the controversy of the gay kit and the impact on the voter target audience.

KEYWORDS – Image, gay kit, communication, politics, Brazilian presidential elections.

Jato e os julgamentos midiáticos do Poder Judiciário que juntos, inflamaram o espectro político, refletindo negativamente no público eleitor.

Em meio a uma atmosfera de desconfiança por parte da população brasileira, as campanhas eleitorais presidenciais de 2018, tanto do primeiro turno, quanto a do segundo, foram alimentadas por vários temas, como a corrupção, as generalizações, as *fake news*, e, por fim, o ataque físico e a facadas, ao então candidato a época, Jair Messias Bolsonaro, em Juiz de Fora/MG, evento este, que o retirou dos debates da próxima fase, por consequência de sua vitória parcial, que o levou a disputa com Fernando Haddad do Partido dos Trabalhadores-PT.



Um cenário de descrença, com a esquerda fragmentada, e a direita unificada, em torno de um conservadorismo exacerbado e identificado na pessoa do candidato Jair Messias Bolsonaro do Partido Social Liberal-PSL, considerado um político antissistema, nacionalista, populista e conservador, mesmo tendo feito parte dos quadros da Câmara dos Deputados por sete mandatos e jamais ter apresentado um eficaz Projeto de Lei que pudesse ter sido aprovado pela Casa do Povo, em benefício da própria população.

Nesse contexto, as propagandas políticas de Jair Messias Bolsonaro do PSL, nas duas fases de campanha eleitoral presidencial de 2018, foram muito agressivas, pautando assuntos como o tal Foro de São Paulo (como se fosse uma grandiosa organização latino-americana de governantes de esquerda com influência), a ligação dos governos de Cuba e Venezuela com os governos do PT, a realização de discursos que tentava atribuir a ideologia comunista ao espectro de esquerda, e a suposta doutrinação política da esquerda nos espaços sociais, como nas escolas e universidades públicas, no período de mandato dos governos Lula e Dilma, ambos do Partido dos Trabalhadores-PT, dentre outros.

Portanto, devido à complexidade política da conturbada eleição presidencial de 2018 em seus dois turnos, a concentração se deu na linha de pesquisa sobre a suposta doutrinação

política da esquerda nos espaços sociais, especificamente, nas escolas públicas infantis, locais de ativação da polêmica imagem do *kit gay* e suas narrativas polissêmicas, tendo a imagem deste *kit* como objeto.

Dessa forma, a pesquisa realizada sobre o impacto da imagem polêmica do *kit gay* nas eleições presidenciais de 2018, resultou na feitura deste artigo, deflagrando o seguinte questionamento: Como o *kit gay* e suas narrativas polissêmicas impactaram as eleições presidenciais de 2018 em seus dois turnos? O objetivo principal que norteou o trabalho foi identificar as maneiras que o público-eleitor, alvo da chapa Bolsonaro/Mourão, na campanha eleitoral em questão, se identificou e foi representado.

Essa representação, – construída em torno do grande herói da direita –, se dá a partir dos elementos visuais do *kit gay*, sob a ótica de Jacques Aumont, ora os sentidos, os espaços, os modos de visão, o tamanho da imagem e o close, bem como, de Laan Mendes de Barros, sendo a comunicação tomada como uma experiência sensível pensada na perspectiva do compartilhamento entre os sujeitos e suas comunidades pela polissemia da imagem e narrativas do *kit gay*.

O corpus pesquisado foi à obra: **A imagem**, de Jacques Aumont, tecendo a relação do eleitor-espectador de algo não usual como foi o *kit gay* e sua imagem



visual, com base nos elementos acima mencionados, a **Comunicação sem anestesia**, de Laan Mendes de Barros, aplicando a estesia na política como arte, tendo a percepção do sensível nos sujeitos que torna algo em comum, partilhado e por fim, Jacques Ranciere, e a visão da política essencialmente como estética, fundada sobre o mundo sensível, como uma espécie de manifestação artística democrática que incentiva a multiplicidade de manifestações, que nos fez entender a aceitação por estesia do kit gay por parte do eleitorado de Bolsonaro.

A história do *kit gay*

No ano de 2011, foi proposta pela iniciativa privada, não governamental, um programa denominado: “Escola sem

homofobia.” Tal projeto, poderia ser agregado ao Programa Brasil sem Homofobia, de acordo com as diretrizes do Ministério da Educação e Cultura-MEC, do Ministério dos Direitos Humanos e das Organizações das Nações Unidas-ONU, seguidas pelo governo federal brasileiro, a época, do Partido dos Trabalhadores-PT.

Tratava-se de um material didático, uma espécie de pacote (com uma cartilha indicando vídeos e filmes em seu conteúdo didático), destinados a professores, com o seguinte título: “Aparelho sexual e Cia. Um guia inusitado para crianças descoladas”, para levar conhecimento aos alunos, no intuito de combater a homofobia nas escolas.



Figura 1

Imagem do livro criada pela iniciativa privada para agregar ao combate a homofobia nas escolas



A iniciativa, já no ano de 2011, foi polêmica. Vários setores da sociedade, dentre eles os conservadores, foram contra a utilização desse material, e rejeitaram a sua adoção pelo governo federal. Na época, por ser um assunto bastante controverso, o governo federal, por intermédio do seu Ministro da Educação e Cultura, Fernando Haddad, decidiu não aceitar o respectivo material didático¹, como parte de sua diretriz.

Nessa época, também o então Deputado Federal/RJ Jair Messias Bolsonaro, unido a bancada evangélica, criticou pesadamente a iniciativa, em reunião pública na Câmara dos Deputados. A galeria estava tomada por representantes dos movimentos LGBT e o político, não se intimidou.

A mídia traz uma reportagem, onde estava presente uma plateia composta 100% de gays, lésbicas, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros. Essa turma toda reunida tomou decisões de que esta Casa não está sabendo [...] **atenção, pais de alunos de 7, 8, 9 e 10 anos da rede pública: no ano que vem, seus filhos vão receber na escola um kit intitulado Combate à Homofobia. Na verdade, é um estímulo ao homossexualismo, à promiscuidade**

1

<https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/kit-gay-o-que-e-mito-e-o-que-e-verdade-b60i8lo4osb19tsf2du8bmr54/>

(FOLHA DE SÃO PAULO, 2011, grifos nossos).

O tempo passou, o governo petista encerrou o seu mandato Dilma Rousseff, depois de treze anos no poder, após a aplicação do impeachment no ano de 2016. Mesmo após o impedimento, o Partido dos Trabalhadores-PT continuou sua trajetória de oposição, – mesmo enfraquecido na sua imagem partidária – conseguiu despontar em 2018, como um dos favoritos ao pleito presidencial, representado em seus quadros, justamente por Fernando Haddad (Ex-ministro da Educação e Cultura), como candidato, após a proibição do Tribunal Superior Eleitoral-TSE, do seu preferido Luiz Inácio Lula da Silva.

Assim, ficou clara a polarização política travada do Partido Social Liberal-PSL e sua chapa Bolsonaro/Mourão e aliança, com o Partido dos Trabalhadores-PT e sua chapa Haddad/Manoela e aliança, desenhando analogicamente, o espectro político da polarização da esquerda (com o PT e aliança), com a direita e o (PSL e aliança).

Entretanto, com a tal polarização entre esquerda e direita, as eleições presidenciais de 2018 foram intensas em seus dois turnos. Uma campanha inusitada, com *fake news*, e narrativas demolidoras de imagens dos dois lados. A desconstrução imagética cedeu lugar à destruição de imagem, com exposições de narrativas aleatórias e inverídicas.



Nessa linha que ressurgiu a história do *kit gay*. Embora tenha sido lançado no ano de 2011, pela iniciativa privada e não pelo governo federal do Partido dos Trabalhadores-PT a época, Jair Messias Bolsonaro e sua equipe trouxeram o assunto novamente à berlinda, mas agora como se aquela cartilha tivesse sido de fato adotada pelo governo petista, o que não é real, por conta do próprio Ministério da Educação e Cultura-MEC, ter desmentido o boato, com uma nota pública, como também a própria editora que lançou o livro educativo esclareceu o equívoco².

As narrativas do candidato Bolsonaro sobre o *kit gay*

A estratégia da chapa Bolsonaro/Mourão/ PSL e aliança, foi desgastar a imagem do Partido dos Trabalhadores-PT e do seu candidato Fernando Haddad. Intencionalmente, resgatou a polêmica sobre o livro “Aparelho sexual e Cia. Um guia inusitado para crianças descoladas”, que foi lançado pela iniciativa privada e posto em xeque na campanha eleitoral presidencial em 2018.

A imagem do livro, no ano do seu lançamento em 2011 foi controversa, pois, setores da sociedade, principalmente, as vertentes religiosas de

matrizes evangélicas, levaram discussões e debates inflamados para os demais setores sociais. Os espaços sociais, políticos, midiáticos e religiosos, foram motivos de conflitos e tensões, que desaguaram todos, indistintamente, no campo eleitoral.

Movimentos adeptos ao espectro político da direita, interligados com a religião evangélica, como Movimento Brasil Livre-MBL, O Vem pra Rua e Endireita Brasil, articularam uma grande participação de pré-candidatos para os cargos do Poder Legislativo (Vereadores, Deputados estaduais, Deputados federais e Senadores), filiados grande parte desses ao PSL, aderiram ao discurso do candidato ao cargo do Executivo federal Jair Messias Bolsonaro, também pelo PSL e todos juntos, expuseram a radicalização, adotando o *kit gay* como mote de campanha.

Primeiro, se ressalta que o *kit gay* é uma pecha, um nome ficcional, criado pelo candidato à presidência no pleito de 2018 Jair Messias Bolsonaro, que atrelou tal nomenclatura ao livro “Aparelho sexual e Cia. Um guia inusitado para crianças descoladas”, lançado pela iniciativa privada. Ele resgatou o tema de 2011 e o transportou para o ano de 2018, logo para a campanha eleitoral, como pano de fundo de sua pauta político-partidária.

Segundo, utilizar esse tipo de estratégia, em outras épocas, poderia ser a morte política do candidato em qualquer

2

<https://www.midiamax.com.br/brasil/2018/mec-e-editora-desmentem-bolsonaro-sobre-livro-e-kit-gay>



pleito, mas, em tempos de Pós-verdade, a aceitação se torna viável, por consequência de que os fatos em si, possuem menor importância do que as emoções e as próprias crenças pessoais. As pessoas não acreditam mais nos fatos.

[...] faz 40 anos que o neoliberalismo, liderado por Ronald Reagan e Margaret Thatcher, assaltou o mundo. E isso teve um efeito. A concentração aguda de riqueza em mãos privadas veio acompanhada de uma perda do poder da população geral. As pessoas se sentem menos representadas e levam uma vida precária, com trabalhos cada vez piores. O resultado é uma mistura de aborrecimento, medo e escapismo. **Já não se confia nem nos próprios fatos.** Há quem chama isso de populismo, mas na verdade é descrédito das instituições (CHOMSKY, 2018, grifo nosso).

Alves (2018) traz a luz da discussão atual, o que significa a pós-verdade. Descreve que, todavia a pós-verdade não se refere a uma ingenuidade de se acreditar em tudo que alcança os olhos e ouvidos do internauta. Ela se beneficia muito bem das crenças formalizadas, e são capazes de manipular o conteúdo para afirmar uma inclinação desta ou daquela convicção.

O El País define que esta é a palavra do ano para o Dicionário Oxford, que constatou que o seu uso cresceu no “contexto do referendo britânico sobre a União Europeia e nas eleições presidenciais dos Estados Unidos”, até

converter-se em um termo comum nas análises políticas.

Segundo o Dicionário Oxford, o termo Pós-verdade³, foi utilizado pela primeira vez em um artigo de Steve Tsich, publicado em 1992 na revista *The Nation*, no qual ele falava sobre a primeira Guerra do Golfo. Tsich lamentava que “nós, como povo livre, decidimos livremente que queremos viver em uma espécie de mundo da pós-verdade”, ou seja, um mundo no qual a verdade não é mais tão importante ou relevante.

O Dicionário Oxford cita um artigo do *Independent*, publicado antes das eleições americanas, que afirma que, depois das eleições, passamos a viver na sociedade da pós-verdade: “A verdade desvalorizou-se tanto que passou de ideal ao debate político a uma moeda sem

³ A *pós-verdade* deixou de ser um termo periférico para ser um dos pilares dos comentários políticos, agora sendo frequentemente usada pelas principais publicações sem a necessidade de esclarecimentos ou definições em suas manchetes. O termo deixou de ser relativamente novo para ser amplamente compreendido no decorrer de um ano - demonstrando seu impacto na consciência nacional e internacional. O conceito de *pós-verdade* está fervendo na última década, mas Oxford mostra a palavra subindo com frequência este ano no contexto do referendo do Brexit no Reino Unido e nas eleições presidenciais nos EUA, e se associando predominantemente a um substantivo em particular, na frase *política pós-verdade*.



valor”. A definição de Pós-verdade, é detalhada no site Oxford Languages⁴.

Terceiro Bolsonaro em seu discurso conservador destila narrativas voltadas para o seu público-eleitor, alvo de intensas versões assertivas sobre o tema. Os espaços frequentados pelos seus

⁴ A palavra composta *pós-verdade* exemplifica uma expansão no significado do prefixo *pós* - que se tornou cada vez mais proeminente nos últimos anos. Em vez de simplesmente se referir ao tempo após uma situação ou evento especificado - como no *pós-guerra* ou no *pós-combate* - o prefixo no *pós-verdade* tem um significado mais parecido com 'pertencer a um tempo em que o conceito especificado se tornou sem importância ou irrelevante'. Essa nuance parece ter se originado em meados do século XX, em formações como *pós-nacional* (1945) e *pós-racial* (1971).

A *pós-verdade* parece ter sido usada pela primeira vez nesse sentido em um ensaio de 1992 do falecido dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich na revista *The Nation*. Refletindo sobre o escândalo Irã-Contra e a Guerra do Golfo Pérsico, Tesich lamentou que 'nós, como povo livre, tenhamos decidido livremente que queremos viver em um mundo pós-verdade'. Há evidências de que a frase 'pós-verdade' está sendo usada antes do artigo de Tesich, mas aparentemente com o significado transparente 'depois que a verdade era conhecida', e não com a nova implicação de que a própria verdade se tornou irrelevante.

Um livro, *The Post-truth Era*, de Ralph Keyes, apareceu em 2004, e em 2005 o comediante americano Stephen Colbert popularizou uma palavra informal relacionada ao mesmo conceito: *veracidade*, definida pelos dicionários de Oxford como 'a qualidade de parecer ou sentir-se ser. Verdadeiro, mesmo que não necessariamente verdadeiro'. A *pós-verdade* estende essa noção de uma qualidade isolada de afirmações particulares a uma característica geral de nossa época.

propensos adeptos são preenchidos pela estratégia sensível de desconstrução imagética do seu adversário político na campanha presidencial de 2018, Fernando Haddad.

Ele simplesmente reiterou aquilo que discursou no ano de 2011 na Câmara dos Deputados, quando exercia a função de parlamentar pelo Rio de Janeiro e de forma veemente, atacou os movimentos LGBT nas galerias do local, sob a alegação de que o tal *kit gay* seria distribuído nas escolas de ensino fundamental pelo governo federal, conforme mencionado no capítulo anterior, em reportagem da Folha de São Paulo e referenciado.

Bolsonaro, em seu discurso sobre o *kit gay*, se ancorou nas supostas consequências que ocorreram em 2011 (pois, ele confirma que o governo federal a época adotou a tal cartilha para o uso nas escolas infantis), bem como o que de fato, (de acordo com a sua versão) o que aconteceu daquele ano para o ano de 2018. Ele descreve um cenário catastrófico, onde nas escolas as crianças tiveram o uso indevido do material com ensinamentos de cunho pejorativo, despertando a sexualidade antes da ordem natural, bem como a escolha pela troca de gênero, despertando conflitos e tensões nos campos de poder dos movimentos LGBT.



O impacto do discurso sobre o *kit gay* e a vitória de Bolsonaro no segundo turno das eleições presidenciais de 2018

O candidato Bolsonaro, usou a imagem do *kit gay* e a sua narrativa polissêmica sobre o assunto, também nos seus horários políticos. A inserção foi relevante, pois, ajudou a concretizar a suposta veracidade do tal *kit gay*. Essas aparições foram motivo de Representação Judicial destinada ao Superior Tribunal Eleitoral-TSE⁵.

A insistência na narrativa do *kit gay*, fez com que o assunto fosse um dos pilares para a sua vitória no segundo turno das eleições presidenciais de 2018. Em plena campanha eleitoral, Bolsonaro foi para a tribuna do Jornal Nacional (portando o livro: “Aparelho sexual e Cia. Um guia inusitado para crianças descoladas”), e, em horário nobre, postou o material em mãos para todo o Brasil, gerando um enorme impacto ao seu público eleitor, pois, acabou sendo uma comunicação assertiva aos conservadores.

O tema sobre o *kit gay* despertou a ira dos conservadores que se identificaram com as ideias do então candidato. O discurso emanado sobre o assunto conflitava com os dogmas religiosos descritos na Bíblia Sagrada (na vertente da matriz evangélica radical), convidando essas pessoas, ora eleitores, a

ser o público alvo desejado pela equipe bolsonarista.

De fato, ouve um levante nas urnas que gerou a vitória a Jair Messias Bolsonaro na campanha eleitoral presidencial de 2018. Dentre os vários assuntos polêmicos trazidos e usados pelo capitão aposentado do Exército Brasileiro, como antissistema, ser contra as cotas raciais, contra as demarcações indígenas, ser a favor da exploração dos recursos naturais e minerais da Amazônia, ser a favor das privatizações, o tema *kit gay* foi assertivo na cooptação dos votantes evangélicos conservadores.

Entretanto, mesmo o candidato Jair Messias Bolsonaro tendo vencido o pleito presidencial de 2018, ainda continua a discursar contra o Partido dos Trabalhadores-PT, polarizando as discussões e pautas internas do Brasil, ratificando a ficcional história do *kit gay*, provavelmente, para agradar a parcela do eleitorado conservador que o elegeu.

A narrativa do *kit gay* se tornou – para analistas da comunicação política – um dos fatores preponderantes na vitória de Bolsonaro-PSL sobre Fernando Haddad-PT.

⁵ <https://www.conjur.com.br/dl/direito-resposta-bolsonaro-kit-gay.pdf>



Resultados da apuração para presidente no 2º turno



Figura 2

Livro exibido por Jair Messias Bolsonaro na tribuna do Jornal Nacional da Rede Globo.

Análise da imagem do *kit gay* sob a ótica de Jacques Aumont

A imagem do *kit gay* neste artigo será analisada sob a ótica do professor Jacques Aumont e seus elementos, os sentidos, os espaços, os modos de visão, o tamanho da imagem, e o close, de algo não usual.

Sendo assim, é relevante observar do que se trata “A Parte do Espectador” trazendo questões psicológicas e cognitivas. As primeiras intenções por trás da produção e reprodução, bem como a visualização das imagens. Em seguida, ilusão representativa, adequando-se ao objeto desse artigo.

Além disso, a “Parte da Imagem” discorre sobre a imagem “propriamente dita”. Os subitens tratam de: analogia; representação do espaço; representação do tempo; significação da imagem, no caso em tela, do *kit gay*.

A “Parte do Dispositivo” é interessante. A dimensão espacial do

dispositivo trata do espaço plástico x espaço do espectador, transportadas para as redes sociais, especificamente, para os canais Facebook e Twitter. A parte seguinte fala da dimensão temporal, imagem no tempo x tempo na imagem e a imagem temporalizada: imagem filmica, por exemplo, se levarmos em conta as imagens dissuasórias do *kit gay* disseminadas em vídeos da propaganda eleitoral televisiva.

Finalizando, compara a impressão com a projeção e questões ideológicas envolvidas no dispositivo, sendo aqui, um ponto característico para a aceitação imagética do *kit gay* pelos eleitores conservadores que se identificaram com as narrativas de Bolsonaro e a polissemia da imagem.

Nessa linha de raciocínio, nota-se que, na contemporaneidade, a imagem visual, é empregada muitas vezes no sentido dissuasório. A sociedade, não dá conta o quanto é poderosa a imagem e o quanto ela pode influenciar. A mídia e os seus canais, proporcionam espaços para divulgação dessas imagens que chegam a atingir o espectador de forma avassaladora, ao ponto de cooptá-lo.

Esquece-se, porém, de sua capacidade particular de mediação, a qual controla a percepção que temos do mundo, levando seu leitor a ter, ou não, atenção sobre esse ou aquele objeto. 20 (...) uma vasta literatura sobre a função das imagens em seu próprio domínio, uma situação que tende a intimidar quem tenta ter uma visão



geral do problema. Ao agir dessa maneira, a imagem emprega, muitas vezes, um expediente tirânico e implacável, semelhante inclusive ao da Bíblia, em sua coerção e pretensão de ser e de criar um “único mundo verdadeiro” (AUERBACH, 2004, p. 11), sem precisar sequer afirmar isso, afinal deixamo-nos possuir e somos induzidos a isso. É a não aceitação do jugo imagético e de seu poder sobre nós, que nos torna presas fáceis de seus desmandos, levando a humanidade a aceitar e a compactuar com aberrações e atrocidades contra seus semelhantes, normalmente sob os auspícios de se fazer o bem. Os nazistas, por exemplo, por meio de imagens, reconfiguraram o conceito que os alemães possuíam dos judeus, ao associá-los, de maneira constante e por diversos meios, a figuras horrendas, caricatas e demoníacas. (BRANDÃO, 2017, p. 34-35)

É exatamente por essa linha que a análise sob a ótica de Jacques Aumont segue nesse artigo, ou seja, a forma acachapante que as imagens influenciam o espectador. Os sentidos, os espaços, os modos de visão, o tamanho da imagem, e o close, são capazes de dissuadi-lo.

Primeiro, analisar as imagens e em especial, a imagem do *kit gay* resgatada por Jair Messias Bolsonaro em 2018, na campanha eleitoral para presidente, foram muito utilizados os canais virtuais. Os usuários conservadores que se identificaram com as narrativas, acompanharam a disseminação imagética via tecnologia e redes sociais. O

Facebook e o Twitter foram os dispositivos de disseminação do *kit*.

O espectador foi mobilizado, virtualmente, por uma enxurrada de *fake news* sobre a imagem dissuasória do *kit gay*. As variações de imagens sobre o material (vídeos, livro, cartilha) foram espalhadas entre os usuários espectadores que passaram a decidir sobre os diversos suportes apresentados. A incidência do olhar se tornou variável por conta das diversas possibilidades proporcionadas pelas mídias digitais.

O aparato tecnológico ofertado pela equipe de Bolsonaro permitiu *upload* ilimitado e concomitante desse material pelos usuários conservadores. O *kit* nas suas variadas formas de material (vídeo, livro, cartilha, dentre outros), passou a ser disseminado nas redes sociais Facebook e Twitter dinamicamente, simultaneamente, sendo, definitivamente, compartilhado pelo seu público, sem cautela para verificação se era ou não *fake news*, e em tempo real e imediato.

O material em suas variadas formas, acompanhados de narrativas polêmicas e polissêmicas, estavam disponíveis na internet, bem como na plataforma do PSL, (por consequência dos *spots* inseridos em curto espaço de tempo, divulgados nas propagandas eleitorais da campanha presidencial de 2018), caracterizando esses canais digitais das redes sociais como dispositivos, sendo que, os vídeos e imagens do *kit gay* apresentados nas propagandas eleitorais



eram postados nas redes sociais para apreciação do usuário.

Lembrando que, segundo Aumont (1993), a imagem é plural, na qual a sua forma visível se torna uma particularidade. A imagem enquanto objeto real se relaciona com o espaço-tempo. E de fato entendida e direcionada a multiplicidade de sentidos. Existem imagens que referenciam os sentidos, a psique, bem como as imagens linguísticas.

A imagem como um elemento visual referenciado a um processo atemporal, por parte da primeira definição acima mencionada, uma determinação. Portanto, determinação esta, no caso da imagem do *kit gay* como uma suposta realidade, ao ponto de ser aceita.

A perspectiva da pluralidade das imagens a partir de uma construção temporal em relação aos espaços (concreto e abstrato) traz uma relação pautada na permuta onde o sujeito atua na construção da imagem, (em sua psique) na qual essa é detentora de características internas que se colocam em interdependência com o próprio sujeito. Essa interdependência é possível notar o distanciamento entre a imagem e o próprio sujeito.

Portanto, Aumont trabalha a perspectiva da construção do espectador pela imagem e a construção da imagem pelo espectador. Nessa perspectiva as estruturas como o imaginário, as emoções, a base sociocultural, o real, o saber, o tempo, o espaço, dentre outros,

são relacionadas nessa construção de dupla esfera, como se fosse um vetor de mão dupla.

Podemos restringir nossa exposição a dois aspectos: I. Ao duplo domínio das imagens: a) como representação material do mundo que se tem ao redor, calcado no *εἰθῶλ*: desenhos, gravuras, pinturas, esculturas, fotos, imagens televisivas, cinematográficas; b) como representação imaterial, presente em nossa mente, calcado no *εἶδωιολ*: sonhos, visões, fantasias, imaginações, representações mentais, pensamentos. II. À dupla realidade das imagens: a) sua bidimensionalidade, enquanto objeto visível e tangível; b) sua tridimensionalidade, cuja percepção é construída dentro de uma demarcação específica em um determinado tempo e espaço, sujeito a codificações próprias, não à toa trata-se de um fenômeno psicológico (BRANDÃO, 2016, p.185).

Assim na relação entre imagem e memória, o indivíduo é projetado, inconscientemente, e conscientemente, através de mecanismos da própria memória, denominada por Aumont através dos índices de referência, trazendo as características externas da imagem por intermédio da construção tempo-espaço, ligados umbilicalmente à história dos indivíduos e dos grupos sociais a que o próprio indivíduo pertença. Portanto, no imaginário do sujeito-usuário, eleitor de Bolsonaro, a imagem do *kit gay* projetada traz a referência do índice conservador em seus



(usos, costumes, tradições, cultura, heranças de memória, dentre outras), na forma consciente ou inconsciente, acatando, com ou sem cautela de verificação, a narrativa polissêmica do então candidato pelo PSL.

Em relação ao modo de visão, Aumont define um parâmetro exposto, ou seja, do tátil a visão. O modo tátil aproxima do raio de visão o objeto, por consequência da sua plasticidade, ou seja, desperta a sensação de que os objetos estão próximos à visão. No caso do *kit gay*, a sua imagem estava próxima do usuário – não apenas pelos dispositivos dos canais Facebook e Twitter – mas também por conta do celular, manuseado constantemente, pelo próprio na internet.

A sensação de aproximação da imagem do *kit gay* e a plasticidade percebida pelo sujeito-usuário despertou o conservadorismo como índice de referência daqueles identificados com Bolsonaro e sua narrativa polissêmica de desconstrução do PT e de seu candidato à época Fernando Haddad.

O tamanho da imagem não se dá apenas pela sua medida em números. O tamanho da imagem também se dá pelo corpo adquirido pela mesma, pela sua disseminação e audiência na sua recepção pelo espectador. As redes sociais têm a potência de audiência enorme. Um assunto quando viraliza, ganha dimensões estupendas.

No caso do *kit gay*, a imagem híbrida, (visual atreladas às variadas narrativas

polissêmicas), tomou proporções estratosféricas, sendo o assunto um dos mais comentados no Google Trends⁶, comprovando a teoria de que o assunto, foi um dos motivos da vitória de Jair Messias Bolsonaro no pleito presidencial, por consequência do impacto, via dispositivos digitais como canais, junto aos eleitores conservadores, usuários da internet.

Análise do *kit gay* sob a ótica de Laan Mendes de Barros e a estética política de Jacques Rancière

Quando se trata da complexidade da comunicação, o trivial em vários trabalhos é trazê-la no plano anestésico. Nesse sentido, a anestesia é o mais comum, ou seja, a ausência da sensibilidade, geralmente ocorre quando há onipresença da mídia.

A mídia e sua complexidade dispõem de poder, e, simultaneamente a sua onipresença, são enaltecidos pelo espectador e a massa. Nessa linha de

⁶ De acordo com levantamento divulgado pela Agência Pública, o volume de buscas na internet pelo termo “kit gay” em setembro de 2018 foi o maior da história, ultrapassando a marca de maio de 2011, quando a polêmica veio à tona. De acordo com projeções do Google Trends, as buscas neste mês de outubro devem ser quatro vezes maiores do que em maio de 2011. O interesse do público ressurgiu durante estas eleições presidenciais, inflamadas pelo embate entre Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). <https://pleno.news/brasil/eleicoes-2018/busca-por-kit-gay-ultrapassou-2011-entenda-a-polemica.html>



raciocínio, o que existe é de fato uma comunicação anestesiante que se irradia para o espectador anestesiado.

Essa famigerada anestesia, para Barros (2017), não impede a dor e o mal-estar, isso porque a alienação e a apatia podem adiar, mas não evitam o sofrimento de quem está sob controle de um sistema manipulador, de que não tem liberdade de sentimento e de pensamento.

Mas, a proposta nesse artigo, trazendo o autor Laan Mendes de Barros, é justamente o inverso, ou seja, é propor a capacidade do espectador e da massa de perceber as sensações, ter sensibilidade com as informações emanadas pela comunicação da mídia. É pensar a comunicação como experiência estética, ajudando a compreender a produção de sentidos, como atividade sensível, realizada por sujeitos ativos, conscientes e críticos.

Como define Rancière (2011), o termo **Aisthesis** designa um gênero de experiência que abarca a nossa percepção das coisas mais diversas. Experiência essa que envolve “os modos de percepção e mecanismos de emoção, como categorias que permitem identificá-las e padrões de pensamento que as classificam e as interpretam. De modo que palavras, formas, movimentos, ritmos sejam sentidos e pensados como arte” (RANCIÈRE, 2011, p. 10 – Tradução de Laan Mendes de Barros, p.162).

Assim, analisar a comunicação como experiência sensível, deixando o clássico

da anestesia e vivenciando a estesia, é pensar na perspectiva do compartilhamento do comum, oriundo das relações entre os sujeitos e seus campos e espaços de convivência, na percepção do objeto pelo espectador e de forma polissêmica, como no caso da imagem do *kit gay* e suas respectivas narrativas bolsonaristas.

O primeiro passo é perceber a política como arte, mas a arte de uma melhor convivência entre os diferentes, a arte de uma melhor administração, a arte como percepção dentro da comunidade política e suas discordâncias. E ter e perceber aquilo que é sensível dentro de uma comunidade de pessoas, incentivando a multiplicidade de ações, de visões e por fim, de manifestações. Portanto, a estética na política tem a ver com a arte para Rancière, no sentido da partilha do sensível e não especificamente, uma estetização da política.

A imbricação entre estética e política que assim se sinaliza nada teria que ver, porém, com a noção de “estetização da política” proposta por Walter Benjamin: “Há, portanto, na base da política, uma ‘estética’ que não tem nada a ver com essa ‘estetização da política’, própria da ‘idade das massas’, de que fala Benjamin. Não devemos entender esta estética no sentido de uma captura perversa da política por uma vontade de arte, pelo pensamento do povo como obra de arte” (RANCIÈRE, 2000, p. 13).



Sendo assim, para Galdino (2016), a política inaugura no seio do sensível, instâncias de participação outrora inédita e polêmicas, destruindo as antigas barreiras e as posições de cima e de embaixo. Contudo, as cenas individuais geram desconforto com as questões gerais da dominação, fazendo com que, acontecimentos aparentemente efêmeros e banais desconstruam antigas barreiras e fronteiras, implementando uma nova forma de participação, gerando novos sujeitos políticos e novas possibilidades de distribuição de posições e capacidades.

Nesse sentido, uma nova instância de participação popular surgiu nas redes sociais em meio à política atual. A midiaticização via os canais de disseminação de informações e imagens, vide a polêmica do *kit gay* e suas narrativas na campanha eleitoral presidencial de 2018, emergiu o sujeito virtual, capaz de se comunicar do seu próprio isolamento, pelas redes sociais, sem filtro emocional e cautela nos seus compartilhamentos do comum, independentemente, se vai ou não contrariar o outro.

Em muitas ocasiões não há empatia, mas há alteridade. Esses sujeitos virtuais sabem que, ao se manifestarem nas redes sociais, falam para o outro, portanto, reconhecem a sua existência e, é para estes que eles se manifestam, sem filtro emocional, como se estivessem frente a frente e presencialmente, de corpo, olho no olho. Gera um conflito político virtual

que reflete em debates e discussões exacerbadas, muitas vezes ultrapassando os limites da razão, fazendo com que, uma das partes rechaça as dimensões dessa interlocução, como no caso do *kit gay* e seus defensores em face dos seus contrariadores.

Para Pallamin (2015) a linguagem comum entra em ação e gera uma polêmica, uma recusa, ao mesmo tempo em que diz respeito a como diferentes falantes argumentam na mesma linguagem. Nesta concepção de ação política como refiguração do sensível, não se faz uma distinção entre dois tipos de linguagem, aquelas poéticas, que provocam a experiência estética e aquelas das formas de argumentação, ou as normas da ação comunicativa, como proposto por Jürgen Habermas (2002). Esta separação é considerada inexata por Rancière, que considera uma ação política simultaneamente como uma argumentação e a abertura de um solo em que esta pode surtir efeito. O reconhecimento que está em pauta não autoriza a separação entre uma ordem poética e outra argumentativa, de validação. Nas situações de comunicação envolvidas num conflito político, uma das partes nega-se a reconhecer uma das dimensões desta interlocução - sejam seus sujeitos, seus objetos, ou seus lugares -, aí se centrando o litígio.

Nessa sequência e retornando a visão do plano da estesia, o espectador tem a visão e percepção do sensível, mas a



experiência estética na política como arte e compartilhamento dessa sensibilidade de forma comum, remete ao campo ideológico e a identificação desse sujeito virtual com as narrativas polissêmicas de Jair Messias Bolsonaro, concordando com a aceitação do *kit gay*, como uma imagem ofensiva aos direitos da família brasileira, sob a vertente evangélica radical.

Os sentidos aqui foram compartilhados entre os grupos e comunidades que se identificam com a pessoa e vertente religiosa que cercam a figura central de Bolsonaro. Na realidade, o *kit gay* e sua imagem, reforçada pelas narrativas polissêmicas, foi um estímulo que impactou ideologicamente a campanha eleitoral.

Como esse conflito se deu na esfera política e seus campos de disputa, a sua experiência estética se baseou numa dinâmica de mediações entre os pares, por conta das suas relações e identificação ideológica. Com isso, a produção desses sentidos se desdobrou em ações conjuntas entre os espectadores dessa massa, bem como do espectador consigo mesmo, ao receptionar a imagem do *kit gay* e suas narrativas polissêmicas expostas pela mediação.

Ou seja, na visão de alteridade de Ricœur, o outro está presente no tempo e espaço da experiência de vida de cada indivíduo, o outro está presente na própria concepção da *ipseidade* de cada um. O outro está

em nós. Nesse sentido, a ideia de experiência estética como comunicação compartilhada, como interação, leva-nos a pensar não só naqueles com os quais convivo, mas também naqueles que trago comigo, na minha constituição e minhas memórias, e naqueles que virão depois de mim, mas que já comparecem no presente em forma de expectativas. As reflexões de Ricœur sobre reciprocidade e reconhecimento nos permitem aprofundar a ideia de compartilhamento do sensível e da experiência estética no âmbito do cotidiano vivenciado na comunidade (BARROS, 2017, p.171).

Para Paiva (2012), Ricoeur (1913-2005), o filósofo do sentido, dedicou-se às “interpretações e ideologias”, enfrentando “conflito das interpretações”, e hoje o seu legado filosófico nos encoraja a compreender os paradoxos e complexidades da mediação e das estratégias sócio técnicas de mediação, como ocorrências conflitivas que exigem contextualização.

Enfim, a complexidade da comunicação no plano da estesia, bem como a complexidade das relações do espectador e seus compartilhamentos do sensível via os dispositivos canais das redes sociais Facebook e Twitter, na esfera política, se interligam pela ideologia e seu imaginário colaborativo entre os seus pares, como aconteceu de fato com o *kit gay* na campanha eleitoral presidencial de 2018, que proporcionou a vitória ao seu propagador.

Considerações finais



De fato, a política se tornou diferente com a chegada das redes sociais. A tecnologia impulsionou o indivíduo e o fez ter coragem de se expor, de qualquer lugar, mesmo que sozinho.

Os relacionamentos digitais são fugazes. O campo virtual propõe uma gama de relações que não são reais, não possuem o calor dos corpos presentes. O olho no olho é algo do passado, pois no presente, se projeta um futuro diferente e estranho. Por outro lado, a celeridade das informações e notícias são reais e avassaladoras. Fazer parte desse mundo é vagar em um sistema sem fluido e emocional.

Paiva (2012) menciona em sua introdução que há algo de novo no ar! O fenômeno da internet, hipermídias e redes sociais configuraram uma nova realidade sociocultural, em que os cidadãos interconectados interagem de maneira colaborativa, formando laços afetivos, comerciais e políticos.

Tendo a concordar, mas deixando claro que, o usuário nas redes sociais age mais de forma emocional do que racional, por consequência de uma coragem de expor seus comentários ou compartilhar o comum, por conta do seu isolamento, geralmente, emanado por um aparelho

celular detendo tecnologia avançada e célere. Em meio a esse cenário real e contemporâneo, a política é um dos campos mais fervorosos no sentido dos embates, conflitos e tensões, onde o espectador e a massa digital ao qual pertença acaba se identificando pela ideologia, pelo imaginário semelhante, no qual o compartilhamento do sensível passa a ser contumaz.

O *kit gay* está sob a égide dessa contemporaneidade mencionada, ou seja, foi lançado por Jair Messias Bolsonaro em 2011 e foi polêmico. O mesmo resgatou o tema e o transportou para 2018, para a campanha eleitoral presidencial e quadruplicou o assunto em meio às redes sociais como se fosse a ponta de uma flecha, muito por conta da disseminação das narrativas polissêmicas que a sua equipe de marketing construiu.

O alerta serve para que os usuários façam uma checagem das informações e notícias para evitar o compartilhamento de *fake news*, que passa a atingir a imagem de pessoas e famílias, ocasionando não apenas a desconstrução imagética, mas também a destruição da honra e da moral das pessoas na busca frenética pelo poder.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Lorena Ferreira. **Fake News: contra-ataque à pós-verdade**. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE ARTE E TECNOLOGIA, 17, 2018, Goiânia. Anais... . Goiânia: Editora Ufg, 2018. p. 212 - 219.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BARROS, Laan Mendes de. **Comunicação sem anestesia**. Artigo apresentado na Intercom – RBCC, São Paulo, v.40, n.1, p.159-175, jan/abr. 2017, p. 162, 163, 171.

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442017000100159

Acesso em 15/12/2019.

BRANDÃO, Jack (org.). **Imagem: reflexo do mundo e do homem?** Questões acerca de iconologia, iconografia e iconofotologia. Editora Lumen et Virtus. Embu-Guaçu, 2017, p. 34-35.

BRANDÃO, A. J. S. **Eikón, Eidolon, Imago**. Imagem: Étimo e emprego dissuasório. Revista Lumen et Virtus. Vol. III n.16, agosto de 2016.

CHOMSKY, Noam. Entrevista ao jornal espanhol *El País*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/06/cultura/1520352987_936609.html

Acesso em 13/12/2019.

GALDINO, Pedro Danilo. **A relação entre estética e política na obra de Jacques Ranciere**. Dissertação de Mestrado em filosofia apresentada na Universidade do Rio Grande do Norte, p.46. Disponível em:

<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/22417/1/PedroDaniloGaldinoVitorPereira DISSERT.pdf>. Acesso em 15/12/2019.

Matéria intitulada **“Bancada evangélica diz que não vota ‘nada’ até esclarecer ‘kit gay’**”, publicada na Folha de São Paulo em 17.05.2011.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/917220-bancada-evangelica-diz-que-nao-vota-nada-ate-esclarecer-kit-gay.shtml>. Acesso em 13/12 de 2019.

MATTOS, A, M. et al. Livro da Compós denominado: **Mediação & midiaticização**. Editora da Universidade Federal da Bahia-UFBA, ano de 2012. Capítulo descrito por



PAIVA, C. C. de. **Sob o signo de Hermes, o espírito mediador: midiatização, interação e comunicação compartilhada**, p.140-170. Disponível em:

<https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf>

PALLAMIN, Vera. **Aspectos da relação entre o estético e o político em Jacques Rancière**. Revista de pesquisa em arquitetura e urbanismo programa de pós-graduação do departamento de arquitetura e urbanismo EESC-USP, ano de 2010, p.12.

Disponível em:

http://www.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/09/Aspectos_relacao_estetico_politico_Jacques_Ranciere.pdf

RANCIÈRE, J. **Le Partage du sensible. Esthétique et politique**. Paris: La fabrique 2000.

¹ Mestre em Ciências Humanas pela UNISA e Doutorando em Comunicação Social pela UMESSP, advogado e cientista político, bolsista CAPES.