

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS LARANJEIRAS DO SUL
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS-BACHARELADO**

ANA EDUARDA DE MATOS

**VALORES POLÍTICOS E CRISE DEMOCRÁTICA:
UMA ANÁLISE IMAGÉTICA DAS CAMPANHAS ELEITORAIS DO CANDIDATO
JAIR MESSIAS BOLSONARO EM 2018 E 2022 NO INSTAGRAM.**

LARANJEIRAS DO SUL

2024

ANA EDUARDA DE MATOS

VALORES POLÍTICOS E CRISE DEMOCRÁTICA:

UMA ANÁLISE IMAGÉTICA DAS CAMPANHAS ELEITORAIS DO CANDIDATO

JAIR MESSIAS BOLSONARO EM 2018 E 2022 NO INSTAGRAM.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Sociais- Bacharelado da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito de conclusão do curso.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Mattos Monteiro

LARANJEIRAS DO SUL

2024

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Matos, Ana Eduarda de

VALORES POLÍTICOS E CRISE DEMOCRÁTICA:: Uma análise
imagética das campanhas eleitorais do candidato Jair
Messias Bolsonaro em 2018 e 2022 no Instagram. / Ana
Eduarda de Matos. -- 2024.

67 f.:il.

Orientador: Doutor Felipe Mattos Monteiro

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Ciências Sociais, Laranjeiras do Sul, PR,
2024.

1. Bolsonaro; Redes Sociais; Análise de imagens;
Campanhas eleitorais; Democracia Brasileira.. I.
Monteiro, Felipe Mattos, orient. II. Universidade
Federal da Fronteira Sul. III. Título.

ANA EDUARDA DE MATOS

**VALORES POLÍTICOS E CRISE DEMOCRÁTICA: UMA ANÁLISE IMAGÉTICA DAS
CAMPANHAS ELEITORAIS DO CANDIDATO JAIR MESSIAS BOLSONARO EM 2018
E 2022 NO INSTAGRAM**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais da Universidade Federal da Fronteira Sul - *Campus* Laranjeiras do Sul.

Orientador: Felipe Mattos Monteiro

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em: 09/07/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Felipe Mattos Monteiro/Orientador– UFFS

Prof. Dr. Rafael da Silva - UEM

Dra. Gabriela Ribeiro Cardoso - UFFS

Dedico este trabalho a minha mãe, que sempre me encorajou a seguir meus estudos, as minhas irmãs, que são fonte de inspiração e amor em minha vida, e a minha avó, que valoriza a importância dos estudos e sempre reza por mim.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar meus agradecimentos às pessoas que me apoiaram durante essa trajetória.

À minha mãe, uma mulher sonhadora que me faz sonhar com ela, pelo amor, encorajamento e suporte constantes. Por estar junto comigo em todos os momentos, e por sempre acreditar em mim.

Às minhas irmãs, que sempre estão presentes em minha vida, e são referências para mim, por me ensinarem a amar, por me amarem sempre, e principalmente por serem incentivadoras em tudo o que faço.

À minha avó, que por circunstâncias da vida não pôde estudar, mas compreende a importância disso em minha vida, por sempre rezar por mim e lembrar-me de levar um casaquinho antes de sair. E ao meu pai, pelas conversas, pelas risadas e apoio.

Ao meu orientador, Felipe Mattos Monteiro, que durante todo esse percurso esteve me auxiliando, sanando minhas dúvidas. Escolhê-lo como orientador foi a decisão mais acertada que fiz.

Aos membros da banca, que aceitaram o convite para fazer parte deste momento tão importante.

Ao quarteto de amizade que se formou durante este período de graduação, agradeço a parceria que transformou essa fase em um momento mais leve.

Em especial, à minha amiga Kauane Andreiov Soares Antunes, que me acompanha desde a terceira série do ensino fundamental I e seguimos juntas até a graduação, sempre me incentivando, ouvindo e ensinando muito, mesmo em silêncio. E ao meu amigo Carlos Henrique Coelho dos Reis, que conheci durante a graduação, cuja essência combativa e revolucionária sempre me inspira.

Sou muito grata aos meus amigos por tê-los em minha vida e por poder compartilhar as sutilezas das nossas insignificâncias e rir de si mesmo.

Ao meu companheiro, e melhor amigo Yuri Eduardo Mendes Gandin, que mesmo distante, sempre foi uma inesgotável fonte de acolhimento, mansidão e amor.

À Universidade Federal da Fronteira Sul, por me proporcionar acesso a uma educação de qualidade, pública e popular.

E, finalmente, a todos que, de alguma forma, fizeram parte dessa trajetória. Meu sincero agradecimento. Cada contribuição fez uma grande diferença. Quero expressar meu reconhecimento a todos que tornaram possível a realização deste projeto.

A democracia está perdendo os seus adeptos. No nosso país, tudo está enfraquecendo. O dinheiro é fraco. A democracia é fraca e os políticos, fraquíssimos. E tudo o que está fraco, morre um dia.

Quarto de despejo, Carolina Maria de Jesus, 1958.

RESUMO

Este trabalho busca investigar o perfil do candidato Jair Bolsonaro no Instagram durante as pré-campanhas eleitorais de junho a julho de 2018 e 2022, focando nas imagens divulgadas. O objetivo é entender como essas imagens veiculam discursos que apelam ao conservadorismo e aos valores morais, os quais, por sua vez, se mostram contrários aos valores democráticos, deslegitimando a figura do político e as instituições. A pesquisa revisa a literatura sobre campanhas eleitorais e seus impactos nas redes sociais, especialmente no Instagram, e analisa o bolsonarismo como fenômeno político e social no Brasil.

A metodologia envolve análise de redes e técnicas de análise de discurso digital para coletar e interpretar as imagens postadas por Jair Bolsonaro. O exame das imagens foi organizado em sete grupos, com base nas semelhanças observadas tanto no teor das publicações quanto nas características visuais das imagens. Dentre esses grupos, três específicos das publicações realizadas em 2018 e quatro grupos das publicações realizadas em 2022.

As publicações foram coletadas do perfil do Instagram do candidato Jair Bolsonaro, referentes ao mês de junho e julho, abrangendo 104 publicações em 2018 e 135 publicações em 2022. Posteriormente, essas publicações foram categorizadas em grupos de acordo com as semelhanças identificadas no conteúdo e nos elementos visuais, constituindo 3 grupos em 2018 e 4 grupos em 2022.

O estudo também explora como a internet e as redes sociais transformaram as campanhas eleitorais, destacando questões de desinformação e polarização política. A análise do bolsonarismo inclui uma revisão da literatura específica sobre o governo Bolsonaro e seu impacto nas eleições de 2018 e 2022. Portanto, a pesquisa visa contribuir para a compreensão das estratégias comunicativas de Bolsonaro e seu efeito na democracia brasileira.

Palavras-chave: Bolsonaro; Redes Sociais; Análise de imagens; Campanhas eleitorais; Democracia Brasileira.

ABSTRACT

This study aims to investigate the profile of candidate Jair Bolsonaro on Instagram during the electoral pre-campaigns of June to July 2018 and 2022, focusing on the images posted. The objective is to understand how these images convey discourses appealing to conservatism and moral values, which in turn challenge democratic values, delegitimizing the politician and institutions. The research reviews literature on electoral campaigns and their impacts on social media, particularly Instagram, and analyzes Bolsonarism as a political and social phenomenon in Brazil.

The methodology involves network analysis and digital discourse analysis techniques to collect and interpret the images posted by Jair Bolsonaro. The analysis of the images was categorized into seven groups based on observed similarities in both the content of the posts and visual characteristics of the images. Among these groups, three are specific to posts made in 2018 and four to those made in 2022.

The posts were collected from the Instagram profile of the candidate Jair Bolsonaro, covering the months of June and July, including 104 posts in 2018 and 135 posts in 2022. Subsequently, these posts were categorized into groups based on similarities identified in the content and visual elements, resulting in 3 groups in 2018 and 4 groups in 2022.

The study also explores how the internet and social media have transformed electoral campaigns, highlighting issues of misinformation and political polarization. The analysis of Bolsonarism includes a review of specific literature on the Bolsonaro government and its impact on the elections of 2018 and 2022. Therefore, the research aims to contribute to understanding Bolsonaro's communicative strategies and their effect on Brazilian democracy.

Keywords: Bolsonaro; Instagram; Image analysis; Electoral campaigns; Democratic crisis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01- Mapa conceitual das publicações semelhantes de Jair Bolsonaro em 2018.

Figura 02 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 02 de junho de 2018.

Figura 03 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 03 de junho de 2018.

Figura 04 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 06 de junho de 2018.

Figura 05 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 08 de junho de 2018.

Figura 06 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 09 de junho de 2018.

Figura 07 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 19 de junho de 2018.

Figura 08 - Mapa conceitual das publicações semelhantes de Jair Bolsonaro em 2022.

Figura 09 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 23 de junho de 2022.

Figura 10 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 19 de junho de 2022.

Figura 11-Foto de Benito Mussolini participando de uma motociata organizada pelo partido fascista na Itália, em junho de 1933.

Figura 12- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 01 de julho de 2022.

Figura 13- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 04 de junho de 2022.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01- Total de postagens por grupos/2018.

Tabela 02- Total de postagens por grupos/2022.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OII	Oxford Internet Institute
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PV	Partido Verde
STF	Supremo Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
TV	Televisão
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO I- LITERATURA SOBRE AS ESTRATÉGIAS DAS CAMPANHAS DIGITAIS	17
1.1 CONTEXTO GLOBAL	17
1.2 CONTEXTO DO BRASIL	21
1.3 ELEIÇÕES 2010 A 2016	24
CAPÍTULO II- LITERATURA SOBRE JAIR MESSIAS BOLSONARO	28
2.1 O GOVERNO BOLSONARO EM 2018 E OS VALORES DEMOCRÁTICOS	30
2.2 O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL	33
2.3 A IMPRENSA NO GOVERNO BOLSONARO E A UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS	36
2.4 ELEIÇÕES 2022. BOLSONARO MODERADO?	39
METODOLOGIA	47
3.1 COLETA E ANÁLISE DE IMAGENS	47
3.2 ESCOLHA DO INSTAGRAM	47
CAPÍTULO III- COMPARATIVO DAS CAMPANHAS	50
4.1 PUBLICAÇÕES 2018	50
4.2 PUBLICAÇÕES 2022	56
COMPARATIVOS E RESULTADOS FINAIS.	61
REFERÊNCIAS	64
ANEXOS	66

1 INTRODUÇÃO

No presente trabalho de investigação, propõe-se analisar o perfil do candidato Bolsonaro no Instagram. O objetivo consiste em observar as imagens divulgadas durante a pré-campanha eleitoral e captar como o candidato mobiliza discursos que expressam posições que legitimam ou deslegitimam as instituições democráticas¹. Com isso, analisa-se as postagens, e por consequência, suas narrativas, referentes ao período de 1 de junho a 31 de julho de 2018 e 2022, do candidato à presidência Jair Bolsonaro no Instagram².

Este estudo busca contribuir para o campo de pesquisa que trata da análise das campanhas eleitorais e de seus impactos, considerando a análise de narrativas políticas de presidenciáveis, utilizadas nas redes sociais, com foco no Instagram.

Cabe salientar que, a partir do ano de 2010, a internet ganhou notoriedade e destaque nas campanhas eleitorais, inspiradas pelo modelo utilizado na campanha presidencial de Barack Obama, em 2008. Com a popularização dos smartphones e da internet, as redes sociais tornaram a vinculação e o tráfego de informações mais rápidos e massivos.

Dessa forma, no Brasil surgem várias possibilidades e oportunidades bem vantajosas para a divulgação dos candidatos nas redes sociais, pois a internet veio a se tornar uma plataforma propícia para apresentar e difundir diversas ideias e campanhas. Como visto no início de cada período eleitoral, o candidato Jair Messias Bolsonaro manteve presença ativa na rede social Instagram. Em 2018, acumulou mais de 13 milhões de seguidores³, e em 2022, ultrapassou a marca de 19,5 milhões de seguidores⁴.

Com os avanços e facilidades de disseminação das informações através da internet, a alta interatividade e compartilhamento resultaram no aumento de *fake news* e desinformações, propiciando o aparecimento de uma conjuntura ideologicamente polarizada.

As escolhas do repertório de discurso da campanha do candidato Jair Messias Bolsonaro, têm grande relação com o uso de elementos nacionalistas e conservadores, como o uso da bandeira nacional, de palavras relacionadas à religião cristã, assim como a criação de

¹ Conforme calendário eleitoral publicado pelo Tribunal Superior Eleitoral, a veiculação de campanhas políticas em canais de televisão, rádio, internet e outros meios diversos é permitida após o dia 16 de agosto de 2022 até o dia 01 de outubro de 2022.

² O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de imagens e vídeos, possui perfis individuais e gratuitos.

³ Revista Diggitt Magazine, "The power of Bolsonaro's message in his campaign", acessado em 27 de junho de 2024, disponível em [DiggittMagazine] (<https://www.diggittmagazine.com/articles/bolsonaro-presidential-campaign>).

⁴ Dados coletados manualmente em abril de 2022 e revisados novamente em novembro de 2023.

um “inimigo comum” que se fortaleceu a partir dos ataques ao seu principal oponente, o candidato Lula.

Em termos de desenho da pesquisa, realiza-se uma revisão da literatura que examina os efeitos das campanhas e da propaganda eleitoral, bem como as mudanças ocorridas com o uso da internet. É igualmente importante revisar estudos que tratam especificamente dos impactos das campanhas eleitorais na legitimidade das instituições democráticas. Além disso, deve-se examinar a literatura que discute o governo Bolsonaro, avaliando o contexto eleitoral e a polarização observada tanto na campanha eleitoral de 2018 quanto na de 2022.

O avanço da tecnologia e o crescente uso da internet, alterou significativamente o panorama das campanhas eleitorais nos sistemas democráticos. Com as eleições, pilares centrais que permitem aos cidadãos exercerem sua vontade política, as campanhas eleitorais assumiram um papel importante, servindo como o principal veículo para os candidatos apresentarem suas plataformas e influenciarem o destino de seus países.

Com isso, constitui-se como elemento chave, examinar o processo de adaptação das campanhas eleitorais à era digital. O surgimento de mídias sociais, plataformas de streaming e outras tecnologias online deu aos candidatos um alcance sem precedentes para comunicar-se diretamente com os eleitores. Essa mudança requer uma revisão da literatura sobre os efeitos das campanhas eleitorais nas mídias sociais e os impactos na legitimidade das instituições democráticas.

A maior acessibilidade aos meios digitais também levanta questões sobre a veracidade das informações, pois as fakes news geram impactos na polarização política.

A participação popular, um dos valores centrais da democracia, é exercida principalmente através das eleições e do voto. Estudos sobre campanhas eleitorais negativas, marcadas por ataques pessoais e desinformação, afirmam uma crescente descrença dos cidadãos no processo eleitoral e na própria democracia.

Dessa forma, um dos elementos centrais do trabalho consiste em entender como os candidatos utilizam as redes durante as campanhas eleitorais no campo digital.

O contexto político brasileiro tem sido marcado por uma série de transformações significativas nas últimas décadas, culminando na emergência do fenômeno conhecido como "bolsonarismo". Diante desse cenário complexo, torna-se essencial revisar a literatura que aborda o bolsonarismo e avaliar sua relação com o contexto eleitoral e a polarização política observada nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022. Esta revisão será conduzida utilizando o livro *Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política*, organizados por Fábio Kerche, Leonardo Avritzer e Marjorie Corrêa Marona, juntamente com artigos

acadêmicos publicados no SciELO. O objetivo é obter uma compreensão abrangente dos processos políticos e sociais em jogo.

É crucial analisar o bolsonarismo como fenômeno político e social no Brasil. Este movimento, que gira em torno da figura do ex-presidente Jair Bolsonaro, ganhou destaque durante as eleições de 2018, caracterizado por um discurso populista, conservador e antissistema. A revisão da literatura sobre o bolsonarismo permitirá uma compreensão mais profunda das campanhas eleitorais de 2018 e 2022, bem como dos eventos significativos que ocorreram durante o governo Bolsonaro após o pleito de 2018. Este aprofundamento teórico fornecerá a base para o trabalho empírico de seleção das imagens.

O uso massivo das plataformas online transformou radicalmente a maneira como as campanhas políticas são conduzidas, permitindo uma comunicação direta e instantânea com os eleitores. No entanto, também abriu espaço para a disseminação de desinformação, fake news e discursos de ódio, contribuindo para a polarização política e o enfraquecimento do debate público.

Adicionalmente, é essencial analisar os estudos focados no bolsonarismo para compreender os eventos políticos significativos que marcaram os últimos anos e o impacto desses eventos na crise democrática no Brasil. A ascensão do bolsonarismo suscitou intensas discussões sobre direitos humanos, democracia, meio ambiente e diversidade. Uma análise abrangente dessas pesquisas permitirá explorar os diversos aspectos do fenômeno bolsonarista e avaliar suas consequências para o futuro da democracia brasileira.

Em linhas gerais, é fundamental analisar a literatura sobre o bolsonarismo e seu impacto nas eleições e na polarização política no Brasil para entender os desafios e oportunidades que a democracia no país enfrenta. Apenas através de uma análise crítica desses eventos políticos e sociais podemos desenvolver estratégias eficazes para fortalecer as instituições democráticas, promover o diálogo e a inclusão social, e trabalhar por um futuro mais justo e igualitário para todos os brasileiros.

Portanto, a presente pesquisa visa investigar as estratégias comunicativas adotadas pelo candidato Jair Messias Bolsonaro à presidência do Brasil no Instagram durante os meses de junho e julho, em 2018 e 2022, antes do início oficial das campanhas eleitorais. Para isso, será utilizada uma abordagem metodológica fundamentada em análise de redes, em conjunto com técnicas de análise de discurso digital, com a finalidade de coletar e analisar as imagens veiculadas nesta plataforma digital. Esse estudo busca compreender as nuances e intenções por trás das mensagens transmitidas pelo candidato.

CAPÍTULO I - LITERATURA SOBRE AS ESTRATÉGIAS DAS CAMPANHAS DIGITAIS

O impacto das mídias digitais sobre as campanhas de candidatos políticos vem sendo uma grande área de estudos desde meados dos anos 1920 com a influência dos estudiosos da escola de Frankfurt que sistematizaram estudos sobre comunicação, cultura, relacionando o campo social com o político.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, as estratégias de marketing político foram atualizadas e a comunicação entre líderes de estado e cidadãos se tornou cada vez mais direta. A partir dos estudos de Carneiro, S. (2012), é possível relacionar o desenvolvimento das campanhas políticas com a propaganda, de forma que as campanhas eleitorais desenvolvidas seguem preceitos propagandistas, essa forma de comunicação é pensada estrategicamente com a finalidade de fortalecer a imagem do candidato e enfraquecer a do seu adversário.

Além de serem pensadas e planejadas estrategicamente para os candidatos, há de se considerar o público-alvo que o mesmo deseja atingir e qual o conteúdo que seria mais bem aceito, esta propaganda dos candidatos é divulgada desde 1950 através dos meios de comunicação de massa, e com o advento da tecnologia e a inclusão da internet nessa forma de divulgar, as estratégias vem se modificando e a forma de “fazer campanha” vem sofrendo diversas mudanças.

Para melhor compreensão acerca das mudanças ocorridas nas campanhas digitais ao longo dos anos no contexto internacional e nacional, torna-se necessário revisitar a literatura sobre o comportamento político e os desdobramentos das campanhas políticas com o advento das ferramentas digitais. A seguir, os próximos tópicos buscam apresentar brevemente alguns estudos da área.

1.1 CONTEXTO GLOBAL - Campanhas Eleitorais e o marketing político

Apesar de ter sido no bojo dos estados totalitários, como o regime fascista na Itália e o nazismo na Alemanha, que o nascimento da propaganda política se enraizou enquanto estratégia e estabeleceu sua ação por parte da classe política dominante, foi nas democracias capitalistas que o conceito de propaganda e sua compreensão enquanto estratégia de marketing político vem sendo aprimorados.

Conforme Carneiro, S. (2012), o marketing político caracteriza-se como uma ciência a serviço da política e do seu desenvolvimento. A construção das estratégias de aproximação da classe política junto à sociedade civil tem o objetivo de influenciar o comportamento eleitoral através da propaganda, atingindo especialmente o eleitorado de cada candidato.

O lançamento de um candidato deve considerar seu consumidor, os anseios de diferentes segmentos eleitorais e o posicionamento em relação aos demais candidatos. Todas essas características devem ser pensadas para construção de uma campanha com grande receptividade.

O marketing político visa promover ações que interfiram de forma positiva na reação do eleitorado frente às opções de voto, em cenários complexos e incertos, a escolha do eleitor de certa forma é condicionada pelas ações da campanha política, para Figueiredo (1994, p. 21),

Fazer marketing político é, portanto, entender o que os eleitores querem em um determinado momento – e posicionar seu/sua candidato (a) de acordo com os anseios, as expectativas e as frustrações da população. [...] Marketing é estratégia. E, numa competição eleitoral, você deve estar sempre de olho no que fazem e no que dizem os adversários (Figueiredo, 1994)

Há uma diferenciação conjuntural nos termos de marketing político e marketing eleitoral. O marketing político é voltado para a classe política que usufrui do poder e espera mantê-lo através da receptividade dos eleitores e da manutenção desse poder, enquanto o marketing eleitoral está voltado à promoção de candidatos para a conquista do poder.

Conforme aponta Gomes (2000, p. 142)

A campanha desempenha um importante papel na dimensão simbólica da vida política, não somente porque constitui um fator de difusão de símbolos visuais, conceituais ou sonoros (logotipos, cores, slogans, hinos, bandeiras etc.), como também porque seria, em si mesma, um símbolo, uma amostra da racionalidade do sistema político (Gomes, 2000) 87

Segundo RAMOS, Alberto Guerreiro (1957), a campanha política é regida por três princípios básicos: 1) Lei da Indiferença, referindo-se aos indecisos; 2) Lei da Procrastinação, caracterizada por eleitores que demoram para tomar sua decisão sobre o voto e costumam deixar para a última hora; 3) Lei da Efemeridade, envolvendo eleitores que oscilam muito durante a campanha. Dessa forma, o marketing político busca verificar estratégias eficazes de aproximação entre candidato e eleitor, tendo como papel fundamental no processo político mobilizar o público. Durante as campanhas eleitorais, em sua dimensão geral, o marketing político é entendido como uma ciência que aponta premissas e conceitos sobre o desenvolvimento do campo político.

O marketing político vem sendo um dos principais eixos que norteiam a ação política nas democracias capitalistas, sobretudo no período de campanha eleitoral. Portanto, o planejamento, monitoramento e avaliação das ações públicas estão intrinsecamente associados à dinâmica política em ação. O foco das campanhas é relacionar os atores que participam deste cenário político, principalmente reforçar o objetivo que é atingir o eleitorado.

Quintero (1990) aponta que para o regime nazista a vida pública de Adolf Hitler era inseparável de sua atividade política e, portanto, inseparável de sua propaganda política. Na mudança de cenário geopolítico, a propaganda ganha outro espaço e cenário, sendo este os Estados Unidos da América (EUA). Foi nos Estados Unidos, em 1952, que pela primeira vez um candidato (General Eisenhower) apareceu na televisão para fazer sua campanha, trazendo uma nova característica e dimensão à campanha política, sendo acusado de vender sua imagem como mercadoria em comerciais televisivos.

O marketing político nos EUA, em 1956, já se tornava um instrumento necessário para as campanhas presidenciais. Em 1960, ocorreu o primeiro debate transmitido na televisão (entre os candidatos John Kennedy e Richard Nixon), tornando-se um marco importante para as políticas eleitorais e a interação com a mídia como campo de discussões políticas e recurso propagandístico.

Segundo GOMES et al (2009), em 2007, Barack Obama, pensando em sua candidatura de 2008, contratou Chris Hughes, um dos fundadores do Facebook, para coordenar sua campanha online. Com isso, foi criado o site de Obama, que contemplava todas as requisições da cultura política norte-americana, incluindo uma página para doações à campanha, biografia dos candidatos e de sua esposa, e posições políticas sobre diversas esferas sociais nas quais o presidente exerce influência. Além disso, foi criada uma rede social própria, chamada My Barack Obama (MyBO).

A rede social criada para Barack Obama destaca características nos perfis dos usuários relacionadas ao engajamento político, como eventos produzidos, ligações feitas, visitas de porta em porta, número de postagens e doações para campanha.

O usuário poderia convidar amigos do Facebook para participar da rede, e a contagem de convidados e amigos também era exibida no perfil, tornando a interação entre os usuários direcionada à mobilização. Em redes como Orkut, Facebook e outras, os usuários podem exibir o volume de seu capital social em virtude da rede de amigos que se forma através das comunidades das quais participam. Já na rede social MyBO, o capital social é aferido através do engajamento político gerado.

Embora as campanhas de 2008 e 2012 de Barack Obama já tenham alterado radicalmente o modo de “fazer política”, o pleito de 2016 nos Estados Unidos mostrou mudanças mais profundas gerando impactos das tecnologias digitais nos fundamentos democráticos.

Conforme afirma Ituassu et al (2019), em 2016, a campanha vitoriosa de Donald Trump introduziu novas práticas que geraram várias preocupações. A campanha foi marcada pela escolha polêmica de Brad Parscale, especialista em marketing digital nas consultorias políticas norte-americanas, cuja estratégia focou principalmente no uso do Facebook, superando até mesmo os anúncios de televisão. No Facebook, estima-se que a equipe de Parscale tenha sido capaz de publicar até 100 tipos distintos de posts no espaço de 24 horas.

A polêmica da campanha de Donald Trump gira em torno do uso de dark posts, postagens que não aparecem na página oficial da campanha, mas que foram enviadas diretamente para os eleitores. O conteúdo desses dark posts consistia em direcionar informações negativas sobre o candidato adversário. A partir do momento em que um dark post é compartilhado, torna-se muito difícil identificar sua origem. Dessa forma, a campanha conseguiu “liberdade” para compartilhar mais conteúdos negativos e discursos para audiências específicas.

O relatório do Oxford Internet Institute (OII) aponta que as mensagens da campanha de Trump foram três vezes mais retuitadas e cinco vezes mais compartilhadas no Facebook do que as mensagens da candidata adversária Hillary Clinton, também fazendo uso intenso de automação em busca dos chamados “consensos artificiais”⁵, gerados pela amplificação automatizada do tráfego na rede.

⁵ O termo “Consensos artificiais” não é amplamente reconhecido como um conceito específico dentro de um campo acadêmico ou científico estabelecido. No entanto, pode-se interpretar “consenso artificial” como a percepção de apoio ou popularidade de certas ideias, produtos ou figuras é manipulada através de métodos como tráfego pago e mensagens automatizadas.

Ainda segundo o relatório do Oxford Internet Institute (OII), a proporção das mensagens automáticas de Trump em relação às disparadas pela campanha de Hillary Clinton foi de 5 para 1 (WOOLLEY; GUILBEAULT, 2017).

A utilização de robôs nas eleições já data de quase uma década, mas no pleito de 2016, a utilização da automação política e propaganda computacional se tornou um marco no ambiente eleitoral. Tais mudanças geradas em 2016 serviram como exemplo em vários países, inclusive nas eleições de 2018 no Brasil, como discutiremos mais adiante.

1.2 CONTEXTO DO BRASIL - Mudanças nas eleições provocadas pela tecnologia.

O uso e a incorporação da internet e das mídias sociais como ferramentas de propaganda eleitoral vêm se tornando mais comuns nas últimas campanhas brasileiras. Nesse sentido, as eleições de 2014 e as seguintes consolidaram essa grande tendência, utilizando a internet e as mídias digitais de modo geral como ferramentas de comunicação e interação direta com os eleitores.

Além disso, algumas operadoras brasileiras oferecem planos onde o tráfego de dados de certos aplicativos como o WhatsApp, Instagram e Facebook, não é contabilizado no consumo mensal da franquia. Essa prática, ao isentar essas redes sociais de custos adicionais, incentiva a população a se informar predominantemente por essas plataformas, em detrimento de fontes mais confiáveis como sites de jornais. Tal situação é agravada pelo fato de muitas pessoas dependerem exclusivamente dos planos de internet móvel, sem acesso à internet fixa em casa. Como resultado, a qualidade da informação consumida pela população pode ser comprometida, favorecendo a disseminação de desinformação e reduzindo a diversidade de fontes informativas acessadas.⁶

Recentemente, vários autores afirmaram que, com o crescente aumento da interatividade por meio da internet e do grande volume de informações no mundo virtual (como big data), a tecnologia digital daria lugar a uma nova fase das campanhas eleitorais. Essa fase se diferencia das anteriores e é caracterizada por alguns analistas como “campanhas iniciadas pelos cidadãos” (GIBSON, 2015) e, por outros, como “campanhas midiáticas” (RÖMMELE & SCHNEIDMESSER, 2016). Como, por exemplo, o que Ritzer (2014)

⁶ TELES, Natália. O que é zero rating? Entenda a polêmica que envolve Facebook e operadoras. TechTudo, 2015. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2015/05/o-que-e-zero-rating-entenda-polemica-que-envolve-facebook-e-operadoras.ghtml>>. Acesso em: 28 julho. 2024.

descreve como Prosumption, ou seja, as pessoas não apenas consomem o conteúdo das redes sociais, mas também o produzem, participando ativamente da disseminação de mensagens e ideias, criando um ciclo de produção e consumo simultâneo.

É interessante observar que, no entanto, críticas aos potenciais democratizantes da ferramenta e do uso da internet nas campanhas também têm sido feitas pela literatura mais recente. Isso se deve à utilização de robôs e outros artifícios para modular os comportamentos dos eleitores do campo digital, e principalmente, o aumento de campanhas negativas.

Além disso, estudos da literatura demonstram que o campo das relações entre internet e política está intrinsecamente conectado e tem sido uma importante área de crescimento na literatura brasileira e na Ciência Política. Isso justifica uma análise mais detalhada das abordagens e evidências sobre a correlação entre a internet e as eleições no Brasil (SAMPAIO, BRAGATTO & NICOLÁS, 2016).

Tecnologias digitais e campanhas eleitorais no Brasil: um breve balanço da literatura.

Essa divisão em duas etapas destacadas por Braga & Carlomagno (2018) oferece uma visão clara da evolução das campanhas digitais no Brasil:

a) A primeira etapa, que vai de 1998 a 2006, focou na análise das campanhas brasileiras, com destaque especial para o ano de 2008, quando houve a campanha de Barack Obama nos EUA. Nesse período, também ocorreu a flexibilização das restrições impostas pelos tribunais eleitorais brasileiros para o uso da internet como ferramenta digital.

b) A segunda etapa, a partir das eleições de 2010, é caracterizada pela crescente inserção das campanhas nos meios digitais. Nessa fase, não se limitou mais apenas à criação de websites pelos candidatos, mas houve uma forte expansão no uso de recursos digitais, como mídias sociais, memes, aplicativos de comunicação instantânea, entre outros.

Essas mudanças refletem a crescente importância e influência da internet nas estratégias de comunicação política no Brasil.

Principais estudos e inovações de e-campanha antes da liberação do uso das mídias digitais e da internet pelo TSE (1998-2010)

Segundo Fernandez (2005), a partir de 1998 surgem as primeiras experiências utilizando a internet e a tecnologia digital no Brasil. Nesse contexto havia pouca presença de

ferramentas de participação e interatividade na web, a predominância da comunicação política entre candidato e eleitor ainda era influenciada pelo conteúdo produzido pela imprensa e o audiovisual, pautadas pela cobertura efetuada pelos principais órgãos da mídia tradicional.

Após 2002, com a consolidação da internet pelos candidatos presidenciais, houve uma ampliação significativa das campanhas virtuais. Pela primeira vez, foram fornecidos dados sobre o uso de diversas tecnologias digitais nas campanhas para as eleições brasileiras.

Nas eleições de 2006, além de ferramentas como e-mails e websites (BRAGA, FRANÇA & CRUZ, 2007; IASULAITIS, 2007; BRANDÃO e BATISTA, 2009), algumas plataformas digitais também foram utilizadas e começaram a ser estudadas por pesquisadores. Entre elas, estavam os blogs e o Orkut. Isso deu início aos primeiros artigos sobre o tema, produzidos por Cláudio Penteado e seus colaboradores (2009), Vera Chaia (2007) e Barros Filho, Coutinho & Safatle (2006), que discutiam o uso dessas ferramentas.

Segundo estes autores, embora os níveis de inclusão digital ainda fossem reduzidos em comparação com outros países, a internet tornou-se um meio de comunicação importante e apresentou novas possibilidades de mobilização e engajamento dos eleitores. Isso propiciou um diálogo informal com os mais jovens (COUTINHO & SAFATLE, 2009).

Durante as eleições de 2008, diversos estudos foram iniciados para demonstrar o uso intensivo da internet por determinados candidatos, bem como as primeiras experiências de participação do público virtual com maior impacto, incluindo o uso de mídias sociais por alguns candidatos, apesar da proibição pela legislação eleitoral (BRAGA, NICOLÁS & FRANÇA, 2011; PENTEADO et al., 2010).

Nessas eleições, destacam-se alguns candidatos à prefeitura das capitais, tais como Gilberto Kassab (DEM-SP), Fernando Gabeira (PV-RJ), Beto Richa (PSDB-PR) e Antônio Anastasia (PSDB-SP), que utilizaram amplamente a internet como ferramenta de campanha, especialmente por meio de websites, provocando inovações na forma de propagandear suas candidaturas.

No entanto, apesar das inovações produzidas em 2008, somente em 2010 as tecnologias digitais apresentaram de fato uma contribuição significativa para as campanhas dos candidatos. Essa mudança notória se deve à flexibilização das restrições pelos tribunais eleitorais⁷ e à influência da bem-sucedida campanha de Barack Obama em 2008, gerando assim um amplo acesso à internet para os candidatos e provocando alterações no campo do

⁷ A lei que permitiu o uso das mídias digitais pelos candidatos foi a Lei nº 12.034, sancionada pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva, em 29 de setembro de 2009.

marketing político eleitoral. (GOMES et al., 2009; GRAEF, 2009; BIMBER, 2014, MARQUES, SAMPAIO & AGGIO, 2013, p. 18)

1.3 ELEIÇÕES DE 2010 a 2016

Principais estudos e inovações após a liberação das e-campanhas na internet pelo TSE

Houve uma grande expansão da utilização da internet para campanhas eleitorais, embora tal expansão não tenha sido de forma linear e tampouco ocorrido de maneira igualitária entre as várias mídias e candidatos. Nas últimas eleições, notou-se uma diminuição do uso de websites por partidos e até mesmo por candidatos, em virtude do fácil acesso às redes sociais, propiciando também a migração dos atores políticos com menos recursos para as mídias de menor custo.

As mídias sociais começaram a ser utilizadas com mais frequência a partir de 2010, quando a legislação eleitoral brasileira permitiu o uso de tais recursos pelos candidatos fora de seus websites próprios. A partir desse momento, observou-se uma crescente preferência pelo Facebook, ao contrário da expectativa criada por alguns pesquisadores, que acreditavam que o Twitter seria a mídia preferida em virtude de sua agilidade e facilidade em promover a comunicação (AGGIO, 2010).

As eleições presidenciais de 2010 tiveram como marco importante na área digital os websites, tornando-os uma das plataformas mais importantes durante a campanha. As tentativas de integrar as informações divulgadas nos sites e as ações mobilizadas nas redes sociais ainda eram baixas, o que caracteriza um estágio de web campanha com baixo grau de interatividade entre os candidatos e o público-alvo. Contudo, podem ser detectadas duas inovações nessa eleição: o surgimento das propostas de governo por meio dos websites e o uso intenso do Twitter pelos candidatos à presidência.

Durante suas campanhas, os candidatos José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV) fizeram uso considerável do Twitter, ao contrário da candidata Dilma Rousseff (PT), que pouco utilizou essa rede social como ferramenta durante a campanha eleitoral (AGGIO, 2011 a, AGGIO 2014; BALDIOTI, 2011, 2012; FONSECA & VASCONCELOS, 2013; PEREIRA, 2011; COSTA, 2011; CREMONESE, 2012; FONSECA & VASCONCELOS, 2013).

Nesse mesmo período, surgiram as primeiras análises de conteúdo sobre as mensagens veiculadas nas mídias sociais dos candidatos. Pesquisas demonstraram o uso personalizado do Twitter por José Serra e Dilma Rousseff como uma ferramenta de gestão de imagem. Em

contraste, a utilização dessa mesma rede social pela candidata Marina Silva buscou mobilizar seus apoiadores. Durante essas eleições, apareceram os primeiros casos de campanha negativa, fake news e desconstrução da imagem do adversário em mídias digitais, especialmente através do Twitter, o que foi um dos fatores decisivos para levar as eleições ao segundo turno (Ramos, 2012).

Por fim, uma evidência da importância do Twitter nas eleições de 2010 são os estudos que apontam a plataforma como ferramenta de agendamento de debates na grande mídia. O caso mais bem-sucedido foi o do candidato Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), que usou intensamente a ferramenta para ganhar visibilidade nos debates entre os candidatos na TV e nos jornais (AGGIO, 2014; ROSSINI & LEAL, 2013).

Nas eleições para prefeituras e câmaras municipais em 2012, a rede social Facebook ganhou destaque, tornando-se a preferida entre os candidatos na disputa pela prefeitura, tanto nas capitais quanto no interior. Esse período marcou também o início das primeiras investigações sistematizadas sobre o uso dessa nova ferramenta nas campanhas do Brasil (AGGIO & REIS, 2013; PENTEADO, 2012; ASSUNÇÃO & SANTOS, 2013; BACHINI et al., 2013a, 2013b; ALDÉ & MARQUES, 2015; SOUZA, 2013).

As pesquisas sobre as eleições de 2012 destacam como principal inovação das campanhas, no âmbito digital, o uso do Facebook por alguns candidatos outliers⁸, que utilizaram intensamente a ferramenta como instrumento de mobilização e engajamento. Outrossim, nota-se a ausência de um debate mais intenso sobre as demandas dos cidadãos e sobre políticas públicas. Ainda sobre 2012, foram produzidos estudos sobre campanhas de vereadores, e a capacidade de interação nas mídias sociais foi analisada como prognóstico para o desempenho eleitoral dos candidatos (BRAGA & BECHER, 2015), bem como análises mostrando que as estratégias interativas começavam a surgir (MARQUES & MONT'ALVERNE, 2013).

Em 2014, consolidou-se a hegemonia do Facebook como a mídia preferida entre os candidatos. Com a polarização das eleições presidenciais, a atenção dos pesquisadores levou ao surgimento de diversos artigos, especialmente sobre o uso do Facebook nas eleições majoritárias.

Nas pesquisas encontradas, destaca-se uma conexão existente entre a movimentação nas redes sociais durante as manifestações de junho de 2013 e o quadro eleitoral de 2014. As

⁸ “candidatos outliers” se referem a candidatos que se destacaram por estarem fora do padrão convencional durante as eleições. Optaram por estratégias menos exploradas anteriormente, aproveitando as mídias sociais de maneira inovadora para alcançar eleições e moldar suas campanhas eleitorais.

páginas que foram “autoridade” (de maior alcance) nas manifestações se opuseram à candidata Dilma Rousseff (SILVEIRA, 2014). Mais uma vez, sobressaem as estratégias discursivas de agendamento na timeline⁹, embora postagens de mobilização tenham aparecido em maior número do que nas eleições anteriores (MASSUCHIN & TAVARES, 2015).

Além disso, outras temáticas surgiram na agenda dos pesquisadores, como o uso de memes como parte da estratégia de campanha (CHAGAS et al., 2017; CHAGAS, 2017; SANTOS & CHAGAS, 2015). Nas redes sociais, os apoiadores online serviram como uma importante abertura para um espaço de expressão e organização dos setores mais conservadores da opinião pública brasileira (BRUGNAGO & CHAIA, 2015; SANTOS, 2014). Essas interações com o público que ocorrem na timeline enfatizam as campanhas negativas e a disseminação de informações falsas.

Essa estratégia discursiva utilizada pelos candidatos por meio dos memes converteu-se em um elemento fundamental para a veiculação de mensagens irônicas e para a desconstrução da imagem do adversário nas campanhas eleitorais brasileiras. Essa articulação no campo político virtual, utilizada especialmente pelas redes conservadoras, refletiu e também caracterizou debates públicos travados a partir do Facebook nas eleições presidenciais de 2014 (CERVI, MASSUCHIN & CAVASSANA, 2016).

Embora o uso cada vez mais intenso das redes sociais tenha se configurado como um desafio para a compreensão dos rumos do debate público brasileiro sobre as eleições, as pesquisas mais relevantes na área ainda demonstravam que a internet e as demais mídias cumpriam um papel importante na consolidação das bases democráticas brasileiras. Elemento que atualmente vem sendo intensamente problematizado.

Com a finalidade de dimensionar o uso da internet pelos candidatos e verificar tendências nos últimos anos, destacando algumas inovações ocorridas nas campanhas entre 2014 e 2016, considera-se como indicador a frequência de uso do website e das mídias sociais pelo candidato ao longo do tempo. Desde 2002, começaram a ser efetuadas mensurações mais sistemáticas do uso das ferramentas da internet pelos candidatos (BRANDÃO JÚNIOR, 2008).

A partir da base de dados coletados por Brandão Jr. (2008) sobre e-campanhas no Brasil de 2008 a 2016, observou-se um decréscimo consistente no uso de websites por

⁹ O agendamento na timeline envolve uma programação de postagens e conteúdos para serem publicados em horários específicos, maximizando o impacto das mensagens junto ao público-alvo. Essa estratégia permite que os candidatos planejem com antecedência suas comunicações, garantindo uma presença constante e coordenada na linha do tempo de seus seguidores e investidores potenciais.

candidatos de diferentes partidos. A queda foi mais intensa para os pequenos partidos, tanto de direita como de esquerda, indicando baixos investimentos nas campanhas digitais. Houve uma maior ênfase na busca de redes sociais, que tornaram as campanhas digitais possíveis e de menor custo, principalmente para os principais partidos que mostraram uma presença mais significativa na utilização das campanhas digitais (PT, PSDB e PMDB).

Em 2016, o Facebook consolidou-se como mídia digital dominante, utilizada pelos candidatos em articulação com outras mídias emergentes, como o WhatsApp, Instagram e, em menor medida, o Snapchat. Não se pode afirmar que a utilização mais popular das redes sociais como forma de campanha eleitoral tenha extinguido as desigualdades, mas sim que as diminuiu acentuadamente. A facilidade cada vez maior de acesso e uso dessas plataformas mudou a forma como as desigualdades são percebidas, transferindo-as para outros níveis, como o grau de sofisticação dos websites, a contratação de equipes para produção de conteúdo, e a análise de big data em tempo real.

Tudo indica que o uso dessas mídias sociais tornou-se um artefato novo nas campanhas e continuará sendo utilizado pelos candidatos, colocando-se como um ingrediente indispensável para a campanha eleitoral e, principalmente, para a construção da imagem do candidato e sua rede de apoio.

Após a campanha eleitoral de Donald Trump em 2016 e a utilização das mídias de uma nova forma, os reflexos foram percebidos no Brasil a partir da campanha de Jair Messias Bolsonaro em 2018, que veremos a seguir.

CAPÍTULO II - LITERATURA SOBRE JAIR MESSIAS BOLSONARO.

Este capítulo é dedicado a uma revisão da literatura sobre os estudos realizados acerca do governo Bolsonaro em 2018 e sua campanha para as eleições de 2022. É fundamental enfatizar que não se busca esgotar completamente o vasto conjunto teórico existente sobre esse assunto, uma vez que uma análise exaustiva e completa demandaria uma investigação mais ampla e aprofundada. O propósito desta seção é proporcionar uma visão panorâmica, enfatizando pontos específicos que incitam à reflexão e forneçam orientação para a pesquisa empírica subsequente, especialmente em relação aos desafios enfrentados pelos valores democráticos frente à ascensão de governos antissistema como o bolsonarismo.

2.1- O GOVERNO BOLSONARO EM 2018

A ascensão de Jair Messias Bolsonaro à presidência do Brasil está intrinsecamente ligada a um movimento consolidado, capaz de dismantelar políticas e políticos, colocando em xeque os fundamentos da democracia. Ele se estabelece não apenas como líder político, mas como líder de um movimento, e esse princípio orientou a formação de sua equipe e sua campanha eleitoral. Durante sua campanha e ao longo do primeiro ano de mandato, a concepção de antipolítica ganhou destaque, refletindo-se na capacidade de Bolsonaro tensionar e até destruir políticas públicas previamente estabelecidas, como aquelas relacionadas à educação, saúde e meio ambiente.

Com a eclosão da pandemia, a lógica de dismantelamento político se intensificou, à medida que Bolsonaro negava a gravidade do coronavírus, ignorando medidas de isolamento e vacinação. Suas posições radicais em relação à COVID-19 levaram a confrontos com governadores e o Supremo Tribunal Federal, desafiando sua hegemonia política pela primeira vez desde sua eleição.

Bolsonaro é conhecido por suas declarações polêmicas, insultos a jornalistas, políticos e até mesmo seus próprios ministros, criando um ambiente de imprevisibilidade durante seu mandato. A antipolítica bolsonarista, como descrita por Leonardo Avritzer (2020), envolve a destruição das estruturas estatais existentes em áreas como educação, meio ambiente e direitos humanos, a desorganização das políticas de saúde, especialmente evidenciadas durante a pandemia de COVID-19 e a intimidação dos outros poderes para garantir que suas ações não sejam contestadas.

Além disso, segundo Leonardo Avritzer (2020), a estratégia de desgoverno de Bolsonaro tem como um dos elementos principais: as redes sociais. Para Avritzer, Bolsonaro construiu uma ampla base de apoio nas redes sociais, utilizando-as para governar ou desgovernar, criando um canal direto de comunicação com seus seguidores e disseminando uma vasta rede de desinformação.

O bolsonarismo representa uma forma peculiar de governo, que combina elementos não virtuosos e conservadores. Bolsonaro personifica um novo tipo de conservadorismo, ideológico e anti-institucional, que não busca construir, mas sim destruir as estruturas sociais do Estado. Seu governo tem sido marcado pela falta de organização e foco na destruição, em detrimento da construção política.

Leonardo Avritzer (2020) descreve o bolsonarismo como um projeto que vai além dos parâmetros do liberalismo e conservadorismo modernos, negando não apenas a ideia de um bom governo, mas qualquer forma de governo. No entanto, o colapso total é evitado pelo apoio dos centristas do Congresso e das forças do mercado, que se aliam ao governo em momentos de vulnerabilidade para garantir estabilidade.

Ainda, Leonardo Avritzer (2020) argumenta que a eleição de Jair Messias Bolsonaro foi impulsionada por dois eventos marcantes: a consolidação da nova direita e o surgimento de um novo fenômeno populista em 2018.

Esses eventos foram catalisados por mobilizações digitais que alcançaram até mesmo as classes populares, disseminando desinformação e minando os valores democráticos fundamentais, como será discutido a seguir.

2.1.1 OS VALORES DEMOCRÁTICOS.

Jair Bolsonaro foi um presidente que apostou fortemente na polarização de opiniões públicas, deu sinais de que não buscava um consenso, de forma autoritária, depreciou e ameaçou seus adversários políticos, bem como, os cidadãos que estivessem em oposição aos seus interesses e propostas, além de ter um papel ativo no fomento da desinformação (*fake news*) e a negação de informações verídicas.

No regime democrático brasileiro, espera-se que haja um vínculo entre cidadãos e os mandatários, onde o voto é guiado pela satisfação com o desempenho político. Portanto, quando as atitudes e ações de um presidente não refletem os valores e anseios da população, isso resulta em um déficit na representação.

Mendonça (2020), propõe reflexões sobre o governo de Jair Messias Bolsonaro, abordando as motivações e impactos de suas políticas sobre a ameaça às instituições democráticas e ao próprio conceito de democracia. Dessa forma, o autor busca delinear algumas dimensões que estruturam o debate sobre democracia, identificando sete dimensões fundamentais: (1) igualdade; (2) participação; (3) representação; (4) competição política; (5) monitoramento e controle; (6) liberdade; e (7) debate público. Essas dimensões são entendidas como valores importantes para a consolidação e manutenção da democracia.

O primeiro pilar importante destacado por Mendonça, é a igualdade, fundamentada na ideia que a democracia nasce da construção da igualdade política. Para que exista a democracia, é preciso que o conceito de cidadania seja uniforme para todos os membros da sociedade. Nesse sentido, sob o governo Bolsonaro, convém indagar como o presidente se relacionava com esse valor fundamental, pois no plano da igualdade política, Mendonça (2020) apontava para as seguidas tentativas de restringir a cidadania apenas àqueles considerados “cidadãos de bem”. Para Bolsonaro, a igualdade política deriva de uma percepção moral dos indivíduos, assegurando o direito à cidadania somente àqueles que estão dispostos a defender e compartilhar seus ideais.

Nesse contexto, em seu governo pode-se notar várias afirmações que promovem a cidadania a apenas alguns tipos específicos de cidadãos. Por exemplo, ao defender o chamado pacote anticrime, Bolsonaro afirmava a necessidade de uma lei temida pelos marginais, e não pelos “cidadãos de bem”, ao defender a flexibilização da legislação sobre posse e porte de armas de fogo, ele deixava claro que: “A vida do cidadão de bem não tem preço. Aqueles que estão à margem da lei, paciência”. Para enfatizar os “cidadãos de bem”, é essencial desumanizar aqueles considerados indesejáveis. Nesse contexto, os direitos humanos foram intensamente atacados e questionados por Bolsonaro, com a própria Organização das Nações Unidas (ONU) sendo alvo de ataques. Em termos de desigualdade econômica, é importante salientar a astronômica disparidade brasileira. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, com dados de 2019, revelou que a renda dos 1% mais ricos era 33,7 vezes a dos 50% mais pobres, classificando o Brasil como a sétima nação mais desigual do mundo. O primeiro ano de governo Bolsonaro foi marcado profundamente por cortes e ameaças às políticas públicas. A pandemia de COVID-19 adicionou mais um desafio social e econômico, expondo as desigualdades no acesso a serviços como saúde e educação. Esses fatores indicam que a igualdade não foi um valor central para o governo Bolsonaro.

O segundo valor fundamental para a democracia é a participação política, que depende da atuação dos cidadãos. Segundo Mendonça (2020), essa participação pode assumir diversas

formas, desde o voto até demandas mais amplas de engajamento, incluindo a atuação na sociedade civil, estruturação de fóruns de compartilhamento de poder e mobilização da opinião pública.

Visto isso, no governo Bolsonaro, parece inquestionável o ataque ao valor da participação política, que é central para democracia. Jair Bolsonaro questionou as eleições e insinuou que mudanças no país não poderiam ser alcançadas apenas pelo voto. Na campanha de 2018, colocou a participação eleitoral em suspeição e, mesmo após sua vitória, seguiu trabalhando discursivamente pela redução da credibilidade das urnas eletrônicas e do processo democrático.

Esse ataque à participação política também aparece de forma clara na criminalização de movimentos sociais e organizações não governamentais (ONGs), bem como nas inúmeras críticas realizadas a qualquer manifestação de oposição ao seu governo.

O ataque a esse valor importante da democracia não fica restrito apenas a ações discursivas, ele se materializa na tentativa de extinção de órgãos colegiados participativos por meio do Decreto n 9.759, de 11 de abril de 2019, que representou o esvaziamento desses órgãos e a redução da participação da sociedade civil em espaços decisórios.

A participação política e o apoio às manifestações só são qualificados como legítimos quando realizados em prol do governo de Bolsonaro. Qualquer ação de engajamento político reflexiva é vista como problemática.

Como terceiro valor democrático, Mendonça (2020) pontua a representação política, a parte específica referente à circularidade entre Estado e sociedade, no qual este último concede o exercício do poder político, proporcionando e discutindo a pluralização da representação política em suas múltiplas formas.

Nesse ponto, Bolsonaro se posiciona de forma ambivalente, ao afirmar que “quem decide é a maioria”, com a prerrogativa de que, como presidente, deliberará sobre uma série de questões já que foi eleito por 57,7 milhões de votos. Isso indica que a representatividade do presidente é ressaltada, e que outras formas de representação se veem questionadas e negadas, como é o caso do Poder Judiciário, especialmente, o Supremo Tribunal Federal (STF), que foi alvo de inúmeras críticas e questionamentos.

Cabe ressaltar, que a organização da sociedade civil, como visto anteriormente, também está presente no processo de exercer a representação política, sociedade está abertamente combatida durante o governo Bolsonaro.

A representação política contrária à figura de Bolsonaro foi diretamente questionada em diversos momentos durante seu período de governo.

Um dos aspectos centrais para a democracia é a possibilidade da diferença e pluralidade, que requerem a convivência pacífica entre as múltiplas minorias. Só pode haver democracia quando os governantes não têm poder para destruir seus opositores. Dessa forma, a competição política e a pluralidade social se mostram como valores imprescindíveis para regimes democráticos.

O governo Bolsonaro, juntamente com um significativo número de seus ministros, nesse aspecto, não cansou de classificar seus adversários como inimigos, dirigindo ameaças públicas e explícitas. Durante a própria campanha eleitoral, Jair Messias Bolsonaro “ameaçava metralhar os petistas” (Ribeiro, 2018a). As referências a inimigos mantiveram-se constantes, assim como metáforas de guerra, não apenas direcionadas a adversários políticos, mas também à sociedade civil.

Temas raciais e de gênero foram debatidos com grande intensidade durante seu governo; a pluralidade era combatida por ser vista como uma ameaça, não valorizada como um princípio democrático, mas vista como um obstáculo ao sonho de uma nação homogênea, unida e forte. A clara aversão à pluralidade no governo Bolsonaro fomentou formas de intolerância que colidem com os valores democráticos de igualdade e cidadania, e com a própria democracia.

Como quinto valor democrático apontado por Mendonça (2020), o monitoramento e o controle são acrescentados como aspectos precisos que asseguram a não concentração de poder político, utilizados como mecanismos institucionais que impedem a apropriação absoluta e a capacidade de tomar decisões que afetem o coletivo. Este valor também se encontrou em erosão durante o mandato de Jair Messias Bolsonaro.

Além dos conflitos entre instituições políticas, exemplos incluem a redução da transparência e as tentativas de contornar a Lei de Acesso à Informação (LAI), de modo que a transparência deixasse de ser uma regra e se tornasse uma exceção. Ademais, havia um risco de apagão estatístico no Brasil, e a possibilidade de descontinuidades temporais na produção de certos dados e mudanças na disponibilidade e divulgação de informações.

Para a democracia, é necessário que haja liberdade. Esse valor é algo inequívoco, pois é a base de grande importância e proteção fundamental contra formas de opressão, principalmente de natureza política.

Embora um dos jargões famosos de Bolsonaro tenha sido a “defesa da liberdade”, vemos que durante o seu governo a liberdade era compreendida de modo restrito e limitado, pois era utilizada como forma de impedir qualquer forma de investigação ou criminalização

de seus discursos e ações políticas. Já para os seus opositores, não foram poucas as ameaças à liberdade.

Ameaças à liberdade de associações; à liberdade de crença com o avanço e a influência do cristianismo, mas especificamente, das igrejas neopentecostais; à liberdade artística, não apenas por falas, mas também pelo corte de políticas públicas que auxiliavam na subsistência da classe; e por fim, o discurso bélico e as já mencionadas políticas de acesso às armas de fogo que alimentavam as inseguranças, restringindo direitos básicos dos cidadãos.

Por fim, a sétima dimensão da democracia abordada por Mendonça (2020), é o valor do debate público. A democracia requer discussão que alimente diferentes perspectivas, os dois primeiros anos de mandatos de Jair Messias Bolsonaro foram intensamente marcados pelo declínio do debate público.

Em primeiro lugar, Bolsonaro e seus ministros contribuíram sistematicamente para a saturação discursiva da esfera pública, proferindo informações inverídicas e até mesmo perigosas e infundadas sobre pontos importantes, como por exemplo: o esforço de promover o uso da hidroxicloroquina contra a COVID-19 sem nenhuma comprovação científica de sua eficácia; as constantes acusações de indígenas, ONGs e do próprio ator Leonardo DiCaprio, por serem responsáveis pelas queimadas na Amazônia, e inúmeras outras inverdades ditas e reforçadas por seu governo.

Além disso, umas das estratégias permanentes durante o governo Bolsonaro, foi a realização de declarações “bombásticas” que operam como uma “cortina de fumaça”, atraindo a atenção para algumas situações e retirando o foco merecido de muitos problemas públicos. Salienta-se, ainda, a deslegitimação de dados, fontes científicas e do próprio jornalismo.

Nesse contexto, a esfera pública e o valor democrático do debate público são comprometidos não pela ausência ou exclusão de discursos, mas pela saturação de desinformações. Mendonça (2020) demonstrou o esvaziamento desses sete valores democráticos e as ameaças sistêmicas causadas pelo discurso incessante de Bolsonaro durante sua gestão.

2.2 O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL

A partir das posses de Jair Bolsonaro o ambiente político, econômico e social sofreu grandes mudanças, que se intensificaram após a pandemia do COVID-19. Marjorie Marona e Lucas Magalhães(2020) produziram um apanhado de notícias e análises sobre o desempenho do Supremo Tribunal Federal no governo Bolsonaro.

O STF, em 2019, teve de lidar com um quadro contínuo e crescente de ataques à sua posição institucional por parte do então presidente Jair Bolsonaro, bem como, de seus fiéis aliados, quadro agravado com a chegada do coronavírus no Brasil.

Os conflitos e ameaças precedem o período de mandato, começando na véspera do segundo turno das eleições de 2018, com as tensões e ameaças quanto ao fechamento do STF feitas pelo até então deputado federal Eduardo Bolsonaro. O Supremo, por sua vez, impôs a primeira derrota ao governo apenas em junho de 2020, ao decidir que o presidente não poderia, por meio de decreto, extinguir conselhos¹⁰, demonstrando dessa forma uma resistência à estratégia de Bolsonaro de governar também o poder legislativo.

Jair Bolsonaro afirmava publicamente lutar para a extinção da maioria dos conselhos com participação da sociedade civil, atuando na redução de suas representações, como no Conselho Nacional de Políticas sobre Drogas e no Conselho Nacional do Meio Ambiente.

Nesse mesmo sentido, em agosto do mesmo ano, o STF voltou a barrar manobras do Executivo nacional que pretendiam incluir trechos de medida provisória rejeitados pelo Congresso, transferindo a demarcação das terras indígenas da Fundação Nacional do Índio (FUNAI) para o Ministério da Agricultura.

Discussões sobre o armamento da população, corte de verbas das universidades públicas e questões ambientais sempre foram alvo de análise dos ministros do STF, como uma oportunidade de restabelecer os valores constitucionais mais fundamentais, diante do avanço da agenda constituída sobre uma base máxima de "bandido bom é bandido morto", "escola sem partido" e "índio não é gente".

Ainda que agendas importantes do governo tenham passado ilesas pela análise da Corte, principalmente na área econômica, inúmeras foram as decisões que visavam empurrar o presidente para um quadro democrático constitucional.

A primeira derrota durante a pandemia foi imposta pelo ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, que suspendeu os efeitos da medida provisória que restringia a Lei de Acesso à Informação¹¹. Ainda em março de 2020, outro ministro, Luís Roberto Barroso, vetou monocraticamente a campanha publicitária da Secretaria Especial de

¹⁰ CONJUR. Presidente Jair Bolsonaro extingue centenas de conselhos federais. Conjur, 2019. Disponível em: [https://www.conjur.com.br/2019-abr-14/presidente-jair-bolsonaro-extingue-centenas-conselhos-federais/#:~:text=Entre%20os%20grupos%20que%20podem,Direitos%20de%20LGBT%20\(CNCD%2FLGBT.%20Acesso%20em:%2022%20jun.%202024](https://www.conjur.com.br/2019-abr-14/presidente-jair-bolsonaro-extingue-centenas-conselhos-federais/#:~:text=Entre%20os%20grupos%20que%20podem,Direitos%20de%20LGBT%20(CNCD%2FLGBT.%20Acesso%20em:%2022%20jun.%202024)

¹¹ A Lei de Acesso à Informação (LAI), Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, é uma lei ordinária federal que regulamenta o art. 5º, XXXIII, art. 37, §3º, II e art. 216, §2º da Constituição Federal de 1988. Esses artigos asseguram o direito fundamental de acesso às informações produzidas ou armazenadas por órgãos e entidades da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios brasileiros.

Comunicação Social, intitulada "O Brasil não pode parar". Essa campanha tinha o intuito de estimular a população a manter as atividades durante o período de isolamento social.

Os avanços do STF sobre a agenda do governo não se deram apenas com ações isoladas dos ministros, mas também colegiadamente. Em abril, o Supremo afirmou a autonomia dos governadores e dos prefeitos para determinar medidas restritivas e definir os serviços essenciais para combater a pandemia.

Em paralelo às derrotas no campo de políticas públicas, o governo também enfrentou desafios na esfera criminal, principalmente após o pedido de exoneração de Sérgio Moro, ex-ministro da Justiça. Celso de Mello, então Ministro decano do STF, acolheu a solicitação da Procuradoria-Geral da República (PGR) e autorizou a abertura de um inquérito para investigar as denúncias feitas por Moro de que o presidente Bolsonaro havia tentado interferir na Polícia Federal.

Dois dias após a decisão do decano, Alexandre de Moraes suspendeu a nomeação de Alexandre Ramagem para o comando da PF.

Em resposta à sequência de derrotas, o governo passou a escalar a crise política institucional. Avaliou quase todas as opções de retaliação, incluindo o impeachment de ministros, a redução do teto da idade para aposentadoria e o aumento do número de ministros do STF. Porém, naquele momento, não contava com o apoio do Legislativo e nem mesmo da opinião pública para efetivamente avançar contra o Supremo.

A intensificação dos atritos entre o governo Bolsonaro e o STF se alastrou e, durante uma manifestação flagrantemente antidemocrática em Brasília apoiada pelo presidente, Bolsonaro declarou: "Deus que não tenhamos problema nessa semana, porque chegamos no limite". Ele afirmou que as forças armadas estavam ao seu lado e que não seriam mais admitidas interferências. No dia seguinte, Mourão, seu vice, deu declarações afirmando que o STF havia ultrapassado limites e que os poderes deveriam "buscar se harmonizar mais e entender o limite da responsabilidade de cada um", mas destacou seu compromisso com a democracia (Carvalho, 2020).

Os atritos entre o Supremo e o Planalto agravaram-se ainda mais com as ações dos inquéritos sobre fake news e os atos antidemocráticos.

Dentre os inúmeros atritos não citados entre o STF e o governo Bolsonaro, é importante considerar que as reações de Bolsonaro não estão relacionadas a políticas públicas ou mesmo à agenda governamental propriamente dita, mas sim aos inquéritos em andamento no STF que o afetam diretamente, assim como seus familiares e aliados. Esses inquéritos

incluem investigações sobre fake news, manifestações antidemocráticas e supostas interferências do presidente na Polícia Federal.

As divergências de Jair Bolsonaro com o STF e suas narrativas que frequentemente visam símbolos de oposição, justificam o ato de 8 de janeiro de 2023, na tentativa de golpe e vandalismo realizados pela sociedade civil, onde apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro, invadiram e depredaram os prédios dos Três Poderes em Brasília: o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal (STF), os manifestantes, não aceitavam o resultado das eleições presidenciais de 2022. Esse antagonismo se alinha à estratégia de comunicação utilizada pelo populismo autoritário, que intensifica os conflitos e busca minar as instituições democráticas.

2.3 A IMPRENSA NO GOVERNO BOLSONARO.

Durante o mandato do presidente Jair Bolsonaro, confirmaram-se as tensões com a imprensa que já haviam sido anunciadas durante a sua campanha eleitoral, na qual ele adotou um discurso hostil à imprensa e às mídias tradicionais.

Conforme Ana Paola Amorim (2020), Bolsonaro protagonizou movimentos de deslegitimação e desqualificação do trabalho da imprensa, acusando jornalistas e empresas de perseguição. Além disso, nos órgãos governamentais de comunicação, promoveu um desmonte na estrutura de comunicação pública.

Ainda segundo Ana Paola Amorim (2020), o caráter autoritário do presidente Jair Bolsonaro se manifestou por meio da obstrução de informações públicas e da postura agressiva quanto à imprensa; da mesma forma, o próprio governo fornece desinformações.

Levantamentos feitos pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) indicaram que Bolsonaro foi responsável por 415 ataques à imprensa durante os primeiros dois anos de mandato. Os veículos de comunicação também foram nominalmente atacados segundo o levantamento da organização não governamental Artigo 19: a Globo e suas filiais foram hostilizadas 114 vezes; e o jornal Estado de São Paulo registrou 22 afrontas. Do mesmo modo, vale enfatizar que os veículos que se pautaram por uma linha editorial ou cobertura mais próxima aos posicionamentos do presidente, como o SBT e a Record, foram mencionados de forma positiva e não violenta.

Ainda assim, Jair Messias Bolsonaro mobiliza os argumentos da "superstição" e da produção de fake news para desqualificar o trabalho da imprensa. dessa tática serve para implementar uma censura e criar um quadro de perseguição aos jornais e jornalistas.

Embora não configure uma censura estrutural e institucionalizada, o controle dessas informações na estrutura burocrática do governo leva a instituir um quadro de repressão governamental sobre o trabalho da imprensa. A situação de coação é constante e cria um clima de animosidade em relação à imprensa através das intimidações, ameaças de corte de verbas e de não renovação de concessões como represália política. A sucessão de insultos diante de perguntas inconvenientes demonstra uma tentativa de controle não só dos jornalistas, mas também da audiência.

Para Ana Paola Amorim (2020), a estratégia de desqualificar a imprensa é coerente com a postura de Bolsonaro ao longo de sua campanha de 2018. A postura de confronto e a valorização de seus canais pessoais nas redes sociais, dirigindo-se especificamente para os seus apoiadores, mostram a continuidade do mesmo *modus operandi*.

Bolsonaro deixou claro durante sua campanha que não compartilhava dos valores democráticos de liberdade de expressão e de imprensa; seus discursos sempre fizeram referência a eliminar adversários e também pessoas que apresentassem crítica ao seu posicionamento.

Uso das Mídias Sociais

O uso das novas tecnologias, como as redes sociais, em especial plataformas como Facebook, Instagram e Twitter, gerou muitas discussões e impactos na vida democrática. Max Stabile e Marisa Von Bulow (2020), destacaram a importância para esse debate, especialmente sobre a suposta "afinidade eletiva" entre os candidatos e os movimentos populistas com o uso das mídias sociais. Esta afinidade é explicada pela possibilidade de comunicação e interação propiciada pelas novas tecnologias digitais.

As eleições de 2018 marcam um ponto importante para entender a ascensão do populismo de direita, em que as mídias sociais se tornaram centrais, não apenas durante o período eleitoral, mas também ao longo do governo.

A partir dos dados de pesquisa de opinião pública do projeto "A Cara da Democracia: eleições 2020" realizadas no ano de 2018 e 2019, pelo Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação¹², argumenta-se que possíveis transformações importantes aconteceram devido ao uso de novas tecnologias digitais. Essas mudanças são evidentes tanto

¹² Os dados analisados foram coletados em entrevistas domiciliares face a face em uma amostra representativa da população eleitoral brasileira com 16 anos ou mais. Em 2018 foram entrevistadas 2.500 pessoas, entre os dias 15 a 23 de março. E em 2019 foram entrevistadas 2.009 pessoas, realizadas entre os dias 8 e 11 de novembro.

na maneira como os eleitores se informam sobre política quanto nas formas de participação política. De acordo com a pesquisa, de forma geral, a internet tem se tornado uma importante fonte de informação política e esta mudança tem acompanhado o crescimento do acesso da população brasileira à web na última década.

Com relação especificamente às plataformas digitais, em comparação com os candidatos Fernando Haddad e Jair Bolsonaro nas eleições de 2018, não há grandes diferenças no quesito quantidade de eleitores que se informam pelas redes sociais, exceto pela plataforma do YouTube, onde eleitores de Jair Bolsonaro acessam com maior frequência para obter informações políticas.

No entanto, no caso do Brasil, os meios tradicionais, em especial a televisão, têm se mantido como uma relevante fonte de informação política ao longo do tempo, com um crescimento significativo do uso das redes sociais.

Em 2009, uma pesquisa nacional realizada pelo Senado Federal mostrou que 67% dos respondentes utilizavam a TV para obter informações sobre a política, sendo a internet a segunda opção, com 19% dos respondentes. Em 2019, quando comparados às mesmas alternativas, a TV seguiu em primeiro lugar, com 53% das escolhas, e a internet permaneceu em segundo, com 33%. Apesar da manutenção da TV e da internet em primeiro e segundo lugar respectivamente, cabe ressaltar que o percentual de utilização da TV teve uma retração, enquanto o uso da internet passou de 19% para 33%. Isso é importante porque aqueles que declararam ter votado em Jair Bolsonaro no segundo turno usaram mais a internet como fonte de informação política do que aqueles que votaram em outro candidato.

No que diz respeito à ascensão do populismo de direita, como argumenta a literatura e levantamento de dados produzido por Max Stabile e Marisa Von Bulow (2020), a explicação para a utilização primordial das redes sociais encontra-se na falta de confiança que os apoiadores dos candidatos têm nos meios de comunicação de massa tradicionais.

Eleitores que demonstraram apoio a Jair Bolsonaro declararam confiar bem menos na rede Globo em comparação aos eleitores de Fernando Haddad; em contraposição, declararam confiar mais na Rede Record do que os eleitores de Fernando Haddad. Os estudos sobre o papel dos canais televisivos nas eleições de 2018 mostraram o maior alinhamento entre a cobertura noticiosa da Rede Record e os discursos do candidato Jair Bolsonaro.

Dessa forma, pode-se notar que, através das análises feitas, a internet vem crescendo consideravelmente como fonte de informação política e que os meios tradicionais de comunicação sofrem com a desconfiança do público; no entanto, seria equivocado afirmar que a internet está substituindo a televisão.

Faz-se necessário analisar as mudanças nas formas de informação e participação política derivadas do uso das plataformas digitais; é preciso questionar para quem e como as mudanças geram impactos relevantes, ainda que os dados sejam uma fotografia do contexto de 2019, a comparação permite o debate sobre a afinidade positiva entre o populismo autoritário e o uso das mídias sociais.

2.4 ELEIÇÕES DE 2022- BOLSONARO MODERADO?

O conceito de populismo tem sido interpretado de diversas maneiras. Para alguns, o fenômeno representa uma oportunidade de revitalização do projeto democrático, estimulando uma soberania popular mais ativa. Para outros, o populismo é visto como a principal ameaça à democracia. Além disso, o conceito tem sido reivindicado por muitos partidários do populismo, tanto de esquerda quanto de direita, dentro e fora da academia. Diante dessas considerações, é necessário abordar o conceito de forma objetiva e clara, definindo o que se pretende afirmar ou examinar como populismo.

Segundo Lynch e Cassimiro (2022), o populismo pode ser definido como um estilo de fazer política típico de ambientes democráticos ou de massa, caracterizado por uma liderança carismática que reivindica representar uma maioria contra o restante da sociedade. A legitimidade desse estilo reside na crença de que a competição eleitoral não visa criar um consenso, mas revelar a maioria autêntica através de seu intérprete virtuoso: o líder carismático. Este modelo de representação populista utiliza discursos baseados na linguagem dos afetos ou nas paixões, apelando a uma concepção do povo como um coletivo único e homogêneo, visto como o exclusivo depositário de valores positivos e permanentes.

Os populistas, conforme argumentam Lynch e Cassimiro (2022), se apresentam como os intérpretes privilegiados dessa vontade, supostamente boa e infalível, do povo, que estaria sendo negligenciada ou impedida na democracia liberal por uma minoria ou elite. Para o populista, trata-se de fabricar uma imagem do povo como um corpo homogêneo com uma vontade única, que só pode existir através de um único representante que sintetize seus valores.

Do ponto de vista ideológico, o populismo pode ser de esquerda ou de direita. Lynch e Cassimiro (2022) explicam que o populismo é de esquerda quando visa a redução das desigualdades, descrevendo o povo como um conjunto de trabalhadores explorados por uma minoria de capitalistas que dirigem o Estado conforme seus interesses exclusivos. Por outro lado, o populismo é de direita quando orientado pelo imperativo de preservação da ordem por

meio da autoridade, descrevendo o povo como um conjunto de empresários e famílias ameaçadas em sua moral tradicional por uma minoria de subversivos que atacam a propriedade privada e os bons costumes.

O populismo também pode variar em intensidade e método de ação, sendo moderado ou radical. Segundo Lynch e Cassimiro (2022), na modalidade moderada, o populismo não confronta a democracia e pode até fortalecê-la. A experiência histórica demonstra que, em sociedades em processo de democratização, o estilo populista frequentemente desempenha papéis positivos, rompendo com padrões oligárquicos da política e favorecendo a ampliação do espaço público e da participação. Já o populismo radical desafia o Estado de direito em nome de uma democracia iliberal, apresentada como encarnada exclusivamente na figura do líder carismático. Nesse caso, o Estado de direito é retoricamente reduzido a um ardil por meio do qual uma minoria burla ou viola a democracia.

O populista radical, como destacam Lynch e Cassimiro (2022), se apresenta como um herói antissistema, menos preocupado em governar o país através dos consensos em torno de projetos institucionais do que em explorar, por meio da polarização, o mal-estar gerado por problemas que possibilitam sua projeção na cena política. Ele cria conflitos para opor uma parte do país (o povo) a seus inimigos, acusando-os de serem uma espécie de “antipovo”, composto por todos aqueles que não se identificam com a ideia de povo vinculada pelo populista, limitada e restrita a um ponto de vista histórico, territorial e cultural.

Cabe, assim, questionar como foi possível o populismo radical e autoritário vencer eleições livres e quais as condições tornaram viável seu florescimento no Brasil.

Desde 2010, houve um desgaste do presidencialismo após escândalos de corrupção, e a insatisfação popular começou a gerar crises no sistema democrático no Brasil, criando-se possibilidades para o surgimento de um presidente antissistema, capaz de reivindicar novos padrões para a governança.

Desse modo, a Operação Lava Jato viabilizou a ascensão de Jair Bolsonaro, na medida em que devastou o cenário político tradicional, possibilitando o apoio popular a um presidencialista antissistema e, subsequentemente, as ideologias sustentadas durante o período de seu governo, de caráter autoritário e antidemocrático.

Sendo assim, Lynch e Cassimiro (2022), destacam dois elementos importantes que caracterizam o populismo radical: o ressurgimento do "anticomunismo" e o fenômeno do “trumpismo”.

O "anticomunismo ressurgente" argumenta que as forças de esquerda, através de sucessos eleitorais, estão secretamente minando as instituições democráticas e os valores, alinhando-se globalmente com outros movimentos revolucionários.

Por outro lado, o modelo "trumpista" adota uma abordagem de "guerra cultural", visando desacreditar as elites políticas e culturais, promovendo o negacionismo e valorizando a religião e o ocultismo na definição da verdade.

É evidente que, apesar de ser um fenômeno recente, o bolsonarismo rapidamente absorveu ideologias tanto nacionais quanto transnacionais. Essa união de posições aparentemente divergentes, como o anti-iluminismo e o neoliberalismo, não impediu o exercício do poder.

De acordo com Lynch e Cassimiro (2022), os adeptos do bolsonarismo empregam uma estratégia comunicativa que se baseia no negacionismo estrutural, método que ganhou destaque durante a presidência de Donald Trump nos Estados Unidos, influenciando políticas como a retirada do acordo de Paris sobre mudanças climáticas. Bolsonaro, muito antes disso, já utilizava o negacionismo, contestando perseguições e mortes durante a ditadura militar.

Além do negacionismo, a obra identifica o surgimento do conspiracionismo como outra estratégia paralela. Essa abordagem sugere que os fenômenos sociais, econômicos e políticos são ocultos e devem ser revelados ao povo, promovendo uma cultura da desconfiança e da obediência inquestionável ao líder autocrático.

Há também a presença de dois imaginários adicionais entre as direitas: o "golpismo" dos militares e neofascistas, e a "terceira via" dos liberais. No entanto, para os autores, os liberais historicamente não conseguiram construir uma candidatura viável e cometem um equívoco ao estabelecer uma equivalência entre Lula e Bolsonaro. Por fim, o terceiro imaginário envolve a conciliação do Centrão e a fantasia de um Bolsonaro moderado.

Segundo essa perspectiva, na governabilidade do Centrão, o Congresso assumiria um papel central na política nacional, compartilhando com o Executivo a formulação de políticas públicas e limitando a atuação proativa do Judiciário, visto como ativismo judicial e, portanto, contrário à separação dos poderes.

A análise dos imaginários ideológicos das direitas não é mera especulação, mas sim, uma avaliação criteriosa das possibilidades de ação política disponíveis antes das eleições de 2022. Os autores ressaltam a importância das ideologias na modelagem das ações políticas, destacando que essas ações são influenciadas pela maneira como os agentes políticos imaginam as possíveis consequências.

Portanto, o fenômeno do populismo radical surge como um elemento fundamental na compreensão da intensificação da polarização política e da crise que afeta a democracia liberal, tanto no cenário global quanto no contexto brasileiro. Essa abordagem oferece valiosos insights sobre as ideologias e discursos que representam ameaças aos valores democráticos.

Segundo as análises de Lúcio Rennó (2022), o bolsonarismo pode ser caracterizado como um movimento ideológico de direita, sendo impulsionado pelas convicções políticas do líder Jair Bolsonaro e contando com o apoio de aproximadamente 20% da população brasileira.

Através da sua oratória e crítica à esquerda, e embasado em um projeto conservador com foco na defesa de princípios tradicionais como a família, pátria, propriedade e Deus, Bolsonaro atraiu apoio de um conjunto significativo de eleitores que compartilham de seus ideais e estavam insatisfeitos com os governos anteriores, especialmente com o Partido dos Trabalhadores (PT).

Dessa forma, o bolsonarismo é marcado por fortes reações culturais contraditórias aos avanços sociais progressistas em matéria relativa aos direitos de gênero e LGBTQIAPN+, a defesa de políticas públicas e os direitos humanos. Se posicionam a favor de políticas de combate ao crime e à corrupção, e à legalização de porte e posse de armas para os "cidadãos de bem". Essas políticas estão associadas às direitas da América Latina, propondo a redução da presença do estado na economia, defendendo privatizações, e sustentando a ideia de que o indivíduo é responsável pelo seu sucesso pessoal.

A consistente adesão de uma parcela da população em apoio ao candidato Bolsonaro tem forte relação com o suporte a essas posições políticas. O bolsonarismo é um fenômeno multidimensional que congrega diferentes vertentes da direita nacional com base ideológica.

Dessa forma, as eleições de 2022 foram marcadas pelo risco de desgaste das instituições democráticas e com profundos questionamentos à lisura dos processos eletrônicos e contagem de votos. Essas eleições foram caracterizadas por um alto potencial de violência e turbulência, além dos questionamentos dos eleitores que apoiavam o candidato perdedor em relação ao resultado e às ameaças significativas que questionavam a integridade do processo.

O que Lúcio Rennó (2022) argumenta é que o bolsonarismo representa um alinhamento conservador de direita nunca visto antes, pois anteriormente, os eleitores de direita apenas apoiavam forças mais próximas aos seus interesses que mostravam um enfrentamento viável ao Partido dos Trabalhadores (PT). Atualmente, com o bolsonarismo, esse jogo mudou.

O bolsonarismo é composto de dimensões claramente expostas internamente consistentes, às quais parcelas substanciais da população aderem, como duras defesas para a solução de crimes, reações culturalistas à política progressista de gênero e de direitos humanos, defesa de políticas econômicas neoliberais e, recentemente, uma adesão aberta a teorias conspiratórias e negacionistas, principalmente a que diz respeito à pandemia do COVID-19. Além disso, há uma defesa aberta de soluções autoritárias e antidemocráticas, reforçadas durante o governo Bolsonaro de 2018. Rennó (2020) afirma que isto não significa que todos os eleitores bolsonaristas adotem essas posturas com igual intensidade.

O bolsonarismo não é composto por uma única dimensão latente, ele é um fenômeno multidimensional que agrega diferentes eleitorados, que não aderem de forma orgânica e consistente a um movimento único. O bolsonarismo uniu grupos que estavam dispersos; novamente, não se trata exclusivamente de uma reação emocional, como ouvida por um ressentimento em conjunto de eleitores iludidos por fake news. O bolsonarismo se apresenta de forma muito mais bem estruturada.

Dessa forma, Bolsonaro é um líder que tem um apelo populista e, por sua vez, a ampla adesão da população brasileira mostra posições conservadoras de direita acerca de temas políticos. Algumas posições de cunho conservador ficam claras, como as posições contrárias ao aborto, que são consensuais no Brasil, assim como a defesa de rezar nas escolas, a redução da maior, e a militarização das escolas. Majoritariamente, a população também é contrária à legalização das drogas. Temas relacionados aos direitos da comunidade LGBTQIAPN+, como casamento e adoção, dividem a sociedade. Em menor intensidade, isso também ocorre em relação à pena de morte, ao livre porte de armas, às cotas raciais e às privatizações.

Portanto, há um quadro significativo de adesão da cidadania brasileira a posições políticas conservadoras. Desse modo, o bolsonarismo encontra ambiente fértil para se enraizar em consonância com as preferências políticas da população. Isso reforça, de algum modo, o apoio da população às soluções antidemocráticas e às críticas à democracia, bem como a insegurança em relação às instituições públicas. Trata-se de uma combinação de posições favoráveis, na qual uma parcela substantiva da população brasileira estaria aberta a uma solução autoritária e antidemocrática.

Há um aspecto estrutural no perfil atitudinal dos brasileiros: uma grande insatisfação com o funcionamento dos regimes democráticos e um elevado grau de desconfiança no sistema de justiça eleitoral e de votação. Sendo assim, torna-se evidente que as posições tomadas durante o governo Bolsonaro, de 2018 e durante sua campanha em 2022, principalmente a ênfase e crítica ao sistema de computação de votos através das urnas

eletrônicas, ressoam significativamente em 30% da população, que tende a apoiar as atitudes de Bolsonaro e a reforçar suas desconfianças e insatisfações, bem como colocar em xeque valores democráticos.

O bolsonarismo, como fenômeno político, não se limita apenas ao apoio popular; ele também tem suas bases de apoio em termos ideológicos, que se relacionam com as preferências sobre temas políticos. Esse apoio tem correlação com as posições conservadoras tomadas durante o primeiro mandato de Bolsonaro.

No que diz respeito às características socioeconômicas, o bolsonarismo é predominantemente composto por homens brancos, com renda elevada e evangélicos. Embora esteja presente em diversas faixas etárias, está mais frequentemente associado a idades avançadas.

Quanto à atuação de Bolsonaro durante a pandemia do COVID-19, ele adotou posturas típicas dos populistas conservadores contemporâneos, caracterizadas pelo enfrentamento e confronto, ao encontrar novos inimigos para contrapor e hostilizar. Dessa forma, energizou sua base, que ficou satisfeita com seu papel desafiador de presidente da República e defensor da economia, minimizando os efeitos da COVID-19 e, inclusive, apostando em teorias conspiratórias que alimentavam fake news sobre a origem do vírus e curas alternativas.

A base eleitoral de Bolsonaro manteve-se firmemente alinhada ao seu pensamento e posições, apoiando-o de forma constante. Optando por acirrar os ânimos, Bolsonaro intensificou uma retórica de confronto e agressão, resultando em avaliações do seu governo que oscilavam, alternando as perspectivas da população ao longo de 2020.

O cenário para as eleições de 2022 começou a ser definido, inicialmente, pela saída de Sérgio Moro da disputa presidencial. Moro, que se posicionava como o candidato mais popular da terceira via, desistiu, levando a uma recuperação de votos antipetistas por parte de Bolsonaro.

Os eleitores que tinham preferência por Sérgio Moro optaram por retornar a Bolsonaro, ao invés de se aliarem a Lula. Dessa forma, o eleitorado morista, crítico de Bolsonaro, mas predominantemente antipetista, migrou para Bolsonaro.

Marcadas por características muito específicas, as eleições de 2022 contaram com a concorrência de um presidente buscando a reeleição e de um ex-presidente, em um ambiente altamente polarizado. Esse cenário destacou a diferenciação e o distanciamento entre campos com maior homogeneização interna, tornando-se um espaço para discutir propostas emergentes.

Nesse sentido, as preferências sobre questões ideológicas tornaram-se ainda mais relevantes, diferenciando-se além das avaliações focadas exclusivamente na economia. Além disso, outro traço marcante das eleições de 2022 foi o ambiente pós-pandêmico, que foi fortemente sentido pelo Brasil.

Assim, as decisões do governo durante a pandemia tiveram um grande impacto e tornaram-se um tema de campanha. Bolsonaro utilizou essas decisões para justificar os resultados negativos na economia, enquanto o candidato Lula as usou para acusar o governo de negligência e desprezo pela doença, criticando a falta de uma resposta adequada e ágil em relação à vacinação e ao isolamento social.

As eleições de 2022 surgiram como um ponto de inflexão significativo, destacando-se especialmente pela crescente erosão e contestação da ordem democrática do país, tanto por segmentos da sociedade quanto pelo próprio presidente.

O autoritarismo tornou-se uma característica cada vez mais associada a Jair Bolsonaro, que por meses questionou a confiabilidade do sistema de votação baseado em urnas eletrônicas. Grupos alinhados a Bolsonaro mobilizaram-se e contestaram os resultados finais das eleições.

Por outro lado, as forças democráticas do país, em várias ocasiões, foram compelidas a organizar-se para conter os impulsos gerados pelo discurso e as ações bolsonaristas. A tentativa de golpe de estado em 8 de janeiro é um claro exemplo das narrativas mobilizadas por Bolsonaro que continuam a lançar uma sombra sobre o regime democrático brasileiro.

O populismo de Bolsonaro, conforme descrito por Lynch e Cassimiro (2022), caracteriza-se por uma liderança carismática que reivindica representar a maioria autêntica do povo contra uma elite corrupta. Essa abordagem polarizadora e confrontacional foi uma marca registrada de sua campanha de 2018 e de seu mandato.

No entanto, o cenário de 2022 apresentou novas dinâmicas, incluindo os efeitos devastadores da pandemia de COVID-19, que impactaram significativamente a percepção pública e a economia, e o desgaste das instituições democráticas, exacerbado pelas constantes críticas de Bolsonaro ao sistema eleitoral.

Além disso, a necessidade de formar alianças políticas e a competição com o ex-presidente Lula podem ter influenciado uma moderação estratégica. Contudo, a persistência de narrativas de negacionismo e conspiracionismo, bem como o apoio de uma base eleitoral fortemente conservadora e antipetista, sugere que qualquer moderação aparente poderia ser superficial e tática, em vez de uma transformação genuína em seu estilo político.

Portanto, a questão da moderação de Bolsonaro em 2022 deve ser analisada à luz dessas múltiplas pressões e contradições, refletindo sobre como seu populismo radical se adapta ou resiste às novas exigências eleitorais e sociais.

METODOLOGIA

A metodologia adotada para a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso é baseada nas contribuições de Recuero (2018) e Cristiane Dias (2016), consistindo na utilização de um método misto. Este método combina técnicas da abordagem de análise de redes com técnicas da análise de discurso digital para examinar o conteúdo publicado em dados de mídia social. Dessa forma, a metodologia visa fornecer uma estrutura sólida para a condução da pesquisa, permitindo a coleta de dados confiáveis e a análise precisa dos resultados. Neste sentido, a metodologia é concebida como um desenho de pesquisa detalhado que delinea os passos a serem seguidos para alcançar os objetivos propostos e responder às questões de pesquisa levantadas.

O estudo será orientado pelo método de análise de discurso digital desenvolvido por Cristiane Dias (2016). Este método reconhece que as dinâmicas do campo digital influenciam e promovem mudanças nas discursividades, afetando a construção de sujeitos, sentidos e meios de comunicação. As imagens veiculadas no Instagram desempenham um papel fundamental neste processo, pois, através de ícones visuais como fotos, vídeos, Gifs, hashtags e lives, elas circulam de diversas maneiras, transportando e construindo significados para as narrativas políticas.

A escolha do Instagram como plataforma para esta análise é justificada pela sua crescente visibilidade e popularidade, especialmente entre os jovens, sendo o Brasil o segundo país com maior número de usuários do Instagram¹³.

Além disso, o Instagram possibilita uma relação de proximidade entre os produtores de conteúdo e seus seguidores. Por meio desta rede social, os candidatos à presidência podem estabelecer um campo político de amplo alcance e acessibilidade, permitindo que direcionam suas mensagens a diversas faixas etárias e grupos sociais.

Para a coleta e análise das imagens, será utilizado o site METAmemo, uma ferramenta online projetada para a seleção e categorização sistemática e quantitativa de imagens do Instagram. Disponível em "metamemo.org.br", o METAmemo se destaca pela importação e exportação de dados em diversos formatos, o que amplia sua compatibilidade com diferentes ferramentas e fluxos de trabalho. Além disso, o METAmemo é reconhecido por sua

¹³ OPINION BOX. O Brasil é o 2º país que mais usa o Instagram no mundo. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20%C2%BA,atr%C3%A1s%20s%C3%B3%20dos%20Estados%20Unidos>>. Acesso em: 29 jul. 2024

capacidade de organizar e gerenciar informações de forma integrada e colaborativa, fornecendo recursos essenciais que auxiliam os usuários durante o processo de coleta de dados.

A análise das imagens será conduzida em duas etapas principais. A primeira envolverá a coleta de imagens, agrupando-as em categorias baseadas em semelhanças e critérios pré-definidos.

Esses critérios correspondem a sete valores democráticos - igualdade; participação; representação; competição política; monitoramento e controle; liberdade, e debate público - que são fundamentais para a satisfação plena em um regime democrático e que foram ameaçados durante a campanha e gestão de Jair Messias Bolsonaro.

A segunda etapa focará na análise das imagens coletadas durante a pré-campanha eleitoral, explorando como os valores ameaçados são representados nas imagens e nas estratégias de comunicação das campanhas eleitorais.

Dessa forma, por meio da análise das imagens postadas no Instagram, busca-se compreender de maneira aprofundada as estratégias comunicativas do candidato à presidência do Brasil, contribuindo para o avanço do conhecimento acadêmico sobre a comunicação política no contexto digital e suas implicações para a esfera pública e democrática.

A escolha do período pré-campanha eleitoral se deve à importância de considerar a continuidade que as campanhas têm para seus candidatos. Para os políticos, as eleições são processos contínuos, diferentemente dos eleitores que votam apenas em intervalos regulares. Dessa forma, as estratégias políticas continuam mesmo após o término do pleito. Analisar as pré-campanhas torna-se essencial para compreender essas estratégias contínuas.

ESCOLHA DA PLATAFORMA INSTAGRAM

A escolha do Instagram como plataforma para análise é de grande importância devido à sua popularidade, sendo a terceira rede social mais acessada no Brasil¹⁴, e ao seu foco principal em conteúdo visual, especialmente imagens. O Instagram é uma das redes sociais mais utilizadas em todo o mundo, com uma base de usuários diversificada que abrange diferentes faixas etárias. Por ser uma rede social predominantemente visual, torna-se uma importante ferramenta para coleta de imagens e análise de comportamento.

¹⁴ RD Station. As redes sociais mais usadas no Brasil. Disponível em: <<https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 29 jul. 2024.

A Meta Platforms, Inc., conhecida como Meta, é uma empresa multinacional americana de tecnologia responsável por redes sociais como Instagram, WhatsApp, Facebook, Messenger, entre outras. Por ser uma corporação de grande relevância no meio tecnológico e com presença global, há uma considerável dificuldade para que instituições públicas regulamentem e responsabilizem suas ações.

No cenário político, o Instagram também desempenha um papel relevante como meio de comunicação e interação com o público. Políticos e líderes podem fazer uso dessa plataforma para compartilhar mensagens, fotos e vídeos com o intuito de influenciar a opinião pública e mobilizar seus seguidores em torno de determinadas causas ou campanhas.

Tomando como exemplo o ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, a análise de sua presença no Instagram pode fornecer insights sobre sua popularidade, estratégias de comunicação e evolução do engajamento do público ao longo do tempo. Em 2018, quando Bolsonaro foi eleito presidente, sua conta no Instagram já possuía uma considerável base de seguidores. De acordo com dados coletados em abril de 2018, sua conta tinha aproximadamente 1,1 milhão de seguidores. Em abril de 2022, o número de seguidores de Bolsonaro no Instagram aumentou significativamente, alcançando a marca de 19,5 milhões de seguidores. Isso demonstra um crescimento na visibilidade do ex-presidente, bem como as transformações no ambiente político e midiático ao longo desse período.

Em suma, a escolha do Instagram como plataforma para análise política oferece uma oportunidade única de compreender o papel das redes sociais na esfera pública, bem como de examinar o impacto das estratégias de comunicação dos líderes políticos na formação de opinião e mobilização de eleitores.

CAPÍTULO III - PUBLICAÇÕES DE JAIR BOLSONARO EM 2018.

O presente capítulo busca analisar as publicações feitas pelo candidato à presidência da república Jair Bolsonaro em 2018 e 2022. A presença de novas mídias sociais trouxe às campanhas eleitorais e ao candidato novas possibilidades de difundir suas narrativas.

Durante o período de campanha eleitoral, as mídias sociais, e especificamente o Instagram do candidato Jair Bolsonaro foram coordenadas pelo seu filho Carlos Bolsonaro.

A partir da observação empírica das postagens, buscou-se primeiro analisar os padrões que se repetiam nas imagens e, posteriormente, relacioná-los aos valores democráticos descritos por Ricardo Fabrino Mendonça (2020), bem como à relação com os valores morais e conservadores utilizados como estratégia na campanha de Jair Bolsonaro.

Este estudo tem como intuito analisar as publicações feitas no período pré-eleitoral, nos meses de junho e junho, totalizando 104 publicações. A partir das análises das imagens veiculadas na rede, foram selecionados três grupos de imagens que ganharam destaque, sendo eles: 1) Discurso de ódio e ataque à esquerda; 2) Ataque às mídias tradicionais e divulgação das redes sociais; 3) A tentativa de ser reconhecido por sua semelhança com a “gente comum”. E, para representar esses grupos, foram escolhidas duas figuras sobre o conteúdo publicado. Para referência visual das análises realizadas, todas as imagens coletadas estão disponíveis nos anexos do trabalho.

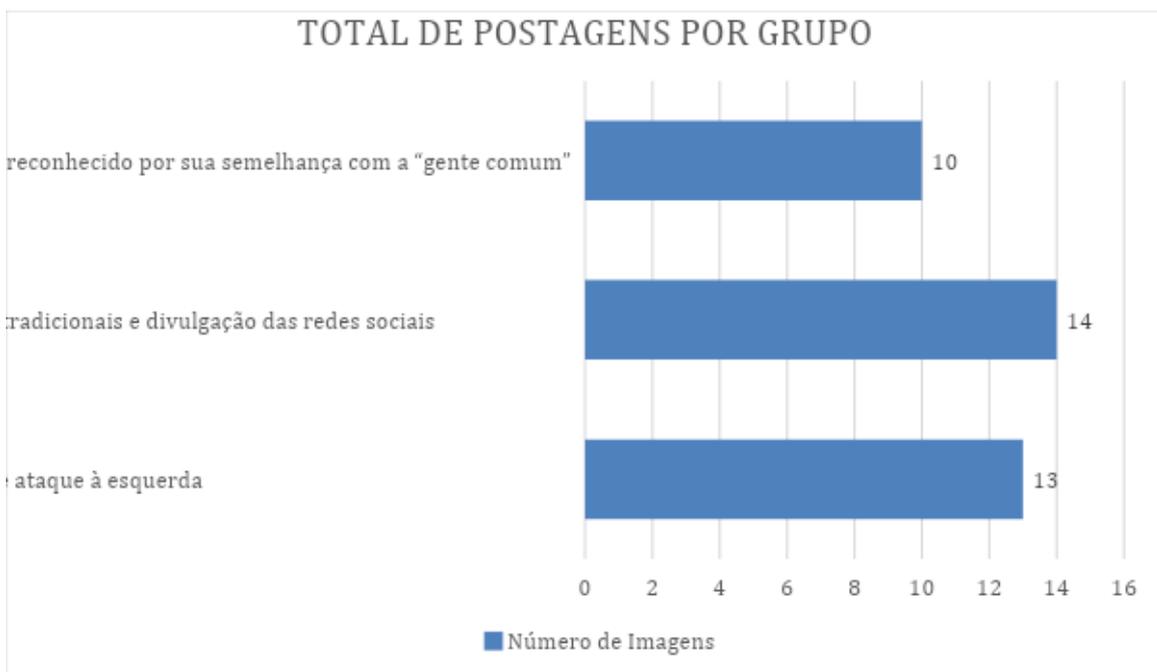


Tabela 01- Total de postagens por grupos/2018.

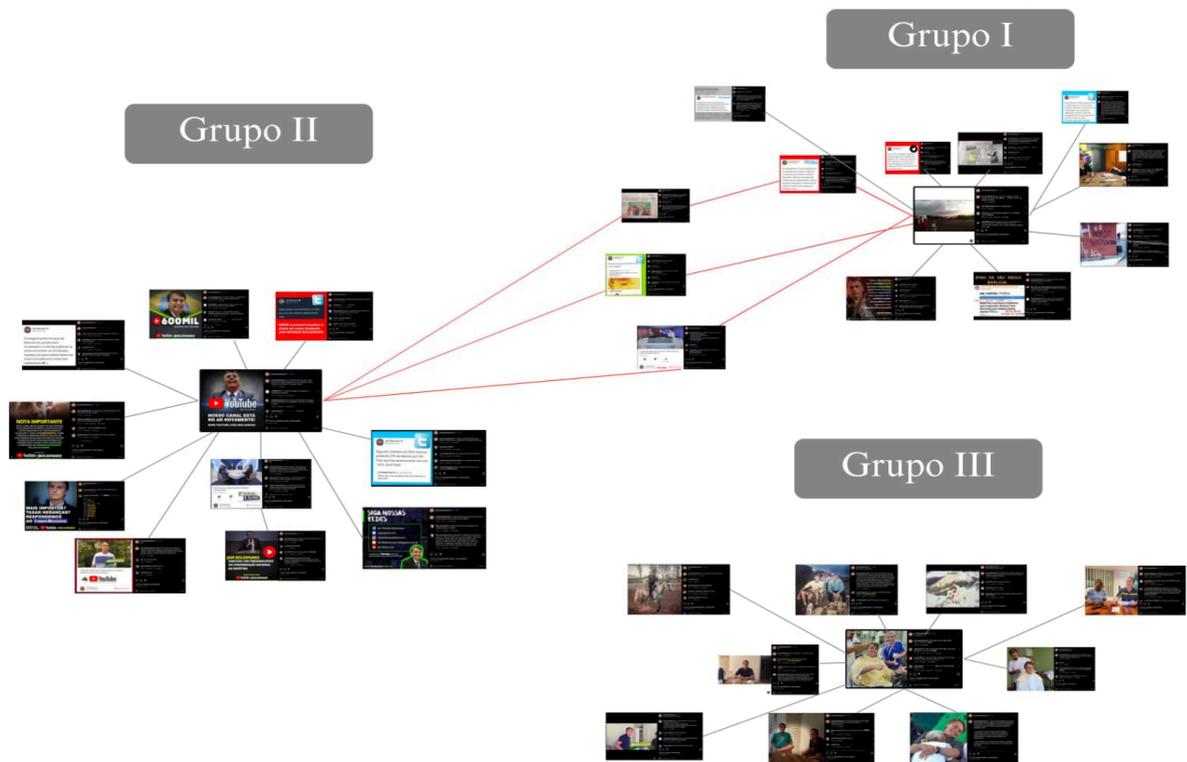


Figura 01- Mapa conceitual das publicações semelhantes de Jair Bolsonaro em 2018.

Existem algumas imagens que conectam os grupos identificados. Essas imagens aparecem em ambos os grupos, justamente por estabelecerem ligações. Por exemplo, há imagens que incluem a mídia e a associam a elementos da esquerda. Essa associação proposital entre a mídia tradicional e a esquerda é utilizada como uma forma de legitimar o discurso de Jair Bolsonaro, que se apresenta como atacado pela mídia por defender e proteger seus “inimigos”.

No que se refere ao primeiro grupo, as imagens relacionadas com discurso de ódio mostram Jair Bolsonaro atacando a esquerda e o Partido dos Trabalhadores (PT), referindo-se a eles como culpados pela corrupção no país. Ele faz insinuações sobre a ameaça do Brasil virar uma “Venezuela” e sobre o comunismo estar cada vez mais próximo dos cidadãos brasileiros.

Bolsonaro também demonstra seu desprezo ao adversário e sua visão do outro como “inimigo” ao sugerir que os “marginais de boné vermelho” não merecem diálogo, pois não são civilizados.

Como visto no texto de Ricardo Fabrino Mendonça (2020), um dos aspectos centrais pertencentes aos valores democráticos é a competição política e a pluralidade social, que garantem a convivência pacífica entre as representações políticas. Dessa forma, a democracia só existe quando há tolerância entre os grupos de oposição.

Como visto nas publicações de Jair Bolsonaro, há uma deterioração desse valor democrático, visto que ele ameaça seus opositores e os vê como inimigos.

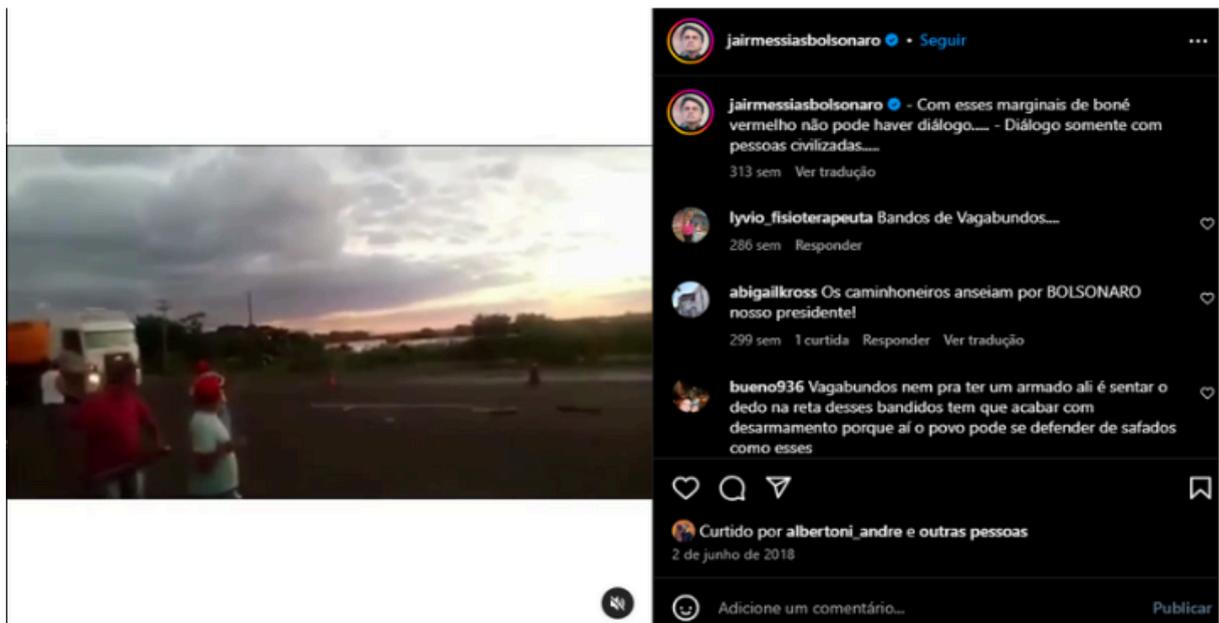


Figura 02 - Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 02 de junho de 2018.

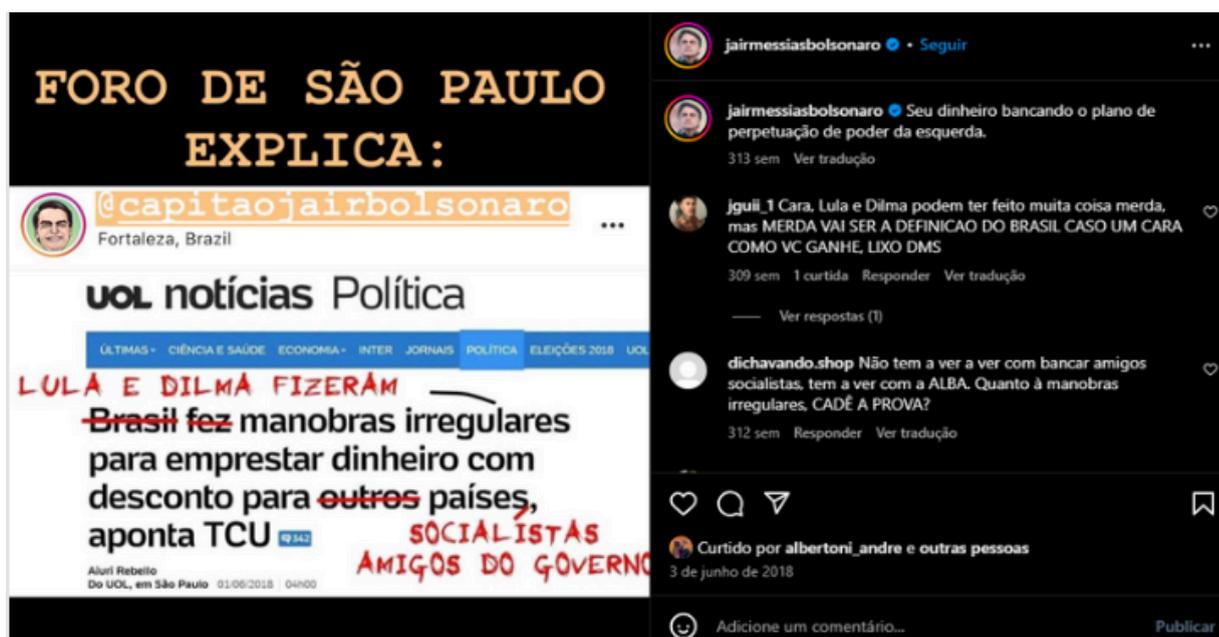


Figura 03-Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 03 de junho de 2018.

No que tange o segundo grupo de postagens analisadas, é notório os ataques à mídia tradicional, especificamente a Rede Globo. Esses ataques persistiram durante todo seu mandato. Segundo a organização não governamental Artigo 19, foi elaborado um dossiê com os registros dessas violações contra jornalistas e agentes políticos. O levantamento de dados feito pela organização mostra que a Globo e suas afiliadas foram hostilizadas 114 vezes.

Em contraponto, durante sua campanha, Bolsonaro não mediu esforços para que houvesse uma divulgação massiva de suas redes sociais e seu canal no Youtube.

Jair Bolsonaro mostra-se a favor da “liberdade de expressão” e utiliza este argumento para expressar indignação no dia 8 de junho, motivado pelo fato de seu canal no Youtube ter sido derrubado.



Figura 04-Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 06 de junho de 2018.



Figura 05- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 08 de junho de 2018.

Logo, quando se trata de outras informações sobre o candidato divulgadas por jornais e pela rede televisiva, Jair Bolsonaro aparece repreendendo as mídias e acusando-as de mentir e o atacamem por ser um candidato que se mostra “verdadeiro” com seus eleitores.

O último grupo a ser discutido traz aspectos semelhantes nas imagens coletadas, aspectos estes que sugerem a intencionalidade dessas publicações em fazer com que o candidato Jair Bolsonaro se assemelhe aos seus eleitores, e principalmente, à “gente comum”.

Dessa forma, foram divulgadas imagens do candidato em sua casa, vestindo bermuda e chinelos de dedo, com farelos de pão sobre a mesa, além de algumas fotos dele cortando o cabelo. Embora possa parecer que essas imagens não são persuasivas ou não fazem parte de uma estratégia de identificação, Cristiane Dias (2016) sugere nos seus estudos sobre análise de discurso digital que a materialidade digital é o processo de significação que ocorre pela emergência da discursividade digital na forma material do discurso (texto e imagem) e em determinados meios materiais (rede social, etc.). Esclarece ainda que o que caracteriza a materialidade digital é sua discursividade, não se reduzindo apenas ao digital.

Em outras palavras, a materialidade digital envolve também a forma como os discursos ganham significado e se manifestam em outros meios. O que ocorre no cotidiano das pessoas pode influenciar a forma com que esses discursos são pensados e elaborados, sugerindo, assim, que uma simples foto cotidiana pode demonstrar intencionalidades discursivas.



Figura 06-Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 09 de junho de 2018.



Figura 07- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 19 de junho de 2018.

De maneira geral, as imagens buscam estreitar os laços entre Bolsonaro e seus eleitores, além de conquistar os indecisos. Elas utilizam argumentos em defesa de pautas conservadoras, críticas ao PT e às mídias tradicionais. A imagem de Bolsonaro como um político antissistema é reforçada, buscando legitimidade para ser representante do “cidadão comum”.

3.1 PUBLICAÇÕES DE JAIR BOLSONARO EM 2022.

No que diz respeito às publicações feitas por Jair Bolsonaro no Instagram, durante os dias 1º de junho a 30 de julho, foram coletadas 135 postagens oficiais do candidato à reeleição, excluindo vídeos. Dessa forma, Bolsonaro ocupava o 2º lugar nas intenções de votos das pesquisas eleitorais dos institutos de pesquisas mais respeitados do país, com distância do primeiro colocado nas pesquisas, candidato Lula, mas com possibilidades de haver um segundo turno.

A partir dos padrões analisados no conteúdo das postagens, categoriza-se 4 grupos de destaques, que podemos identificá-los com as seguintes semelhanças: 1) Apelo às crianças; 2) Motociatas (carreatas de motocicletas); 3) Agronegócio e meio ambiente; e 4) População indígena. Ao analisar cada grupo, trago em destaque uma imagem que representa o teor das mensagens publicadas. As demais imagens estão disponíveis nos anexos do trabalho.

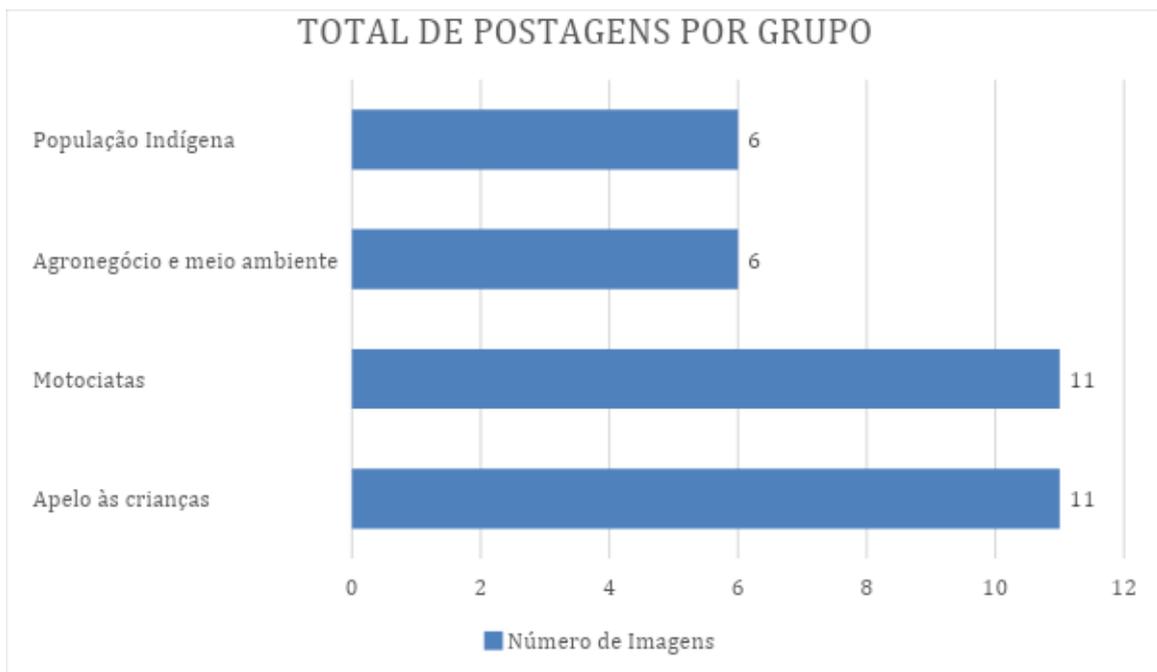


Tabela 02- Total de publicações por Grupo/2022.

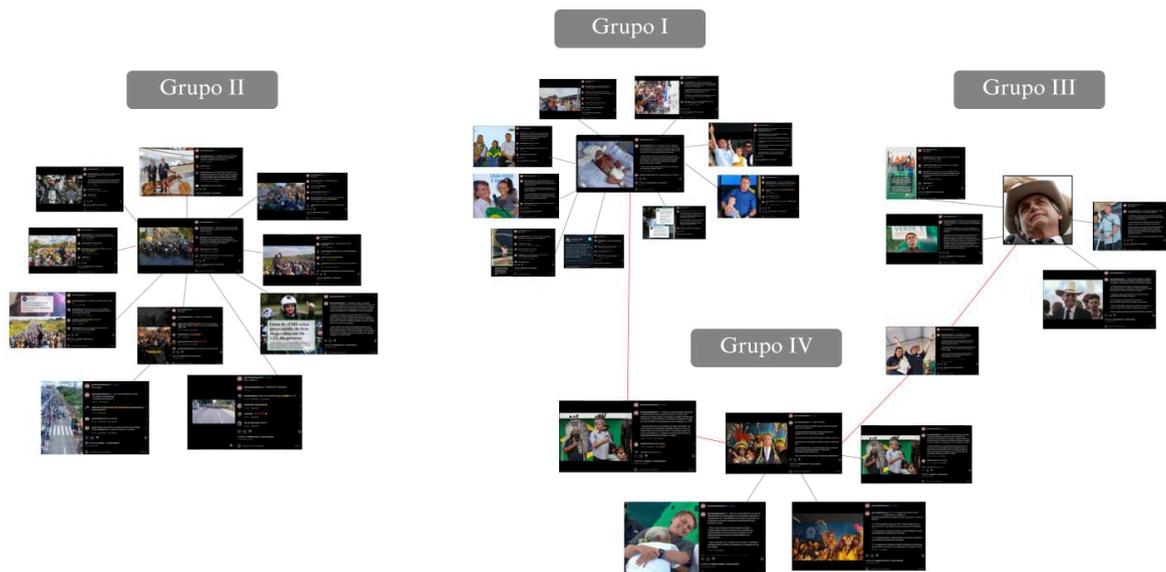


Figura 08- Mapa conceitual das publicações semelhantes de Jair Bolsonaro em 2022.

As conexões entre os quatro grupos selecionados refletem temas que se entrelaçam de maneira intrínseca. Por exemplo, o primeiro grupo está interligado com o quarto grupo, pois ambos apresentam imagens de crianças indígenas ao lado de Jair Bolsonaro. Além disso, os grupos três e quatro estão relacionados por exibirem pessoas indígenas e o Movimento Sem Terra, vinculados ao agronegócio e a Jair Bolsonaro.

No que se refere às imagens relacionadas a crianças, seja junto ao candidato ou apenas mencionando-as, chama atenção, não por ser algo característico do candidato Jair Bolsonaro, mas pela forma como a narrativa é construída em torno delas.

As narrativas vinculadas à imagem das crianças possuem um cunho conservador de defesa dos inocentes, com uma perspectiva e crença em um futuro pensado para elas. Junto com esse discurso, há também uma ênfase nos aspectos morais e conservadores, especialmente ao se posicionar contra o aborto.

Um exemplo claro de criança sendo destacada em publicações é o caso de uma menina de 10 anos que foi abusada e estava grávida¹⁵. Ela estava passando por um processo judicial para validar sua escolha de abortar o feto. Nesse contexto, o candidato utilizou a imagem de

¹⁵ "O que se sabe sobre caso da menina de 11 anos impedida de fazer aborto em SC após estupro". G1, 21 de junho de 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2022/06/21/o-que-se-sabe-sobre-caso-da-menina-de-11-anos-impedida-de-fazer-aborto-em-sc-apos-estupro.ghtml>. Acesso em: 21 jun. 2024.

um feto de 29 semanas em seu discurso em defesa da vida e contra a decisão do aborto, comparando a vida da menina com a do feto. Ele argumentou que não havia razões para considerar essa decisão, independentemente da forma como concebido e enfatizou a importância de garantir os direitos de todas as crianças.



Figura 09- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 23 de junho de 2022

Como segundo grupo proposto, compartilho as seguintes características que o compõem: a presença exacerbada de motociatas é algo marcante em suas postagens. Em suas publicações referentes às motociatas, é notória sua habilidade narrativa para mobilizar a população e incentivá-la a acreditar que está sempre reunindo muitas pessoas, representando, assim, a maioria dos cidadãos brasileiros.

Quanto aos valores democráticos descritos por Ricardo Fabrino Mendonça (2020), especificamente no que diz respeito à representação política que alimenta a circularidade entre Estado e sociedade, o candidato Jair Bolsonaro possui uma postura ambivalente, pois afirma que o votos da maioria nas eleições de 2018 o elegeram, ao mesmo tempo em que incentiva a sensação de que a votação poderia ser fraudada nas urnas em 2022 caso não houvesse sua vitória, e sugere aos seus eleitores que eles sempre estavam em maioria em suas aparições públicas.

Sem focar na comparação com outros atores políticos, mas sim em um único candidato, não se pode deixar de mencionar a semelhança com os desfiles de motocicletas

organizados e liderados por Mussolini durante seu mandato na Itália, especialmente durante o período fascista nas décadas de 1920 e 1930.

As estratégias utilizadas por Jair Bolsonaro e as imagens divulgadas se assemelham às campanhas e as propagandas divulgadas por regimes autoritários.

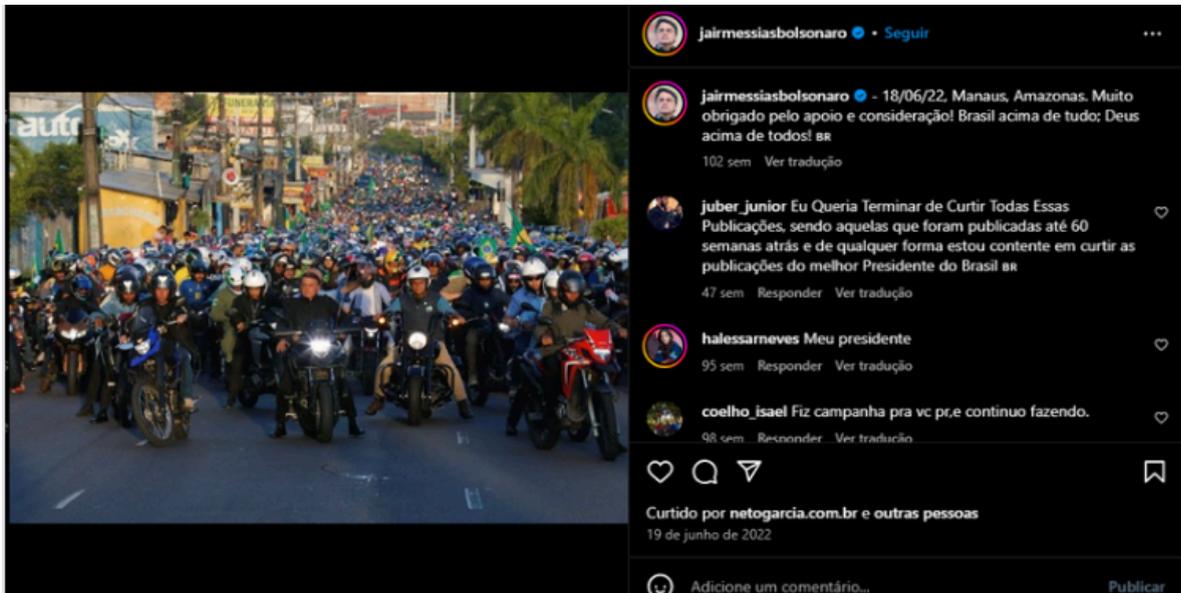


Figura 10-Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 19 de junho de 2022



Figura 11-Foto de Benito Mussolini Participando de uma motociata organizada pelo partido fascista na Itália, em junho de 1933.

O terceiro grupo é representado pelas postagens do candidato Jair Bolsonaro destinadas à população do interior e aos que compõem o setor agrário do país.

Neste grupo, podemos notar duas narrativas distintas sendo mobilizadas e influenciadas pela mesma imagem representativa. A primeira narrativa é a do “Agro é pop”, direcionada à população que compõe o setor agrário, mobilizando discursos e mostrando auxílios para esse setor, mencionando o plano Safra e as quantidades produzidas de grãos.

Num segundo momento, vemos novamente a menção ao “Agro”, mas agora focando em sua própria defesa enquanto presidente nos últimos 4 anos, referindo-se ao agro e ao meio ambiente, com narrativas voltadas a projetos que visavam o desenvolvimento territorial e preservação das matas brasileiras.

Segundo Kathryn Hochstetler (2020), o meio ambiente e a crise climática se agravaram durante o período de mandato de Bolsonaro, com suas políticas contrárias à sustentabilidade e incentivo ao extrativismo, queimadas e grilagem, apresentando propostas para ceder todas as funções do Ministério do Meio Ambiente ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

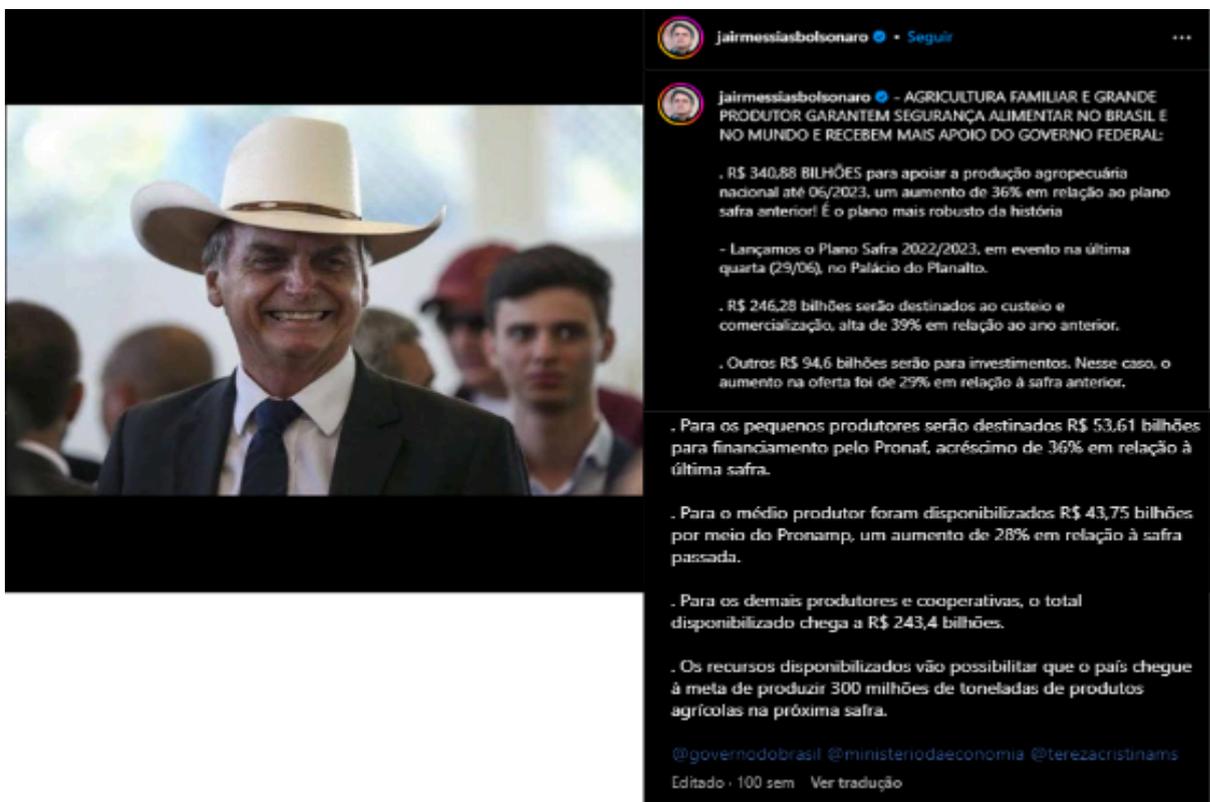


Figura 12-Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 01 de julho de 2022.

Como último ponto a ser destacado, no contexto do quarto conjunto de imagens, observa-se uma significativa presença de pessoas indígenas. Em seu discurso, o candidato demonstra a necessidade de ser percebido como o representante de todos os povos, especialmente das minorias.

Ao longo de seus 4 anos de mandato, os grupos minoritários foram frequentemente alvos de discurso de ódio e ameaças. Conforme referenciado por Morana e Magalhães (2020), os territórios indígenas emergiram como um tema recorrente e de grande interesse para Jair Bolsonaro, contudo, não de maneira favorável, mas sim com o intuito de reduzir as demarcações e disponibilizar as terras para grandes latifundiários do setor agropecuário, sugerindo ao Congresso a transferência da Funai ao Ministério da Agricultura e explicitamente verbalizado em seus discursos frases como “índio não é gente”.



Figura 13- Publicação no Instagram de Jair Bolsonaro realizada no dia 04 de junho de 2022.

Sua estratégia de aparecer em postagens ao lado de indígenas pode ser interpretada como uma tática para atenuar as consequências de seu mandato e se retratar como um representante de todos os povos.

Comparativos e resultados finais.

As eleições presidenciais historicamente têm como pretensão modelar a imagem dos candidatos e candidatas com o uso de discursos e mensagens previamente elaborados (CARNEIRO E SILVA, 2012). Apesar do uso crescente das redes sociais ter representado um

desafio para a compreensão dos rumores do debate público brasileiro sobre as eleições, pesquisas relevantes na área ainda indicavam que a internet e outras mídias desempenharam um papel crucial nas bases democráticas do país. O papel da mídia tradicional, e especificamente digital, foi essencial nas campanhas de Rousseff, Lula e Bolsonaro para ascender os candidatos à cadeira do Executivo Federal (BRAGA e CARLOMAGNO, 2018).

A partir de 2002, começaram a ser realizadas mensurações mais sistemáticas do uso dessas ferramentas pelos candidatos (BRANDÃO JÚNIOR, 2008). Para dimensionar o uso da internet pelos candidatos e identificar tendências recentes, com destaque para inovações nas campanhas entre 2014 e 2016, foram considerados como indicadores de frequência a utilização de sites e mídias sociais pelos candidatos ao longo do tempo.

A contribuição de Carneiro e Silva (2012), abordada no início desta monografia, destaca que o marketing político visa atender aos interesses e necessidades de um candidato, ocultando pontos negativos e reforçando aspectos centrais de sua imagem. Observe-se que as pré-campanhas de Bolsonaro já aplicam essas estratégias focais. As publicações no perfil do Instagram do candidato têm como objetivo fortalecer seu nome junto ao eleitorado brasileiro, aproximar-se de sua base eleitoral e conquistar eleitores indecisos.

Em todas as candidaturas bem-sucedidas, estratégias foram observadas para que os eleitores se identificassem com os candidatos, utilizando recursos visuais e textuais projetados para alinhar com seus discursos offline. É importante destacar que as mídias digitais emergiram como grandes influenciadoras nas campanhas políticas. No entanto, o uso eficaz dessas plataformas não é um dado adquirido; os candidatos precisam aprender e se adaptar continuamente às linguagens que promovam maior engajamento.

Na literatura há estudos mais aprofundados sobre a semiótica e análise de aspectos do conteúdo visual, essas ponderações não foram abordadas a fundo nessa monografia, devido às limitações e a profundidade necessária para desenvolver estes aspectos. O intuito desse estudo foi analisar como o discurso do candidato se fortalece a partir de padrões visuais em suas redes sociais e como as dinâmicas do campo digital influenciam e promovem mudanças nas discursividades, afetando a construção de sujeitos, sentidos e meios de comunicação.

Ao analisar as imagens coletadas durante junho e julho nos anos de 2018 e 2022, e com base em questões empíricas de interação e linguagem apresentadas nas postagens, assim como na disposição no feed do Instagram, percebe-se uma diferenciação entre os padrões adotados pelo candidato Jair Bolsonaro. Em 2018, as publicações obviamente desordenadas, sem seguir padrões institucionais claros, apresentando uma estratégia destinada a aproximar a figura do candidato de seus eleitores.

No ano de 2022, no entanto, observa-se uma adesão mais estruturada aos padrões durante a campanha do candidato Bolsonaro. Embora o teor das publicações tenha sido mais cauteloso, destacando realizações de seu governo, houve um reforço no apelo à sensibilização e aos valores morais conservadores.

Este contraste sugere que, em 2018, o perfil de Bolsonaro no Instagram foi caracterizado por uma estratégia intencional de falta de padrão, possivelmente destinada a fortalecer sua imagem como um candidato anti-sistema e distante da figura tradicional do político. Por outro lado, em 2022, mesmo com a adoção de um padrão mais estruturado e menos controverso, a continuidade de seu estilo político original persiste, agora com uma necessidade acrescida de justificar suas ações governamentais e reafirmar seu compromisso com a base conservadora.

A necessidade de construir uma narrativa mais convincente para atrair votos surge diante do aumento da impopularidade do governo Bolsonaro (RENNÓ, 2022). Isso ocorre em um contexto de intensificação da polarização política, crescente desde 2014. Essa polarização foi acentuada pela pandemia de COVID-19 e pelas crises nos setores econômicos e assistenciais durante a gestão de Bolsonaro (RENNÓ, 2022).

Ao analisar o perfil de Jair Bolsonaro nos anos de 2018 e 2022, observa-se que suas estratégias de comunicação foram adaptadas conforme os contextos vigentes. Nesse sentido, emerge a percepção de que a suposta moderação de Bolsonaro pode não ser evidente, mas sim sua capacidade de se adaptar ao ambiente digital, especialmente às redes sociais. Isso implica que os movimentos de extrema direita também exploram este novo campo, embora possuam habilidades limitadas ou em desenvolvimento. A facilidade relativa é atribuída aos discursos empregados e à compreensão de como os algoritmos das plataformas, como o Instagram, operam. No entanto, isso não implica que estejam plenamente equiparados ou dominando efetivamente este novo campo de disputa.

Este estudo não pretende abarcar completamente o vasto campo das mídias digitais, porém, visa contribuir para pesquisas sobre a análise de imagens e padrões visuais discursivos utilizados nas campanhas digitais, analisando as mudanças e continuidades nas campanhas eleitorais, assim como as estratégias empregadas.

Este trabalho instiga um campo promissor de investigação e construção de identidades políticas através das redes sociais, assim como o impacto nos resultados eleitorais, especialmente diante da crescente polarização política e das mudanças nas dinâmicas sociais.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, Ana Paula. A imprensa no governo Bolsonaro sob os ataques à liberdade de expressão. **O governo Bolsonaro. Retrocesso democrático e degradação política**, p. 467-480, 2021.
- AVRITZER, Leonardo. Política e antipolítica nos dois anos de governo Bolsonaro. **Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política. Belo Horizonte: Autêntica**, p. 13-20, 2021.
- BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. 07-62, 2018
- BRANDÃO JÚNIOR, Francisco de Assis Fernandes. Palanques virtuais: a campanha presidencial pela internet em 2006. 2008. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado, Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília.
- CARNEIRO E SILVA, Silmara. Marketing político e comportamento eleitoral: reflexões sobre as estratégias de marketing político em campanhas eleitorais. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n. 1, p. 113-136, 2012.
- DIAS, Cristiane. A análise do discurso digital: um campo de questões. **REDISCO–Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo**, v. 10, n. 2, 2016.
- DE SOUZA, Felipe Trindade. O crepúsculo da democracia liberal no Brasil: ascensão e legado do populismo reacionário no governo Bolsonaro (2019-2022). **Em Tese**, v. 20, n. 02, p. 481-488, 2023.
- GASTALDO, Édison. Goffman e as relações de poder na vida cotidiana. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 23, p. 149-153, 2008.
- ITUASSU, Arthur et al. De Donald Trump a Jair Bolsonaro: democracia e comunicação política digital nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e 2018, no Brasil. In: **8º Congresso COMPOLÍTICA, Brasília–DF**. 2019.
- LYNCH, cristão; CASSIMIRO, Paulo Henrique. **O populismo reacionário: ascensão e legado do bolsonarismo** . Editora Contracorrente, 2022.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; SAMPAIO, Rafael Cardoso. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões midiáticos das campanhas políticas online. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, n. 22, 2011.
- MARONA, Marjorie; MAGALHÃES, Lucas. Guerra e paz? O Supremo Tribunal Federal nos dois primeiros anos do governo Bolsonaro. **AVRITZER, Leonardo: Governo Bolsonaro. Do retrocesso à degradação política**, p. 121-135, 2021.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Valores democráticos. In: AVRITZER, Leonardo; KERCHÉ, Fábio; MARONA, Marjorie (Orgs.). **Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2021.** p. 375-391.

MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la.** Editora Companhia das Letras, 2019.

RENNÓ, Lucio. Bolsonarismo e as eleições de 2022. **Estudos Avançados**, v. 36, p. 147-163, 2022.

RITZER, George. Prossunção: Evolução, revolução ou eterno retorno do mesmo?. **Revista de cultura do consumo**, v. 14, n. 1, pág. 3-24, 2014.

STABILE, Max; BÜLOW, Marisa. O velho não morreu, o novo já está aqui: informação e participação digital na era do bolsonarismo. **Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política. Belo Horizonte: Autêntica**, p. 481-494, 2021.

VEIGA, Luciana Fernandes. Cultura política: Valores democráticos, preferências políticas, autoritarismo e nova direita. **Governo Bolsonaro: Retrocesso democrático e degradação política**, 2021.

ANEXOS

Anexo A: Coleta de imagens da pesquisa/2018

- **Disponível em:**
[https://drive.google.com/file/d/1OJKIWOB3wDK_5ZEHNwkk5VE_jXksJwpd/view?usp=sharing]
- [<https://drive.google.com/file/d/1qAhprXTJl-mzMYRPMtXxslh7cSbKncs4/view?usp=sharing>]

Anexo B: Coleta de imagens da pesquisa/2022

- **Disponível em:**
[<https://drive.google.com/file/d/1j8zZjcRHK-WtjNPKzkITnJkyHvqxbyV9/view?usp=sharing>]
- [https://drive.google.com/file/d/1IaCh_af_AseOinYoBWFbcS6nJ_cY_r-T/view?usp=sharing]