



DOI: 10.5433/1984-7939.2023v20n35p112

O mito do Salvador da Pátria no Instagram de Jair Bolsonaro após a derrota eleitoral de 2022

The myth of the nation's savior on Jair Bolsonaro's Instagram after his 2022 election defeat

Thales Ernesto Cristino Braga¹

André Azevedo da Fonseca²

RESUMO

Em 2018, Jair Bolsonaro manipulou mitologias políticas para firmar sua imagem pública e venceu as eleições. Em 2022, repetiu a estratégia, mas foi derrotado e não reconheceu o resultado. Após três dias de silêncio, divulgou um vídeo repleto de ambiguidades. O objetivo desta pesquisa é analisar, sob a perspectiva dos mitos políticos, os comentários dos usuários na primeira manifestação de Bolsonaro no Instagram após a derrota nas eleições. O método empregado foi a análise documental. Concluiu-se que os mitos da conspiração e do herói salvador foram as narrativas utilizadas com mais frequência, uma vez que evocaram a figura de um líder providencial capaz de salvar o país dos inimigos.

Palavras-chave: mitologia política; campanha eleitoral; Jair Bolsonaro.

ABSTRACT

In 2018, Jair Bolsonaro manipulated political mythologies to establish his public image and won the elections. In 2022, he repeated the strategy, but was defeated and did not recognize the result. After three days of silence, he released a video full of ambiguities. The aim of this research is to analyze, from the perspective of political myths, the comments made by users on Bolsonaro's first manifestation on Instagram after his defeat in the elections. The method used was documentary analysis. It was concluded that the myths of conspiracy and the heroic savior were the most frequently used narratives, since they evoked the figure of a providential leader capable of saving the country from its enemies.

Keywords: political mythology; election campaign; Jair Bolsonaro

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL)

² Doutor em História pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Professor na Universidade Estadual de Londrina (UEL).

1. INTRODUÇÃO

Em 2018, após uma campanha eleitoral permeada por polêmicas, escândalos e disseminação de fake news nas redes sociais, Jair Bolsonaro (PSL), foi eleito com 55,13% (57.797.847 votos) quando derrotou Fernando Haddad (PT) no segundo turno das eleições. Após um governo controverso, incluindo políticas negacionistas durante a pandemia e ameaças às instituições democráticas sob a falsa alegação de fraude nas urnas eletrônicas, Bolsonaro lançou sua candidatura à reeleição em 2022. A campanha manteve as características da primeira: exaltação à pátria, valorização da família tradicional e adoração ao Deus cristão. Contudo, apesar das tentativas de prejudicar o processo eleitoral, Bolsonaro recebeu 58.206.354 votos (49,10% do total) e foi derrotado por Lula, que recebeu 60.345.99 votos (50,90% do total).

Após a divulgação oficial do resultado, Bolsonaro permaneceu vários dias em silêncio, instigando suspeitas e insinuando não ter aceitado o resultado das eleições. Essa atitude gerou uma série de reações nas redes sociais. De um lado, seus apoiadores demonstraram frustração e revolta, insistindo que as eleições haviam sido fraudadas e defendendo a permanência de Bolsonaro no poder por meio de intervenção militar. Do outro, opositores comemoraram a vitória de Lula, esperando mudanças políticas no país.

Enfim, o candidato derrotado manifestou-se três dias após o pleito, em 2 de novembro de 2022, por meio de um vídeo de 2 minutos e 40 segundos divulgado em suas redes sociais oficiais: YouTube (@jbolsonaro – 6,53 milhões de inscritos), Twitter (@jairbolsonaro – 10,99 milhões de seguidores), Facebook (Jair Messias Bolsonaro, 15 milhões de seguidores) e Instagram (@jairmessiasbolsonaro – 25,4 milhões de seguidores). Devido às insinuações e evasivas em seu discurso, a publicação provocou muitas interações. Deste modo, o conjunto dessas reações se tornou fonte interessante para investigar o imaginário político que circunda a figura de Bolsonaro nas redes sociais.

O objetivo desta pesquisa foi analisar, sob a perspectiva da mitologia política, os principais comentários publicados no perfil de Bolsonaro no Instagram após sua primeira manifestação pós-derrota. Para isso, empregou-se o método da análise documental, precedido por pesquisa bibliográfica. A crítica documental foi cotejada com anotações e comentários pessoais do pesquisador. A análise documental, além de “avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos” (Moreira, 2005, p. 276).

O critério de seleção para estabelecer os corpus foi o número de curtidas recebido. O recorte foi feito nas respostas com pelo menos mil curtidas, uma vez que essa alta

interação tem maior potencial de alcance. A quantidade foi estabelecida em observância aos outros números da publicação: 48.357.150 reproduções, 6.235.259 curtidas e 583.859 comentários, até maio de 2023, o que expõe a relevância do post. A análise possibilitou identificar quais termos e símbolos mitológicos foram mais empregados e determinou quais elementos míticos estiveram mais presentes nos comentários dos usuários.

No contexto desta pesquisa, a palavra “mito” contemplou duas acepções: a primeira, em uma noção de senso comum, é aquela que se popularizou nas redes sociais e faz referência às pessoas que chamaram a atenção por serem engraçadas, polêmicas e até contraditórias e, com isso, conquistaram adeptos e muitas interações em forma de apoio – seguidores, curtidas, compartilhamentos, respostas, comentários e reações. Neologismos tal como “mitar” e “mitada” chegaram a ser popularizados nas redes sociais para atribuir valor a esses personagens chamados de “mito”.

O segundo conceito remete às narrativas de seres ou figuras que protagonizaram feitos fantásticos, encarnaram forças da natureza e superaram a condição humana. É nesse sentido que Girardet (1987) pontua que o mito político pode ser tanto fabulação, deformação ou interpretação do real. Contudo, o mito exerce uma função explicativa quando fornece instrumentos para a compreensão do presente (Fonseca, 2018).

Esta investigação integra os esforços realizados por vários pesquisadores no campo da Comunicação que, desde 2018, buscam compreender os mais diversos aspectos das mitologias manipuladas por Bolsonaro. Por isso, a delimitação proposta neste trabalho buscou oferecer uma contribuição específica capaz de propor respostas às lacunas existentes em um panorama mais amplo de pesquisas que já identificaram elementos míticos que permeiam a figura deste político de extrema-direita.

Após quatro anos de mandato como Presidente da República, a construção mitológica da imagem pública de Bolsonaro fez com que seus eleitores manipulassem símbolos e legitimassem seus alinhamentos ideológicos e ações por meio deles. A campanha permanente de Bolsonaro manteve contato constante com o eleitorado em um processo de retroalimentação entre candidato, mídia e eleitor. Atributos de sacralidade foram designados a ele, concedendo aspectos doutrinários aos seus discursos.

Entender a construção da imagem dos líderes políticos nas mitologias contemporâneas é essencial nos momentos de crise, uma vez que a superação dos messianismos passa pela compreensão dessa dinâmica. Exemplo disso foram os ataques de 8 de janeiro de 2023, quando turbas de apoiadores fanatizados de Bolsonaro foram instigados a acampar em quartéis, invadir a praça dos Três Poderes e depredar edifícios públicos almejando provocar instabilidade institucional e justificar um golpe militar contra o novo governo eleito democraticamente.

A mitologia política é tema de estudos há décadas. Girardet (1987) tem sido um dos

pesquisadores no campo da História citados em análises sobre as narrativas simbólicas e mitológicas utilizadas na política. Nesse sentido, pesquisadores contemporâneos, tal como veremos a seguir, são unânimes ao constatar que Bolsonaro se utilizou dos mitos políticos de forma consciente para instigar seus eleitores.

2. O MITO NA POLÍTICA

O mito é um fenômeno plural, de natureza multifacetada e manifestações multiformes, já que é organizada de forma lógica, mas não plenamente racional, enquanto é dotada de alta carga de elementos emocionais e intuitivos. Assim, é difícil encontrar um ser humano indiferente a isso. Girardet (1987) observou alguns padrões em narrativas históricas e buscou estabelecer uma categorização dos mitos manipulados nos mais diversos tempos. Assim, traçou quatro constelações mitológicas que parecem se repetir no esforço que os sujeitos empreendem para atribuir sentidos às suas experiências históricas: o mito da Conspiração; o mito do Herói Salvador; o mito da Idade de Ouro e o mito da Unidade. O autor argumenta que os líderes políticos constroem narrativas utilizando-se dos padrões oferecidos por essas mitologias para legitimar seu poder, em uma estratégia também utilizada para criar conexões entre grupos sociais e estimular uma sensação de identidade coletiva. Mitologias políticas são expressas por meio de símbolos, rituais e discursos que têm a capacidade de influenciar a percepção e a ação política.

Não obstante, os símbolos políticos podem servir para excluir ou marginalizar determinados grupos e criar inimigos para unir as pessoas em “comunidades de ódio” (Fonseca, 2007). A marginalização de grupos é uma prática utilizada para criar uma impressão de “nós” contra “eles” a fim de desenvolver uma sensação de unidade entre membros de um grupo e justificar suas ações violentas. Os “inimigos internos” são frequentemente apresentados como uma ameaça à segurança, estabilidade ou ao modo de vida dos grupos ideologicamente dominantes. Assim, legitimam-se os discursos e práticas que, em sua forma mais radical, busca a extinção do adversário.

No mito da “conspiração”, ou “complô”, as narrativas conspiracionistas constroem uma visão de mundo em que a sociedade estaria ameaçada por organizações secretas, que atuariam de modo análogo a seitas, confabulando planos malignos para submeter os homens à escravidão ou ao extermínio (Girardet, 1987, p. 34). Em última instância, o mito do complô pode justificar ações extremistas ou violentas, interpretadas como uma reação legítima contra os conspiradores imaginários. As teorias da conspiração são frequentemente baseadas em informações falsas ou distorcidas e, por isso, podem ter consequências graves para as instituições democráticas, como o aumento da desconfiança e da desunião, a inviabilidade do diálogo e do entendimento entre grupos diferentes, e o aumento da intolerância e da violência.

Contudo, o mito do complô costuma ser instigado por aqueles que desejam atribuir à própria figura um caráter salvador. Girardet (1987) observou diversos discursos que, em tempos de crise real ou imaginada, buscam atribuir atributos de heroísmo a figuras políticas ordinárias, configurando-se, assim, em um fenômeno análogo ao do messianismo. A ideia dessa constelação mitológica é fabular um redentor apresentado como uma pessoa ungida que surgirá para não apenas resolver os problemas da sociedade, mas inspirá-la e salvá-la por atos de abnegação e coragem. Essa figura é construída por meio da manipulação de estruturas clássicas da narrativa do “herói” ou do “messias”, disseminadas por meio de propagandas ideológicas. Ao firmar o imaginário de uma guerra santa contra um inimigo diabólico, a figura do salvador pode ser perigosa, uma vez que tende a legitimar ações autoritárias e extremistas contra aqueles que não se alinham ao líder ou ao seu movimento.

O salvador projeta-se como a solução para os problemas da nação; com frequência, apresenta-se como um guerreiro que tem um objetivo restabelecer a ordem. “Todo processo de heroificação implica, em outras palavras, uma certa adequação entre a personalidade do salvador virtual e as necessidades de uma sociedade em um dado momento de sua história” (Girardet, 1987, p. 82). Nesse sentido, o salvador, condicionado pelo contexto, pode ser interpretado como o reflexo de um tipo de mentalidade. Os valores encarnados por ele transmitem os anseios sociais de uma parcela da coletividade não apenas insegura quanto ao seu futuro, mas apavorada com a possibilidade de um destino trágico. Nos momentos de desequilíbrio, incerteza ou conflito há apelos mais intensos à intervenção de um herói salvador (Girardet, 1987, p. 89).

Fonseca (2012) parte do princípio de que as narrativas míticas no marketing nas disputas eleitorais costumam ser manipuladas de forma racional pelos próprios agentes. O pensamento mítico, ainda que corrompido ou fragmentado, continua mobilizando a ação política nas coletividades. Muitas vezes, disputas eleitorais se tornam uma oportunidade para que os cidadãos possam evocar suas crenças em conspirações demoníacas, guerreiros sagrados e profetas anunciando a Era de Ouro (Fonseca, 2018, p. 153).

3. A MITOLOGIA EM BOLSONARO

O tema da manipulação de narrativas míticas pela campanha eleitoral de Bolsonaro tem sido objeto de uma série de análises. Bianco (2019) investigou a comunicação político-eleitoral utilizada pelos candidatos Lula e depois seu substituto, Fernando Haddad (PT), assim como por Jair Bolsonaro (PL) nas eleições de 2018, observando o modo pelo qual essas narrativas recorreram a mitologias políticas para construir a identidade de marca dos candidatos nas mídias sociais. Por meio de análise do discurso, a pesquisadora examinou o conteúdo publicado nos perfis oficiais do Facebook dos três

candidatos durante o período eleitoral, com base nas quatro constelações mitológicas descritas por Raoul Girardet (1987): *Conspiração*, *Idade de Ouro*, *Salvador da Pátria* e *Unidade*. Ela concluiu que Bolsonaro foi o que mais recorreu às narrativas míticas em sua comunicação, empregando sobretudo a categoria da *conspiração* para desestruturar a imagem dos adversários e fortalecer sua imagem de *Herói Salvador da Pátria*. Essa estratégia encontrou respaldo no imaginário coletivo em um contexto que favoreceu a crença na existência de um inimigo comum, real e iminente.

Azevedo Junior e Bianco (2019) abordaram novos aspectos em relação à dissertação de Bianco (2019), relacionando a efervescência de mitologias políticas à emergência política de representantes ligados aos cristãos neopentecostais. Por meio de análise de conteúdo e de discurso, os pesquisadores analisaram 296 postagens feitas por Bolsonaro em sua página oficial do Facebook durante a campanha eleitoral. Em primeiro lugar, eles confirmaram que o candidato recorreu à mitologia da *Conspiração* para desestruturar seus adversários. O atentado sofrido por Bolsonaro também reforçou a narrativa de que seus opositores desejavam eliminá-lo. Bolsonaro construiu sua imagem com características que correspondem à mitologia do *Salvador da Pátria*, valendo-se de discursos que enfatizam a família, a religiosidade e o aumento do controle social para combater a violência – pautas que caminham juntas à aversão às minorias e redução de direitos sociais. Por fim, concluíram que a disseminação do mito do complô buscou legitimar o surgimento de um “herói que luta contra os valores do mal em busca da redenção da nação a uma idade de ouro” (Azevedo Junior; Bianco, 2019, p. 22).

Por sua vez, Anastácio de Paula, Araújo e Saraiva (2019) analisaram três vídeos publicados no YouTube – dois deles no canal oficial de Jair Bolsonaro e o outro no canal do ministro Ironi Spuldar – a fim de identificar elementos míticos que influenciaram o comportamento dos eleitores na eleição presidencial de 2018. Para isso, realizaram análise de conteúdo e de discurso para observar o comportamento de apoiadores que passaram chamar Bolsonaro de mito. De acordo com os pesquisadores, “essa fantasia parece evocar sentimentos antigos de que viria um rei, um salvador escolhido por Deus, para governar.” (Anastácio de Paula; Araújo; Saraiva, 2019, p. 3). Essa expectativa de atribuir a um único sujeito o poder de provocar grandes transformações sociais afasta a responsabilidade da própria sociedade e a impede de amadurecer. Partindo do princípio de que esse mito já estava presente no imaginário dos eleitores, a pesquisa buscou indícios de sua ativação nos discursos de Bolsonaro.

Os pesquisadores observaram que os vídeos traziam alegorias à “sagração do governante” – ou seja, o direito divino de governar, uma vez que o representante afirmava Deus acima de tudo. Outro ponto é representação do nacionalismo e patriotismo como um sentimento superior aos interesses individuais. A sugestão de união nacional, expressa na ideologia homogeneizante do “verdeamarelismo”, também pretende escamotear as desigualdades e sugerir a ideia de uma nação una e indivisa.

O slogan “Teu nome já diz ‘o Messias’.” Ressalta a representação do candidato como o salvador escolhido para triunfar na luta do bem contra o mal e libertar o povo brasileiro.

Dias (2020) também analisou os discursos messiânicos na legitimação de dois atores políticos considerados populistas no Brasil e em Portugal. Para isso, utilizou o método do estudo de caso a fim de examinar as campanhas eleitorais de Jair Bolsonaro e André Ventura – o “mito brasileiro” e o “ungido português” (Dias, 2020, p. 4). O pesquisador também destaca a crescente presença de representantes de igrejas evangélicas neopentecostais na política brasileira, o que, para ele, favoreceu o crescimento de discursos messiânicos e moralizantes. De um lado, o “cidadão de bem”, e do outro, o antítipo sociológico desse cidadão – as minorias e todos aqueles que corrompem a sociedade em razão de sua condição marginal (Dias, 2020, p. 5). Bolsonaro teve apoio de conservadores de classe média e alta e por comunidades evangélicas, que investiram na propagação de imagens que geraram “pânico moral” junto a amplas parcelas da população” (Dias, 2020, p. 5).

O autoritarismo bolsonarista anuncia o politicamente incorreto como um suposto enunciador de “verdades desconfortáveis”, em um discurso de influência fascista que desumaniza o inimigo a ser combatido pelo messias-guerreiro, guardião de valores como machismo, homofobia, racismo, securitarismo e messianismo. Dias (2020) observa ainda que, em um cenário de embate político, moral e civilizacional de verdades alternativas e pós-verdades, o bolsonarismo se manteve ativo ao sustentar discursos que, até então, eram recalados no reacionarismo brasileiro.

Dias e Fernandes (2020) analisaram a construção da imagem do candidato baseando-se nos conceitos de personalização, espetacularização e mito do herói. O método utilizado foi o estudo de caso em peças exibidas entre 31 de agosto e 28 de outubro de 2018 durante a campanha eleitoral. Assim como os demais pesquisadores, Dias e Fernandes (2020) também partiram da hipótese de que o candidato construiu sua imagem política apoiado em características que enunciam o discurso do salvador do país, de acordo com modelo apresentado por Schwartzenberg (1978) e Gomes (2004). Bolsonaro encampou o discurso que anuncia um novo tempo, como se fosse um profeta conduzido por um “impulso sagrado para guiar o seu povo pelos caminhos do futuro” (Dias; Fernandes, 2020, p. 2).

O atentado sofrido em 7 de setembro de 2018 transformou-se um espetáculo midiático, mítico e político. A tragédia é um dos elementos narrativos constitutivos da construção de heróis; além disso, a “retransmissão como cerimônia midiática garante que o espetáculo obtenha caráter imponente e expressivo” (Dias; Fernandes, 2020, p. 6). Um novo cenário político tem se formado, onde o indivíduo passa a ser o centro, posição anteriormente ocupada pelos partidos. Nessa perspectiva, a figura do candidato é supervalorizada e a marca se torna personalista, sugerindo aproximação entre líder e apoiadores.

As pesquisadoras chamam a atenção para o fato de que Bolsonaro usou práticas de campanha permanente e, por meio das redes sociais, disseminou pautas acerca do armamento da população, redução da maioridade penal e trabalho forçado para presidiários, temas corriqueiros da tradição reacionária brasileira. A polarização tornou-se ainda mais intensa com a articulação entre velhas teorias da conspiração, tal como a ameaça comunista, e novas narrativas conspiratórias, como a suposta implementação da “ideologia de gênero” nas escolas.

Nas peças publicitárias analisadas, observou-se os discursos salvacionistas de martírio, grandiosidade e superioridade. As pesquisadoras ainda relacionam o mito da Idade de Ouro ao enaltecimento da ditadura militar, defendido por Bolsonaro como um tempo grandioso de crescimento econômico e seguro para o país. Dessa forma, por meio da “lembança (Mito da Idade de Ouro) e o desejo de mudança (Conspiração), busca-se uma sociedade idealizada e elege-se um salvador” para resgatá-la dos conflitos e das lutas vivenciadas (Mito do Salvador)” (Dias; Fernandes, 2020, p. 11).

Figueiredo e Silva (2020) analisaram as ferramentas psico-discursivas utilizadas na construção da narrativa eleitoral de Bolsonaro. Para tanto, os pesquisadores valeram-se da Análise de Discurso da campanha bolsonarista e usaram como base a abordagem Discurso-Mitológica a fim de identificar a interação entre mitologia, discurso e ideologia. Para isso, eles analisaram a presença de elementos do monomito da jornada do herói da narrativa eleitoral do candidato. O artigo analisou o discurso mais impactante, segundo os pesquisadores, de toda sua campanha presidencial: o pronunciamento publicado no dia 16 de setembro de 2018 em sua página oficial do Facebook, o primeiro depois do atentado. O vídeo foi escolhido por sua carga emocional e pela extensão da narrativa – a mais longa entre os conteúdos publicados pelo candidato.

A live enquadra Bolsonaro deitado, usando uma sonda nasogástrica, com o rosto pálido e cansado. Essa cena se opõe à imagem de homem vigoroso de falas energéticas e o aproxima da pessoa comum e vulnerável. Essa circunstância proporcionou uma oportunidade sempre explorada no discurso mítico da extrema-direita: o sofrimento expresso pelo vídeo reforça a ideia de que Bolsonaro coloca seus interesses em segundo plano e, dessa forma, afirma seu valor como herói (Figueiredo; Silva, 2020, p. 8). Ao mesmo tempo, Bolsonaro representa Lula como uma ameaça à nação, projetando o adversário como o “inimigo nacional”, reforçando a narrativa mitológica do herói. No discurso de Bolsonaro, o “outro” é a classe política corrupta, a esquerda, representada pelo PT; enquanto o “povo de bem”, ou seja, as famílias cristãs e os empresários, é aquele que se sente ameaçado e extorquido pela classe política.

Bolsonaro ressalta que ele estava em desvantagem em relação aos adversários por não contar com o apoio de partidos políticos ou da imprensa, além de não ter tempo de televisão. Mas essas circunstâncias desfavoráveis acabaram contribuindo na narrativa da trajetória do herói. No seu discurso, a perseverança e a bravura indicavam

a intervenção divina: se eleito, seria pela vontade de Deus. Os pesquisadores concluem afirmando que Bolsonaro se utilizou da narrativa de herói na construção de sua imagem, bem como do discurso populista para expressar suas ideologias de direita.

Silva (2021) investigou elementos mitológicos e comportamentos característicos de uma neo-religiosidade na performance de Bolsonaro, buscando compreender em que medida isso colaborou para a fanatização político-ideológica no país. O autor traça um panorama de três performances públicas de Bolsonaro desde o anúncio da candidatura: I. participação no 36º Congresso Internacional dos Gideões Missionários da Última Hora, ocasião em que recebeu uma bênção direcionada ao seu abdômen, meses antes de ser esfaqueado nessa mesma região – a bênção foi tratada como profética; II. presença em um evento pentecostal em seu primeiro ato público após a posse como presidente, oportunidade em que disse: “Vocês sabem que Ele não escolhe o mais capacitado, mas capacita os escolhidos!”; III. participação em um evento da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, em que repetiu: “Tenho certeza de que não sou o mais capacitado, mas Deus capacita os escolhidos!” (Silva, 2021, p. 3).

Ao lado disso, um conjunto de ofensas, xingamentos, palavrões e obscenidades foram transformadas em espetáculo. Essa descompostura legitimada pela autoridade do cargo autorizaram um sentimento nacionalista extremista entre seus seguidores. Mesmo no período da pandemia, observou Silva (2021), Bolsonaro contrariou as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS), bem como de membros do próprio governo, e incitou a população a participar de manifestações para consagrar sua figura.

Enfim, o autor percebeu que o discurso de Bolsonaro oscilou entre teores religiosos, militares e populares, e constatou que os apoiadores assumiram um comportamento semelhante aos membros de um *fandom* – conjunto de fãs de personalidades midiáticas. O contato direto com os seguidores – tanto de forma presencial, no cercadinho do Palácio da Alvorada, quanto nas redes sociais, sem o intermédio de assessores – também contribuiu para que a admiração por Bolsonaro se fortalecesse, uma vez que ele estaria rompendo com a maneira pela qual a “velha política” se comunicava com os eleitores. Silva (2021, p. 15) conclui que as práticas performáticas e comunicacionais de Bolsonaro foram fundamentais para fidelizar seus seguidores.

Colombo (2021) investigou as manifestações de mitologia política em peças de desinformação que circularam nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. A pesquisa teve caráter descritivo e a metodologia utilizada foi a análise de conteúdo do tipo categorial temática com abordagens qualitativas e quantitativas em 134 boatos desmentidos pelo Projeto Conspira³. Colombo (2021, p. 2) se concentrou em dois fenômenos: a desinformação e a mitologia política, compreendendo o primeiro como a

3 Operação colaborativa de 24 veículos brasileiros de informação para examinar boatos ao longo de 84 dias da campanha eleitoral em questão, realizada entre agosto e outubro de 2018.

rede de criação, produção, distribuição e reprodução de mensagens com informações falsas e intencionalmente danosas, e o segundo como a manifestação política de narrativas míticas que serve à reestruturação mental do imaginário político.

A característica comum encontrada pelo autor nas mensagens com informações falsas foi a apropriação da aparência de notícia real, principalmente quanto aos aspectos de redação, ilustração fotográfica e exibição em websites, com o intuito de legitimá-las. O autor utilizou-se dessa categorização para classificar os boatos de acordo com a presença da manifestação de mitologia política: força altíssima; força alta; força média; força baixa e força nula. Ele ainda delimitou o mito no campo político por meio das principais teorias sobre a temática, identificando a centralidade do mito político do Complô.

Dos 134 boatos investigados, 84 (62,68% do total) possuíam incidência de manifestação mitológica alta e altíssima, levando à conclusão de que a presença dessas narrativas foi majoritária no conjunto de boatos analisados. Em um segundo momento, confirmou que o mito de maior prevalência foi o da categoria Complô, presente em 69 casos (64,49% do total). O tema dominante dos boatos foi a fraude eleitoral nas urnas eletrônicas, que buscava questionar e deslegitimar o próprio pleito.

Pereira (2021), por sua vez, investigou de que modo o *storytelling* utilizado pelo candidato serviu como ferramenta de envolvimento entre ele e seus eleitores no meio digital. Como estudo de caso, foi selecionada a campanha de Bolsonaro de 2018 no Twitter. Na análise, Pereira (2021) identificou os mitos utilizados na estratégia de comunicação do candidato. O corpus foi constituído de 473 tweets postados no período de 11 de setembro e 27 de outubro de 2018. Entre as características do *storytelling* presentes na narrativa do candidato, Pereira observou a exploração do atentado sofrido em Juiz de Fora (MG) como pauta central de uma campanha destituída de propostas políticas objetivas. Essa narrativa elaborou um personagem digno de simpatia e admiração por seus esforços, enquanto um *storytelling* às avessas representou o adversário como uma escolha pior.

O autor observou que Bolsonaro e sua equipe mantiveram a coerência narrativa diante a história que queriam contar. Os tweets ampliaram os ataques àqueles considerados inimigos – esquerda, PT e imprensa – e insistiram que Bolsonaro era o único protagonista legítimo. Pereira (2021) conclui que as principais estratégias utilizadas foram: formulação de inimigos; coerência no desenvolvimento de sua história; narrativa às avessas, com um único herói possível; metáfora do capitão contra a violência; discurso transmídiático; e simbologia do verde e amarelo (Pereira, 2021, p. 109).

Com tudo isso, esta revisão de literatura indica que a comunicação político-eleitoral de Jair Bolsonaro durante as eleições presidenciais de 2018 foi marcada pelo uso de estratégias discursivas que recorreram a mitologias políticas para construir a imagem de líder messiânico e salvador da pátria. As pesquisas destacam que Bolsonaro

utilizou-se das mitologias da Conspiração, do Salvador da Pátria e da Idade de Ouro para desconstruir a imagem de seus adversários, sobretudo do PT e da esquerda, e fortalecer sua identidade como um herói que lutava contra o “mal”.

A narrativa da Conspiração foi empregada para criar a ideia de um inimigo comum, real e iminente, enquanto a mitologia do Salvador da Pátria foi utilizada para reforçar sua imagem como um líder escolhido para redimir a nação e restaurar uma “idade de ouro”. Além disso, o atentado sofrido por Bolsonaro durante a campanha foi instrumentalizado como um evento mítico, reforçando a narrativa de martírio e heroísmo, contribuindo para a espetacularização de sua figura.

Os estudos também destacam o papel das redes sociais, especialmente o Facebook e o Twitter, como plataformas para a disseminação dessas narrativas e para a construção de uma comunicação direta com os eleitores. Essa estratégia permitiu consolidação de uma base de apoiadores que passaram a vê-lo como uma figura quase religiosa, um “mito” acima do bem e do mal, capaz de conduzir o país ao futuro idealizado.

Além disso, as pesquisas apontam para o uso de desinformação e teorias da conspiração, como a fraude eleitoral, para deslegitimar todo o sistema político e fortalecer a narrativa de que Bolsonaro era o único candidato capaz de salvar o país. A combinação desses elementos — mitologias políticas, estratégias de comunicação digital, desinformação e espetacularização — foi decisiva para a vitória de Bolsonaro e para o fortalecimento da extrema-direita no cenário político brasileiro.

4. PATRIOTAS NO INSTAGRAM

Em 2 de novembro de 2022, três dias depois do resultado das eleições, Bolsonaro publicou a seguinte mensagem em suas redes sociais:

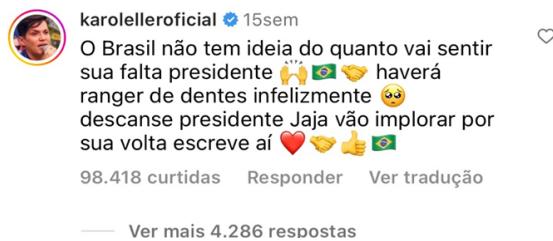
Brasileiros que estão protestando por todo o Brasil, sei que vocês tão chateados, tão tristes, esperavam outra coisa, eu também estou tão chateado, tão triste quanto você. Mas temos que ter a cabeça no lugar. Os protestos, as manifestações são muito bem-vindas, fazem parte do jogo democrático e ao longo dos anos muito disso foi feito pelo Brasil, na Esplanada, Copacabana, Paulista, tantos e tantos outros lugares. Ou até algo que não é legal, o fechamento de rodovias pelo Brasil prejudica o direito de ir e vir das pessoas, tá lá na nossa Constituição, e nós sempre tivemos dentro dessas 4 linhas, então tem que respeitar o direito de outras pessoas que estão se movimentando, além de prejuízo a nossa economia, sei que a economia tem sua importância, você talvez tá dando mais importância a outras coisas agora, é legítimo, eu quero fazer um apelo a você, desobstrua as rodovias, isso daí não faz parte, no meu entender, dessas manifestações legítimas, não vamos perder, nós aqui, essa nossa legitimidade, outras manifestações que estão fazendo pelo

Brasil todo, em praças, faz parte, repito, do jogo democrático, fiquem a vontade! E deixo claro, vocês tão se manifestando espontaneamente, colocamos nossa polícia rodoviária federal desde o primeiro momento para desobstruir as rodovias pelo Brasil e eles tem feito um trabalho de tentar desobstruir, mas são muitos pontos e as dificuldades são enormes. Prejuízo todo mundo está tendo com essas rodovias fechadas. O apelo que eu faço a você: desobstrua as rodovias, proteste de outra forma, em outros locais, que isso é muito bem-vindo, faz parte da nossa democracia. Por favor, não pensem mal de mim! Eu quero o bem de vocês! Ao longo desse tempo todo, à frente da Presidência, colaborei para ressurgir o sentimento patriótico, o amor à pátria, as nossas cores verde e amarela, defesa da família, a defesa da liberdade, não vamos jogar isso fora, vamos fazer o que tem que ser feito, estou com vocês! E tenho certeza que vocês estão comigo! O pedido é rodovias, vamos desobstrui-la para o bem da nossa nação e para que nós possamos continuar lutando por democracia e por liberdade. Muito obrigado a todos vocês! Deus abençoe o nosso Brasil! (Bolsonaro, 2022).

O vídeo enquadra Bolsonaro sentado, com expressão tensa e preocupada, vestindo uma camiseta azul marinho, com um relógio de modelo tradicional. O vídeo sugere a ideia de que Bolsonaro coloca os interesses da nação em primeiro plano. A legenda do vídeo é “– Presidente Jair Bolsonaro pede a manifestantes que desobstruam as rodovias.” Até o fechamento desta pesquisa, em 22 de fevereiro de 2023, o post contava com 48.357.150 reproduções, 6.235.259 curtidas e 583.859 comentários.

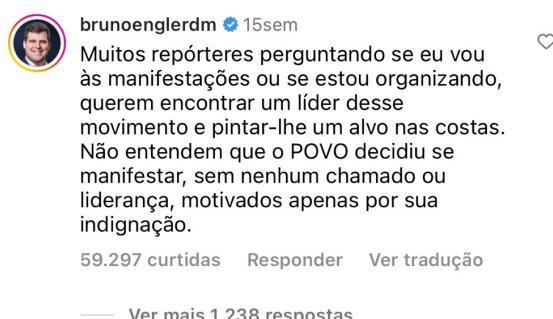
Na presente análise foram considerados os comentários com mais de mil curtidas.⁴ Observou-se que a maioria dessas interações foi feita por perfis verificados de contas com grande quantidade de seguidores. Os números totais das interações tornam esse corpus significativo, já que o conjunto dos comentários analisados somam 680.972 curtidas e 16.868 respostas – ou seja, 697.840 interações, número que torna a amostra suficiente para a realização desta pesquisa. Entre os comentários que geraram mais engajamento, os discursos giraram em torno da indignação e da manifestação de lealdade ao líder. Por exemplo:

⁴ Na nossa dissertação (BRAGA, 2023), os comentários foram registrados na íntegra. Neste artigo, serão selecionados alguns exemplos para dar espaço à análise.

Figura 1 – Print do comentário de @karolelleroficial

Fonte: Bolsonaro (Instagram)

A conta @brunoenglerdm afirma que “muitos repórteres” estavam em busca de um líder para as manifestações contra o resultado das eleições, mas o povo estaria agindo por “conta própria”, “sem nenhum chamado ou liderança”. Apesar de Bolsonaro não ter convocado diretamente as manifestações, ele jamais deixou de insinuá-la, o que, na prática, encorajava as manifestações. Na verdade, esse chamado foi realizado consistentemente durante todo o mandato, com particular ênfase no dia 7 de setembro de 2021. Bolsonaro alardeava uma suposta fraude nas urnas e alimentou teorias da conspiração entre seu eleitorado. Ele disse que só sairia da presidência “preso ou morto” e exaltava a “desobediência à Justiça” (As Ameaças [...], 2021). Com isso, seu público já estava predisposto a agir no caso de uma derrota eleitoral. Portanto, a manipulação desses mitos políticos foi sistemática. Para Girardet (1987), esse papel mobilizador é justamente exercido por meio do apelo profético do mito político.

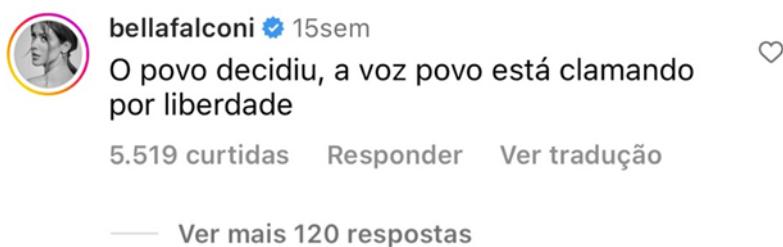
Figura 2 – Print do comentário de @brunoenglerdm

Fonte: Bolsonaro (Instagram)

Nessa mesma direção, observou-se que a palavra “líder” apareceu com frequência nos comentários em referência ao papel de salvador atribuído a ele. Grande parte das

respostas transmitem a expectativa de que essa figura conduziria o povo ao caminho da liberdade – “você é o líder e pronto. Mito!”, “a voz do povo está clamando por liberdade”. O clamor e a esperança messiânica também aparecem de forma explícita em alguns comentários: “não desista do povo brasileiro”, “ouça a nação”, “a gente está confiando em você”, “não desaponte os seus eleitores”, “nossos sonhos estão mais vivos do que nunca”, “que sonho o senhor vir aqui dar a notícia de que o jogo virou”, “não vamos desistir”.

Figura 3 – Print do comentário de @bellafalconi



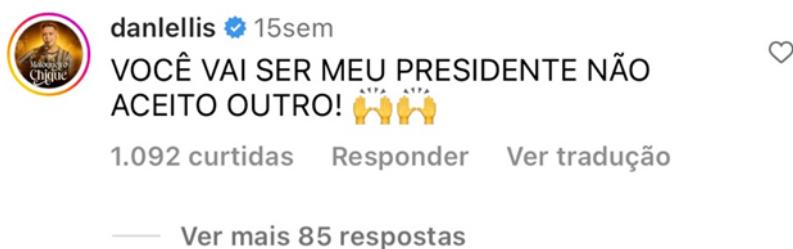
Fonte: Bolsonaro (Instagram)

Os comentários evocam um líder, um salvador para governar e instruir sobre os próximos passos a serem percorridos. Respostas como “nós te amamos”, “obrigada, presidente, por lutar com bravura pela nossa nação!”, “o Senhor jurou dar a vida pela pátria e pela nação brasileira” e a palavra “legado” evocam o mito do salvador, daquele que possui os atributos necessários para conduzir o país. Bolsonaro é retratado como o soldado valente que lutou pelo povo, que colocou os interesses da nação acima da sua própria integridade, como uma figura que seria capaz de dar a vida, se preciso fosse, pela sua nação.

O candidato derrotado é representado nos principais comentários como a “única esperança abaixo de Deus”. Sua figura é retratada como a do homem predestinado a cumprir a missão de salvar sua nação. Ele é o “presidente adorado”, o “melhor presidente”, é o salvador que “passou por tantas provações”, “apanhou mais do que qualquer um, foi esfaqueado e quase morreu”. A figura messiânica fica mais uma vez explícita nesse conjunto de comentários. Além disso, o imaginário de que Deus revelaria a verdade e que o mal não prosperaria também sugeriu a crença de que a derrota nas eleições havia sido uma interferência do mal e que apenas Deus poderia trazer justiça à essa situação. Para esses eleitores, não havia outra possibilidade: ele era a única pessoa capaz de exercer esse papel, era dele que o país precisava – “Você

vai ser meu presidente, não aceito outro!

Figura 4 – Print do comentário de @danlellis



Fonte: Bolsonaro (Instagram)

A ideia de que existia uma conspiração por trás do processo eleitoral é explorada em muitos comentários: “não há nada que esteja encoberto que não venha a ser revelado! Deus é Deus e o mal não prospera”, “não deixe que o crime e os chefes de facções assumam o poder”, “não caia no jogo do sistema”, “nossa bandeira nunca será vermelha”, “o bem sempre vence”, “fraude brava”, “marginais”, “políticos são podres e corruptos”, “gente do mal”, “falsos amigos”, “imprensa podre”, “molusco” – termos que reproduzem o clássico bestíario de conspirações malignas.

O comentário “Selva” da conta @depheliolopes alcançou mais de 17 mil curtidas. O termo foi recorrente em outros comentários e remete a uma saudação militar. No contexto analisado, “selva” foi popularizado como a palavra-chave que autorizaria os militares a iniciarem as ações contra o resultado das eleições. Os seguidores esperavam que Bolsonaro usasse essa palavra a qualquer momento em alguma manifestação oral ou escrita – live, vídeo, pronunciamento, post, comunicado, nota. O termo seria o gatilho para autorizar o início da “revolução”, quando a “fraude” seria constatada e o resultado das urnas seria revertido. O termo “selva” foi consolidado como um maldisfarçado código entre partidários de extrema-direita.

Outra narrativa presente nos comentários foi o mito da Unidade, expresso em declarações de seguidores sobre “o prazer e orgulho” de fazer parte de uma nação, ou sobre o amor por ser brasileiro – expressões que reforçam a sensação de pertencimento: “estamos juntos”, “estamos com você até o fim”, “estamos juntos com o senhor, capitão！”, “Rondônia está com você”, “o Brasil está contigo”, “jamais te abandonaremos”, “o gigante já acordou”, “ainda existem pessoas de bem no nosso país”.

Essa dinâmica também se encontra na profusão de emojis da bandeira do Brasil, imagem que pode ser interpretada de diferentes maneiras, dependendo do contexto.

De maneira geral, a bandeira é um símbolo patriótico e um apelo à identidade nacional. Contudo, quando instrumentalizada pela extrema-direita, a bandeira serve a um propósito de exclusão, pois os partidários se definem como os “verdadeiros” brasileiros, em contraposição aos outros que seriam inimigos internos. No caso analisado, as contas usaram a bandeira do Brasil em seus comentários também como uma forma de apoio às políticas nacionalistas e conservadoras de Bolsonaro.

Nesse caso, portanto, longe de expressar a diversidade, a bandeira nacional foi utilizada em uma perspectiva homogeneizadora, como prática de mobilização política para unir os apoiadores de Bolsonaro em torno de um símbolo comum, traduzindo dessa forma o mito da Unidade. Essas mitologias foram manipuladas de maneira seletiva para promover uma visão particular do que significa ser brasileiro, além de justificar crenças e ações políticas específicas.

Assim, verificamos que os usuários do Instagram manipularam as quatro constelações estabelecidas por Girardet (1987): a figura de um salvador aguardado, a noção de pertencimento, a ideia de uma conspiração e a expectativa de nostalgia em relação a uma época idealizada foram temas recorrentes nas respostas ao vídeo. Observando o contexto, os comentários analisados demonstraram ser a expressão de uma cultura paternalista e autoritária, pois dependente de uma figura personalista que os amedronta com inimigos imaginários ao mesmo tempo em que oferece proteção em troca de obediência e lealdade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa partiu do princípio de que mitologias políticas são manipuladas por lideranças para a construção de narrativas que mobilizam afetos e identidades coletivas, o que pode levar a uma polarização exacerbada e ao enfraquecimento de instituições democráticas. A análise confirmou que a narrativa do Salvador da Pátria é um tema presente na política brasileira contemporânea – pelo menos no âmbito das redes sociais. Longe de mencionar eventuais políticas públicas, os comentários representaram a figura de Bolsonaro como um herói predestinado a lutar e defender o povo contra as forças do mal. Em síntese, o mito apareceu como um dispositivo que consolidou um campo discursivo polarizado em torno de uma figura messiânica.

Mais do que um caso pontual, essa mitologia foi utilizada pela extrema-direita brasileira para fins de legitimação de poder. Ao manipular esses símbolos, Bolsonaro construiu uma imagem pública que mobilizou considerável número de eleitores, como demonstrado pela quantidade de votos conquistados em ambas as eleições. Apesar da derrota eleitoral em 2022, o candidato recebeu 58.206.354 votos – ou seja, mais do que os 57.797.847 que lhe garantiram a vitória em 2018. Esses números demonstram que essa figura política manteve grande parte de sua influência e capacidade de

fidelização.

No entanto, a derrota de 2022 revelou os limites dessa estratégia e indicou a importância da análise desses discursos. Naturalmente, diversos outros fatores objetivos contribuem na explicação desta eleição. Contudo, faz-se necessário continuar a investigação acerca das mitologias políticas presentes na cultura e na sociedade brasileira a fim de compreender como elas impactam o debate público, influenciam dinâmicas políticas e, em última instância, conduzem o rumo da nação.

REFERÊNCIAS

ANASTÁCIO DE PAULA, Claudio Paixão; ARAÚJO, Eliane Pawlowski Oliveira; SARAIVA, Priscila das Graças Perpétua. Comunicação, informação e imaginário no processo eleitoral brasileiro: o “Messias” Bolsonaro e o mito do rei pela graça de Deus. *Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação (Prisma.Com)*, Porto, Portugal, n. 41, p. 100-122, 2019. Disponível em: <http://193.137.34.195/index.php/prismacom/article/view/6442/6237>. Acesso em: 26 abr. 2022.

AS AMEAÇAS de Bolsonaro em discursos no 7 de setembro. *BBC News Brasil*, Rio de Janeiro, 7 set. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58479785>. Acesso em: 12 mar. 2023.

AZEVEDO JUNIOR, Aryovaldo de Castro; BIANCO, Erica Cristina Verderio. O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil. Rio de Janeiro: Revista EcoPós, Rio de Janeiro, RJ, v. 22, n. 2, 2019. Dossiê: Novas Faces do Poder. Disponível em: <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2019/10/26253-68685-1-PB.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2021.

BIANCO, Erica Cristina Verderio. *Mitos na política brasileira: a construção da identidade de marca de candidatos à presidência da república em 2018*. Curitiba: Acervo digital da UFPR, 2019. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/63108/R%20-%20D%20-%20ERICA%20CRISTINA%20VERDERIO%20BIANCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 abr. 2022.

BOLSONARO, Jair Messias. *Jair M. Bolsonaro*. Instagram: (@jairmessiasbolsonaro).

BRAGA, Thales Ernesto Cristino. “Você vai ser meu presidente. Não aceito outro”: análise dos mitos políticos nos comentários dos usuários do Instagram na manifestação de Bolsonaro após a eleição de 2022. 2023.77f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) –Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2023.

COLOMBO, Renan. Teorias da conspiração e fake news: o mito do Complô em boatos

das eleições brasileiras de 2018. In: SOUSA, Jorge Pedro (org.). *Jornalismo e Estudos Mediáticos – Memória IV*. Porto: Publicações Fundação Fernando Pessoa, 2021. p. 81-99. E-book.

DIAS, João Ferreira. O Messias já chegou e livrará “as pessoas de bem” dos corruptos: messianismo político e legitimação popular, os casos Bolsonaro e André Ventura. *Polis: Revista de Estudos Jurídico-Políticos*, v. 2, n. 2, jul./dez. 2020. DOI: 10.34628/p1bj-5611

DIAS, Lucia Moreira; FERNANDES, Carla Montuori. Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018: a construção do Mito Político. *Revista Educação, Cultura e Comunicação (ECOM)*, Lorena, SP, v. 11, n. 22, jul./dez. 2020. Disponível em: <http://www.publicacoes.fatea.br/index.php/ECCOM/article/view/1264/1127>. Acesso em: 16 jun. 2021.

FIGUEIREDO, Maria Eduarda Petek de; SILVA, Juremir Machado da. O uso do arquétipo do herói por Jair Bolsonaro na Campanha Presidencial de 2018 e sua influência no público eleitor. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 43., 2020. Anais eletrônicos [...]. São Paulo: Intercom; Salvador: Universidade Federal da Bahia (UFBA), 2020. Modalidade virtual. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1294-1.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.

FONSECA, André Azevedo da. *A construção do mito Mário Palmério: um estudo sobre a ascensão social e política do autor de Vila dos Confins*. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

FONSECA, André Azevedo da. A imagem nas mitologias políticas: heróis sagrados e vilões demoníacos na disputa pelo seu coração. In: VILELA, Bruno (org.). *Mundo, imagem, mundo: caderno de reflexões críticas sobre a fotografia*. 4. ed. Belo Horizonte: Malagueta Produções, 2018. p. 153-162.

FONSECA, André Azevedo da. A imaginação no poder: o teatro da política na encenação da legitimidade. *Contracampo*, Niterói, v. 1, n. 16, p. 167-182, jan. 2007. Disponível em: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/398>. Acesso em: 7 jan. 2023.

GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*. 3. ed. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOMES, Wilson. *As transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus, 2004.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

PEREIRA, Matheus Ribeiro. *Storytelling como ferramenta de discurso no Twitter: uma análise da campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018*. São Paulo: Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), 2021. Disponível em: <https://tede2.espm.br/bitstream/tede/543/2/PEREIRA%2c%20Matheus%20Ribeiro.%20Storytelling%20como%20ferramenta%20de%20discurso%20no%20Twitter.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. Rio de Janeiro: Difel, 1978. SILVA, Wagner Alexandre. **A performance midiática de Jair Bolsonaro:** o retorno do eterno mito do salvador da pátria. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 13., 2021, São Paulo, SP. Anais [...]. São Paulo: ABCiber, 2021. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber13/paper/view/1339/729>. Acesso em: 26 abr. 2022.