



UNIVERSIDADE  
ESTADUAL DE LONDRINA

---

THALES ERNESTO CRISTINO BRAGA

**“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**

---

Londrina  
2023

THALES ERNESTO CRISTINO BRAGA

**“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**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Estadual de Londrina – UEL, como  
requisito parcial para a obtenção do título de  
Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. André Azevedo da Fonseca

Londrina  
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

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 / Thales Ernesto Cristino Braga. - Londrina, 2023.

77 f. : il.

Orientador: André Azevedo da Fonseca.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2023.

Inclui bibliografia.

1. comunicação - Tese. 2. mitologia política - Tese. 3. campanha eleitoral - Tese. 4. Jair Messias Bolsonaro - Tese. I. Fonseca, André Azevedo da. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III. Título.

CDU 316.77

THALES ERNESTO CRISTINO BRAGA

**“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**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Estadual de  
Londrina – UEL, como requisito parcial para a  
obtenção do título de Mestre em  
Comunicação.

---

Prof. Orientador André Azevedo da Fonseca  
Universidade Estadual de Londrina – UEL

---

Prof. Alberto Carlos Augusto Klein  
Universidade Estadual de Londrina – UEL

---

Prof<sup>a</sup>. Cláudia Malheiros Munhoz  
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Londrina, 14 de abril de 2023.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador, Professor André Azevedo da Fonseca, que me acompanhou nesta trajetória com tanto profissionalismo, motivação, dedicação e paciência, o admiro antes mesmo dos nossos encontros acadêmicos, desde que encontrei seu canal no Youtube e ouvi “Ninguém fica doido de tanto estudar!”. Sempre muito propositivo, questionador, positivo e acessível, por várias vezes, foi o que me incentivou a continuar.

Aos meus professores do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, professores Alberto Carlos Augusto Klein, Manoel Dourado Bastos, Rodolfo Rorato Londero, Rozinaldo Antonio Miani, professoras Márcia Neme Buzalaf, Mônica Panis Kaseker, Rosane Fonseca de Freitas Martins, que tanto contribuíram para que eu me encontrasse e crescesse acadêmica e profissionalmente.

À minha mama Silvana Aparecida Pessotti Cristino, que tanto me ama e faz questão de demonstrar esse sentimento tão puro e verdadeiro todos os dias, sou grato e feliz por você acreditar em mim até quando eu mesmo duvido, você é luz que me guia.

À minha psicóloga Rafaela Vieira, que me conduziu com tanta sabedoria, cuidado e carinho nos momentos mais questionadores e inquietantes. Grande parte deste processo, devo a força e a flexibilidade que desenvolvemos juntos.

Ao Marcelo de Souza Campos, aquele que mais ouviu falar de mitos, mitologia, política, Bolsonaro e uma infinidade de outras digressões diárias, vezes com muito interesse e curiosidade e vezes apenas para me apoiar e ser os ouvidos que eu precisava para me articular. Obrigado por tanto sempre!

Aos meus amigos tão especiais, que me incentivaram a seguir e discutiram incansavelmente comigo. Quando precisei de contestadores, vocês me interrogaram, quando precisei de aliados, vocês me fortaleceram. Esta etapa não teria sido a mesma sem vocês.

A Deus, que é tão bom comigo o tempo todo!

*“O mundo faz muito menos sentido do que  
você pensa. A coerência deriva principalmente  
do modo como sua mente funciona.”*

***Daniel Kahneman***

## RESUMO

BRAGA, Thales Ernesto Cristino. **“Você será 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. 77. Trabalho de Conclusão de Curso de Mestrado em Comunicação – Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2023.

Em 2018, Bolsonaro manipulou mitologias políticas para firmar sua imagem pública e venceu as eleições. Em 2022, seguiu o mesmo viés, perdeu a disputa e não reconheceu a derrota. Após 3 dias de silêncio, divulgou um vídeo cheio de entrelinhas. O objetivo desta pesquisa é analisar, sob a perspectiva dos mitos políticos, os comentários dos usuários em sua primeira manifestação no Instagram após o revés. O método empregado foi a análise documental. Concluiu-se que o mito do salvador foi uma das narrativas utilizadas com mais frequência, uma vez que evocou a figura de um líder providencial capaz de combater as conspirações que ele mesmo fabulava sobre a situação política do país.

**Palavras-chave:** comunicação; mito; mitologia política; campanha eleitoral; Jair Messias Bolsonaro.

## RESUMEN

BRAGA, Thales Ernesto Cristino. **“Serás mi presidente. No acepto otro”**: análisis de los mitos políticos em los comentarios de los usuarios de Instagram sobre la manifestación de Bolsonaro tras las elecciones de 2022. 2023. 77. Trabalho de Conclusão de Curso de Mestrado em Comunicação – Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2023.

En 2018, Bolsonaro manipuló mitologías políticas para establecer su imagen pública y ganó las elecciones. En 2022 siguió el mismo sesgo, perdió la disputa y no reconoció la derrota. Después de 3 días de silencio, lanzó un video lleno de subtexto. El objetivo de esta investigación es analizar, desde la perspectiva de los mitos políticos, los comentarios de los usuarios en su primera manifestación en Instagram tras el revés. El método utilizado fue el análisis de documentos. Se concluyó que el mito del salvador fue una de las narrativas más utilizadas, ya que evocaba con intensidad la figura de un líder providencial capaz de combatir las conspiraciones que él mismo urdía sobre la situación política del país.

**Contraseñas:** comunicación; mito; mitología política; campaña electoral; Jair Messias Bolsonaro.

## ABSTRACT

BRAGA, Thales Ernesto Cristino. **“You will be my president. I do not accept another”**: analysis of political myths in Instagram users’ comments on Bolsonaro’s demonstration after the 2022 election. 2023. 77. Trabalho de Conclusão de Curso de Mestrado em Comunicação – Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2023.

In 2018, Bolsonaro manipulated political mythologies to establish his public image and won the elections. In 2022, it followed the same bias, lost the dispute and did not recognize defeat. After 3 days of silence, he released a video full of subtext. The objective of this research is to analyze, from the perspective of political myths, the comments of users in their first demonstration on Instagram after the setback. The method used was document analysis. It was concluded that the myth of the savior was one of the most frequently used narratives, since it evoked with intensity the figure of a providential leader capable of combating the conspiracies that he himself conjured up about the country’s political situation.

**Key-words:** communication; myth; political mythology; election campaign; Jair Messias Bolsonaro.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Peça publicitária “Um novo Brasil está nascendo!” .....	37
<b>Figura 2</b> – Peça publicitária “Muda Brasil de verdade” .....	42
<b>Figura 3</b> – Peça publicitária “Meu partido é o Brasil” .....	42
<b>Figura 4</b> – Print do comentário de @karolelloficial .....	62
<b>Figura 5</b> – Print do comentário de @brunoenglerdm .....	63
<b>Figura 6</b> – Print do comentário de @bellafalconi .....	64
<b>Figura 7</b> – Print do comentário de @danlellis.....	65
<b>Figura 8</b> – Print de comentários com <i>emojis</i> da bandeira do Brasil .....	68

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAJI	Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
CIGS	Centro de Instrução de Guerra na Selva
etc.	<i>et coetera</i>
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
LGBTQIAPN+	Lésbica, Gay, Bissexual, Transgênera, Travesti e Transexual, Queer, Intersexual, Assexual, Arromântica e Agênera, Pansexual e Polisssexual, Não-binária e mais expressões de gênero e sexualidade
MG	Minas Gerais
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
OMS	Organização Mundial da Saúde
p.	página
PL	Partido Liberal
pp.	páginas
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
RSF	Repórteres sem Fronteira
STF	Superior Tribunal Federal

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>1</b>	<b>CONCEITOS SOBRE MITOLOGIA POLÍTICA .....</b>	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>AS MITOLOGIAS POLÍTICAS EM TORNO DE BOLSONARO .....</b>	<b>30</b>
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS DO INSTAGRAM ....</b>	<b>54</b>
<b>4</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>72</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>75</b>

## INTRODUÇÃO

*“Não há moral na política; apenas conveniência. Um canalha pode ser útil apenas por ser um canalha.” Vladimir Lênin*

Em 2018, após uma campanha eleitoral permeada por polêmicas e escândalos, Jair Messias Bolsonaro, filiado ao Partido Social Liberal (PSL), foi eleito com 55,13% (57.797.847 votos) quando derrotou Fernando Haddad, filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT), no segundo turno das eleições. Após um governo cheio de instabilidades e depois de algum suspense e certa resistência, Bolsonaro lançou sua candidatura à reeleição em 2022. A campanha manteve as características da primeira: adoração ao Deus cristão, exaltação à Pátria e valorização da família tradicional. Contudo, apesar da campanha permanente, Bolsonaro recebeu 58.206.354 votos (49,10% do total) e foi derrotado por Lula (PT), que recebeu 60.345.99 votos (50,90% do total).

Depois da divulgação oficial do resultado da disputa presidencial, Bolsonaro permaneceu vários dias em silêncio: não se pronunciou oficialmente e não postou nada em suas redes sociais, demonstrando não ter aceitado o resultado das eleições. Em nenhum momento ele reconheceu publicamente a vitória de seu adversário. Do ponto de vista político, o comum é que o derrotado manifeste-se perante o vitorioso, essa é uma praxe desde a redemocratização e também acontece em outros lugares do mundo. Do ponto de vista jurídico, o candidato que perdeu é obrigado a aceitar o resultado das eleições a não ser que ele tenha provas de falha ou fraude no processo eleitoral. Inclusive, o não reconhecimento do resultado pode configurar a prática de crime de responsabilidade (COELHO, 2022).

A derrota de Bolsonaro foi um evento político significativo que gerou uma série de reações e debates nas redes sociais. De um lado, seus apoiadores demonstraram frustração e revolta, acusando o sistema eleitoral de fraude e defendendo a permanência dele no poder. Do outro, opositores comemoraram a vitória de Lula, esperando mudanças políticas significativas no país. 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 todas as 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). Essa

publicação provocou muitas reações dos usuários nas respectivas plataformas. Assim, o conjunto dessas interações se tornou uma fonte interessante para investigar aspectos do 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 em resposta à sua primeira publicação após a derrota eleitoral. Para isso, empregou-se o método da análise documental. Esse método permitiu a identificação dos documentos para a obtenção de dados, assim como a investigação do teor do conteúdo do material selecionado, empregando informações prévias para guiar a consulta das bases documentais determinadas, o que representou uma forma de diálogo entre pesquisador e material pesquisado (MOREIRA, 2005, p. 274). A análise do objeto foi feita a partir de pesquisa bibliográfica para a contextualização do problema, assim como de uma revisão de literatura sobre o ponto específico da pesquisa.

A caracterização e descrição dos documentos somaram-se às anotações e comentários pessoais do pesquisador. Esse tipo de análise, 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 comentários analisados 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 entrega e alcance. A quantidade de mil curtidas foi estabelecida em observância aos outros números da publicação – 48.357.150 reproduções, 6.235.259 curtidas e 583.859 comentários, 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 dissertação, a palavra “mito” contemplou duas acepções: a primeira, em uma concepção mais atual do termo, é aquela que se popularizou principalmente nas redes sociais e faz referência às pessoas que obtiveram grande êxito por meio de suas declarações e publicações – discursos, posicionamentos, fotos, vídeos, entrevistas, comentários. Pessoas que chamaram a atenção por serem engraçadas, polêmicas, subversivas e até contraditórias. Com isso, conquistaram adeptos e muitas interações em forma de apoio – seguidores,

curtidas, compartilhamentos, respostas, comentários e reações.

O segundo conceito remete aos aspectos religiosos, supersticiosos e mitológicos atribuídos a seres ou figuras que protagonizaram relatos fantásticos de tradição oral e/ou escrita, encarnaram forças da natureza e os aspectos gerais da condição humana. É nesse sentido que Girardet (1987) pontua que o mito político é fabulação, deformação ou interpretação objetivamente recusável do real. Para o autor, o mito exerce uma função explicativa quando fornece instrumentos para a compreensão do presente, o que se desdobra em um papel mobilizador por tudo que veicula de dinamismo profético.

Esta pesquisa 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 nas redes sociais.

Para uma compreensão mais ampla do imaginário político no contexto analisado, o capítulo “Conceitos sobre mitologia política” percorre as principais teorias que abordaram o tema. Após 4 anos de mandato como Presidente da República, a construção mitológica da imagem pública de Bolsonaro fez com que seus eleitores manipulassem símbolos e legitimassem muitos dos 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 aos seus discursos e manifestações aspectos doutrinários.

Entender a construção da imagem dos líderes políticos nas mitologias contemporâneas é essencial nos momentos de crises, uma vez que a superação delas passa pela compreensão dos discursos que atribuem sentido a esses períodos de instabilidade e insegurança. Exemplo disso, foi quando os “cidadãos de bem”<sup>1</sup> organizaram um motim com a intenção de determinar o inimigo comum no plano simbólico – personificado sobretudo no PT e na figura de Lula, seus ministros, afiliados

---

<sup>1</sup> Expressão autoatribuída aos eleitores de Bolsonaro e quer dizer que eles defendem os valores e a família tradicional, sobretudo os ideais defendidos pelo bolsonarismo: Deus, Pátria, Família e Liberdade.

e simpatizantes; dar voz aos silêncios de Bolsonaro e lutar com esperança por dias melhores, o que resultou em uma onda de ataques violentos praticados pelo próprio povo em 08 de janeiro de 2023.

No capítulo “As mitologias políticas em torno de Bolsonaro” efetuou-se um exame de um conjunto de dez produções acadêmicas acerca do tema central, oportunidade em que se estabeleceu o estado da arte da pesquisa neste campo específico. O capítulo acompanhou a relação entre as manifestações de mitologia política e as eleições presidenciais brasileiras de 2018. Percorreu-se os caminhos de adversidades trilhados por Bolsonaro e analisou-se de que forma ele se apropriou da construção de sua imagem pública para acessar o imaginário social e espetacularizar sua figura.

Os autores estudados concordaram em dizer que Bolsonaro se utilizou dos mitos políticos de forma consciente e intensa para fidelizar seus eleitores. Os artigos também identificaram o fortalecimento e os mecanismos de atuação dos grupos de direita e de extrema-direita no Brasil, bem como os aspectos que favoreceram o protagonismo de Jair Messias Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018.

Além de valorizar sua imagem, a narrativa dele se baseou em convencer a população de que o Brasil estava sendo governado por “bandidos”, “corruptos”, e que a nação precisava extirpá-los para voltar a crescer e reconquistar a liberdade que estava sendo perdida. A facada sofrida às vésperas da eleição de 2018 também reforçou a narrativa de que ele era um mártir perseguido por seus inimigos e intensificou a ideia de que ele deveria ser o salvador escolhido para resgatar a nação da esquerda subversiva. Poucas semanas depois, venceu o pleito popular.

Bolsonaro também construiu sua imagem baseada na força, coragem, sabedoria e autoridade, elementos que se somam à mitologia do Salvador da Pátria, seus discursos enfatizaram a família, a religiosidade e o combate à violência, ao mesmo tempo que deturparam a compreensão dos direitos das minorias e reduziram direitos sociais.

A mitologia política tem sido um tema de estudos há décadas. Teóricos como Girardet (1987) exploraram as narrativas simbólicas e mitológicas utilizadas na política com o objetivo de transmitir ideias e influenciar a opinião pública. Nesse contexto, a análise de comentários nas redes sociais tornou-se uma ferramenta importante para compreender como essas mitologias foram recebidas e difundidas

pelos usuários nas interações feitas nas publicações.

Por isso, no último capítulo deste trabalho, “Análise dos comentários dos usuários do Instagram”, averiguou-se as principais interações feitas em resposta a primeira publicação de Bolsonaro em sua conta oficial do Instagram após perder as eleições de 2022 para Lula, sob a perspectiva da mitologia política. A partir dessa análise, identificou-se quais mitologias políticas foram manipuladas, sendo que o mito do Salvador da Pátria apareceu com mais frequência.

O mito do Salvador da Pátria é uma narrativa política que tem sido utilizada por líderes em diversos países e épocas a fim de reforçar a ideia de que um indivíduo carismático e forte é capaz de salvar o país de suas crises e problemas. Contudo, a utilização dessa estratégia recebe críticas uma vez que sua natureza autoritária e antidemocrática pressupõe que uma única pessoa detém os atributos e características necessárias para resolver todos os problemas da nação.

Dessa forma, a análise dos comentários permitiu identificar que os usuários do Instagram utilizaram as mitologias políticas para expressarem seus posicionamentos e influenciarem a opinião pública, sobretudo enquanto manipularam o mito do Salvador da Pátria, sugerindo que muitas pessoas esperavam que Bolsonaro pudesse salvar o país dos seus problemas, mesmo após ter perdido a eleição. A análise contribuiu para uma compreensão mais ampla das dinâmicas políticas contemporâneas.

## 1 CONCEITOS SOBRE MITOLOGIA POLÍTICA

*“O Messias sofre, mas triunfa!” (Salmos 22)*

Os imaginários políticos são um campo de estudo explorado por Baczko (1985); Eliade (1972) e Girardet (1987). A fim de elucidar o questionamento primordial, inicia-se dizendo que “mitos são verdadeiros no sentido em que expressam movimentos autênticos de camadas profundas da consciência humana” (FONSECA, 2018, p. 156). Uma variedade de imagens de deuses, demônios, heróis, monstros e outras criaturas fabulosas são interpretadas como representações da dinâmica entre os símbolos naturais produzidos pelo inconsciente e pelas narrativas que circulam nas superstições, lendas, fábulas e mitologias propagadas na história pela tradição oral e depois pela cultura das mídias (FONSECA, 2018, p. 156).

Os mitos legitimam práticas sociais e fortalecem tradições ao associá-las à crença de uma verdade superior originada nos tempos primordiais, ou seja, possuem papel essencial no controle social e nas condições fundamentais que possibilitam o convívio social (FONSECA, 2018, p. 158).

Baczko (1985, p. 1) argumenta que os atores políticos são julgados pela imaginação política e social que lhes é atribuída ou recusada, e não apenas pelas suas competências. Há funções múltiplas e complexas do imaginário na vida coletiva, principalmente no que se refere ao exercício do poder político, que é rodeado de representações coletivas. Portanto, o domínio do imaginário e do simbólico é um importante lugar estratégico.

O autor aponta a relação intrínseca entre poder e imaginário apropriando-se de Maquiavel, uma vez que o príncipe rodeia-se “do seu próprio prestígio e manipulando habilmente toda a espécie de ilusões (símbolos, festas, etc), pode desviar em seu proveito as crenças religiosas e impor aos seus súbditos o dispositivo simbólico de que retira o prestígio da sua própria imagem” Baczko (1985, p. 06).

No campo social, as produções imaginárias, principalmente os mitos, são respostas da sociedade aos seus desequilíbrios, tensões das estruturas sociais e ameaças de violência. Baczko (1985, p. 13) aponta que os poderes que garantem o domínio da produção e manipulação desses imaginários sociais conseguem apropriar-se “de uma arma tanto mais temível quanto mais sofisticada. É difícil sobrestimar as

possibilidades que se abrem [...]”.

A terminologia das palavras “imaginação” e “imaginário” evoca uma atividade imaginativa em direção ao social (produção de representações de ordem social, dos atores sociais e suas relações recíprocas – hierarquia, dominação, obediência, conflito, etc) e as instituições sociais, principalmente as relacionadas ao poder. A imaginação social é um aspecto da vida social e é por meio dela que a coletividade determina sua identidade, constitui a representação de si, distribui os papéis e as posições sociais, “exprime e impõe crenças comuns; constrói uma espécie de código de ‘bom comportamento’, designadamente através da instalação de modelos formadores tais como o do ‘chefe’, o ‘bom súbdito’, o ‘guerreiro corajoso’, etc”, o que ainda significa “formar as imagens dos inimigos e dos amigos, rivais e aliados, etc” (BACZKO, 1985, p. 14).

O imaginário social também se constitui em uma ferramenta de controle da vida coletiva e, sobretudo, do exercício da autoridade: é nela que se encontra a legitimação do poder. Sendo assim, qualquer instituição social é parte de um universo simbólico que a legitima. O autor ainda reafirma que “época de crise de um poder [...] intensifica a produção de imaginários sociais concorrentes e antagonistas, e em que as representações de uma nova legitimidade e de um futuro diferente proliferam e ganham difusão e agressividade” (BACZKO, 1985, p. 15).

O imaginário social também é uma força mobilizadora, já que constitui um apelo a ação, um pedido para se comportar de determinada maneira e essas atitudes modelam comportamentos. Na prática, em casos de necessidade, essa mobilização leva os indivíduos para uma ação comum, muitas vezes encarada como a única possível a ser adotada e praticamente enxergada como uma imposição do destino (BACZKO, 1985, p. 16). Vale ainda destacar que “a propaganda consegue fazer subir as angústias e esperanças colectivas, levando-as a histeria”, bem como, “projecta constantemente, sobre o chefe, os imaginários que se confundem na representação global do salvador supremo, instrumento eleito pela Nação e a História, etc (BACZKO, 1985, p. 19).

Baczko pontua que:

Os imaginários sociais intervêm continuamente ao longo dos motins e a diversos níveis. As suas funções são múltiplas: designar o inimigo no plano simbólico; mobilizar as energias e representar as solidariedades; cristalizar e ampliar os temores e esperanças difusos. Todos convergem para a legitimação da violência popular. [...] Quanto

ao motim propriamente dito, começa com o rebate dos sinos, cujo toque alarmante é, ao mesmo tempo, meio de informação, convocação e mobilização. O toque a rebate simboliza, por um lado, a solidariedade da comunidade e, por outro, identifica a situação como a de um perigo extremo. [sic] (BACZKO, 1985, p. 21)

O autor exemplifica os imaginários por meio da análise do grande terror estalinista, onde “Os jornais, a rádio, os comícios, apelavam para a ‘purificação do país’, ao mesmo tempo que anunciavam a realização sempre vitoriosa dos objectivos do plano, glorificando as proezas heróicas dos stakhanovistas [...] e elogiando o Exército” (BACZKO, 1985, p. 34). Esse sistema de imaginários sociais culminou na construção do carisma do grande chefe, consolidando sua imagem de grande guia, protetor e salvador, um líder dotado de qualidade e poderes sobre humanos, encarnando o mito.

O mito é um fenômeno plural, de natureza multifacetada e manifestações multiformes, “é uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares” (ELIADE, 1972, p. 9). Caracteriza-se, em essência, por ser uma estrutura complexa e paradoxal de pensamento, já que é organizada de forma lógica, mas não plenamente racional, enquanto é dotada de alta carga de elementos emocionais e instintivos.

Eliade (1972, p. 127) demonstrou que alguns aspectos e funções do pensamento mítico são constituintes do ser humano. A constante busca pelo “retorno às origens” parece ser uma empreitada carregada de um prestígio quase mágico, o que incita uma verdadeira paixão pela história nacional e transforma-se em um instrumento de propaganda e luta política. Essa paixão pela “origem nobre”, por exemplo, explica a construção do mito ariano como modelo a ser seguido para a suposta “recuperação da ‘pureza’ racial, da força física, da nobreza, da moral heróica, do ‘princípio’ glorioso e criador” (ELIADE, 1972, p. 129).

Os super-heróis, personagens fantásticos originalmente veiculados em histórias de quadrinhos, encarnam o ideal de grande parte da sociedade e constituem-se como uma versão moderna dos heróis mitológicos ou folclóricos, “[...] o leitor assiste à luta exemplar entre o Bem e o Mal, entre o herói [...] e o criminoso” (ELIADE, 1972, p. 130).

Recorrendo aos salões de automóveis, Eliade (1972) reconhece um comportamento litúrgico, uma manifestação religiosa ritualizada entre os adeptos

“adoradores” de automóveis que aguardam com ansiedade os novos modelos. Com isso, ele demonstra a existência desses “mitos da elite”, ainda muito presentes na sociedade atual.

Mais adiante, o autor analisa as concepções de narrativa épica e romance e defende que, em ambos os casos, trata-se de contar uma história significativa, de relatar uma série de eventos dramáticos ocorridos em um passado mais ou menos fabuloso, o que demonstra a sobrevivência literária dos grande temas e dos personagens mitológicos. “Isso se verifica sobretudo em relação ao tema iniciatório, o tema das provas do Herói-Redentor e seus combates contra os monstros, [...]” (ELIADE, 1972, p. 133).

O autor conclui dizendo que é difícil encontrar um ser humano que não se fascine pela narração de eventos significativos e por personagens que refletem a realidade histórica e psicológica dos membros de uma sociedade moderna e dispõem do poder mágico de uma criação imaginária. “Enquanto subsistir esse anseio, pode-se dizer que o homem moderno ainda conserva pelo menos alguns resíduos de um ‘comportamento mitológico’”, que se revela “no desejo de reencontrar a intensidade com que se viveu, ou conheceu, uma coisa pela primeira vez; de recuperar o passado longínquo, a época beatífica do ‘princípio’” (ELIADE, 1972, p. 134).

Girardet (1987) compreende a mitologia a partir de três correntes teóricas principais: a antropológica, a semiótica e a soreliana. O autor destacou o modo como se articulam os aspectos psíquicos e sociais inerentes ao mito político e pontuou que o mito também é potência mobilizadora. Ademais, o fator determinante para a ocorrência do fenômeno mitológico não é a consciência ideológica, mas o contexto de instabilidade social. Ele considera que o elemento propulsor é a existência de uma percepção coletiva de recusa. “O essencial está no fato de que a efervescência mítica começa a desenvolver-se a partir do momento em que se opera na consciência coletiva o que se pode considerar como um fenômeno de não-identificação” (GIRARDET, 1987, p. 181).

Nesse sentido, o autor empreendeu a tarefa de agrupamento e categorização dos mitos, buscando compreender em que categoria cada manifestação mítica se encaixaria, com vistas a destacar as correlações e similaridades existentes entre elas. É do resultado desse trabalho que Girardet (1987) traça quatro constelações mitológicas manipuladas em mitologias políticas: Conspiração, Salvador, Idade de Ouro e Unidade. O autor argumenta que os líderes

políticos constroem narrativas e utilizam essas mitologias para validar suas ações e legitimar seu poder. Essa estratégia também pode ser utilizada para criar conexões entre grupos sociais e estimular uma sensação de identidade coletiva. Mitologias políticas são desenvolvidas e fixadas por meio de símbolos, rituais e narrativas que têm a capacidade de influenciar significativamente a percepção e a ação política.

Símbolos são frequentemente utilizados para evocar emoções e sentimentos de pertencimento, heroicidade e sacrifício, além de associar ideologias ou lideranças com determinadas narrativas ou tradições. Bandeiras, hinos nacionais, monumentos e imagens de líderes são exemplos comuns de simbologias políticas empregadas em eventos e aparições públicas a fim de criar uma sensação de unidade e solidariedade entre os cidadãos.

Não obstante, os símbolos políticos podem servir para excluir ou marginalizar determinados grupos e criar um inimigo interno ou externo para unir ou confrontar as pessoas. A marginalização de grupos é uma técnica utilizada nas mitologias políticas 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 políticas. Os “inimigos internos” são frequentemente apresentados como uma ameaça à segurança, estabilidade ou ao modo de vida dos grupos ideologicamente dominantes e, por essa razão, torna-se necessário agir contra eles.

Girardet (1987) discute a ideia de “conspiração” ou “complô” como uma das estratégias de construção de imagens e narrativas carregadas de mitologia política. As teorias da conspiração propagam narrativas conspiracionistas que são descritas como organizações secretas, que atuam de modo análogo a seitas, que desenvolvem sigilosamente planos de tomada de poder e o estabelecimento de um regime político e social hegemônico (GIRARDET, 1987, p. 34). São utilizadas para explicar eventos complexos, incertos e baseiam-se na ideia de que grupos pequenos estão manipulando acontecimentos a fim de alcançarem um objetivo maligno. Além disso, o complô pode justificar ações extremistas ou violentas contra os supostos conspiradores.

O autor argumenta que as teorias da conspiração são frequentemente baseadas em informações falsas ou distorcidas e que elas podem ter consequências graves para a sociedade, como o aumento da desconfiança e da desunião, diminuição do diálogo e do entendimento entre grupos diferentes e o aumento da intolerância e da violência. O homem do complô é “Aquele que fez das trevas seu reino, aquele que

se apodera das crianças na noite, que carrega consigo o veneno e a corrupção [...] Chegando a esse grau de intensidade no horror, [...]: a do Maligno, do Espírito perverso, de Satã invisível e onipresente” (GIRARDET, 1987, p. 47).

Esse mito mobilizador tem exercido papel primordial em algumas das principais confrontações vividas há dois séculos pelas sociedades do Ocidente contemporâneo. A acusação do complô não parou de ser utilizada pelo poder estabelecido para se livrar de seus suspeitos ou de seus opositores, para legitimar seu poderio, suas atitudes e camuflar falhas e fracassos. “O mito existe independentemente de seus usuários eventuais; impõe-se a eles bem mais do que eles contribuem para a sua elaboração” (GIRARDET, 1987, p. 51).

O mito do complô evoca “os velhos terrores infantis e sua persistência tenaz através dos pesadelos da idade adulta: [...] medo de ser entregue a mãos desconhecidas, de ser roubado, vendido ou abandonado; [...], de tudo o que tritura, despedaça e devora” (GIRARDET, 1987, p. 57). Esses elementos desencadeiam o pavor na sociedade de ser saqueada, destruída e abandonada nas mãos daqueles que acabariam com a liberdade conquistada.

O político e o sagrado vêm, assim, unir-se e, em certa medida, confundir-se. No segundo plano da mitologia do Complô revela-se sempre, no final das contas, a visão de uma Ordem no sentido religioso do termo, unitária, conquistadora, instrumento necessário ao êxito de um grande empreendimento, que compromete e transcende o destino de cada um. (GIRARDET, 1987, p. 62)

Girardet (1987) explica a presença de mais um mito, o salvador, que designa um processo de aplicação de atributos de heroísmo a figuras políticas ordinárias, configurando-se, portanto, em um fenômeno análogo ao do messianismo. A ideia dessa mitologia política é fabular um redentor, comumente apresentado como uma pessoa que virá para resolver os problemas da sociedade e frequentemente é associada a um líder ou movimento político. Essa figura é construída por meio da narrativa de “herói” ou “messias”, criada por meio de discursos, propagandas e outras formas de comunicação política e associada a ideias de redenção, renovação e transformação.

No entanto, a figura do salvador pode ser perigosa, uma vez que tende a justificar ações autoritárias ou extremistas e segregações sociais àqueles que não se alinham ao líder ou ao seu movimento. “Salvador à frente do poder, de um Herói que capta em torno dele todos os fervores da esperança coletiva” Girardet

(1987, p. 66). Quando esse mito adquire amplitude coletiva, tende a combinar vários sistemas de imagens ou de representações, estratégia bastante utilizada para a construção da figura pública de Bolsonaro.

[...] o homem providencial aparece sempre como um lutador, um combatente. Sempre ameaçado, sempre resistindo à beira do precipício, recusa submeter-se ao destino. Quer restaure a ordem estabelecida ou a subverta, quer organize ou anuncie aquela que está por vir, é sempre, por outro lado, sobre uma linha de ruptura dos tempos que se situa seu personagem. É na manifestação do presente imediato – presente de decadência, de confusão ou de trevas – que ele se afirma e se define; com ele, graças a ele, o “depois” não será mais como o “antes”. Associados à expressão de sua lenda, são sempre, aliás, as mesmas imagens, os mesmos símbolos que encontramos. (GIRARDET, 1987, p. 80)

O salvador projeta-se como a solução para os problemas da nação; com frequência, apresenta-se como um guerreiro. Coloca-se como alguém que tem um objetivo maior: o de restabelecer a ordem da nação, organizar e conduzir o povo ao que está por vir. “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). Não obstante, “O mito tende, assim, a definir-se em relação à função maior que se acha episodicamente atribuída ao herói, como uma resposta a uma certa forma de expectativa, a um certo tipo de exigência” (GIRARDET, 1987, p. 82).

Nesse sentido, o salvador, condicionado pelo contexto factual em que se desenvolve, pode ser interpretado como uma espécie de revelador ideológico, o reflexo de um sistema de valores ou de um tipo de mentalidade. Os valores encarnados por ele transmitem os anseios sociais de uma coletividade insegura quanto ao seu futuro, apavorada com a possibilidade de um destino trágico e completamente insatisfeita com a situação vivida. Nos momentos de desequilíbrio, incerteza ou conflito que estão situados os apelos mais intensos à intervenção de um herói salvador (GIRARDET, 1987, p. 89).

No estado de vacuidade afetiva e moral que acompanha de fato toda crise de legitimidade política, o recurso ao Salvador parece depender, bem autenticamente, desse mesmo tipo de mecanismo psíquico que, nas incertezas da contestação adolescente, conduz a esse apelo “patético” a um novo mestre, a um novo tutor, a um novo guia. [...] Parece afinal bastante lógico que seja sob a forma de uma espécie de substituto da autoridade paterna que essa imagem tenda a se definir com mais frequência. (GIRARDET, 1987, p. 90)

Sociedades que estão passando por uma série de conflitos políticos se apresentam carentes de uma figura autoritária, de “pulso firme”, que se proponha a assumir a direção da nação e reconduzi-la aos trilhos do progresso. Essa vulnerabilidade social colabora para construir a imagem de salvador, de “líder, do chefe do bando” (GIRARDET, 1987, p. 91). O salvador unifica as pessoas em torno de um mesmo propósito e trabalha para que elas se reconheçam entre si e compartilhem valores e ideais.

Já o mito da época de ouro consiste no artifício de acionar tendências nostálgicas como estratégia de mitigação de um presente visto como decadente e a expectativa de um futuro redentor, paradoxalmente assentado sobre o passado. É a noção de um tempo passado, ou futuro, de paz, prosperidade e perfeição, constitui-se em uma narrativa comum na política e é associado a um período de glória e pureza, que se contrasta com o presente, visto como uma fase de decadência e corrupção. Essa mitologia é utilizada para justificar a necessidade de mudança ou de um retorno aos “valores” ou “tradições” da época passada, usada para criar uma sensação de nostalgia e de um passado idealizado.

Líderes políticos apropriam-se dessa narrativa associando-a a um passado de estabilidade econômica e social, valores tradicionais e segurança, por exemplo. O mito da época de ouro desperta o imaginário social de que a nação precisa voltar a essa fase, reencontrar-se na pujança econômica e social. Girardet define o mito da Idade de Ouro como “os tempos ‘de antes’” (1987, p. 97). São imagens de um tempo que se tornou lenda, visões de uma época definida pelo que foi ou pelo que se supõe ter sido, já que a coletividade baseia seus posicionamentos na seleção ou transmutação de suas lembranças ou de imagens que viram ou ouviram por meios secundários.

Como quer que seja, a cada modo de sensibilidade – ou de pensamento – político corresponde, assim, uma certa forma de leitura da história, com seus esquecimentos, suas rejeições e suas lacunas, mas também com suas fidelidades e suas devoções [...] Oposto à imagem de um presente sentido e descrito como um momento de tristeza e de decadência, ergue-se o absoluto de um passado de plenitude e luz. (GIRARDET, 1987, p. 98)

Entre as constelações mitológicas, a Idade de Ouro é a mais constante e intensa no imaginário político, as pessoas estão sempre em busca dos “bons e velhos tempos” e das “belas épocas”. Percebe-se que o apelo nostálgico surte efeitos e desperta a consciência mítica da sociedade. Esse mito vislumbra uma espera

messiânica e a pureza dos tempos áureos é desejada pela sociedade. “O mundo da Idade de Ouro é o dos relógios parados” (GIRARDET, 1987, p. 129).

A unidade, outra forma de mitologia política, reúne narrativas míticas centradas na ideia de uma coletividade unida, coesa e harmoniosa. O símbolo mais bem elaborado desse tipo de mitologia é o conceito de nação e refere-se à ideia de criar uma sensação de identidade coletiva associada a uma visão de um povo unido, que trabalha para alcançar um objetivo comum, o que se justificaria com a necessidade de uma mudança ou de um retorno aos “valores” ou “tradições” de uma época passada. Essa narrativa serve para construir um senso de pertencimento e coesão entre os membros de um grupo social, o que, ao mesmo tempo, une e separa as pessoas de uma coletividade. “Essa grande e nobre unidade da pátria” (GIRARDET, 1987, p. 156). “É o próprio Deus, escreve ainda Michelet, que se revela na pátria viva, em sua história heróica, no sentimento da França” (GIRARDET, 1987, p. 165).

Fonseca (2015) parte do princípio de que as estratégias de marketing nas disputas eleitorais são racionais e de que os agentes políticos são conscientes de suas intenções e sabedores de que a imaginação política dos eleitores é formada por uma série de emoções subjetivas, inclusive por experiências míticas e religiosas.

O pensamento mítico, ainda que corrompido ou fragmentado continua mobilizando a ação política nas coletividades. Muitas vezes, a política se torna uma fantasia para que os cidadãos evoquem deuses antigos, conspirações demoníacas, guerreiros sagrados e profetas que anunciarão o retorno à Era de Ouro. (FONSECA, 2018, p. 153).

Portanto, a utilização de imagens e termos sagrados associados aos agentes políticos é intencional e desperta estruturas arquetípicas na imaginação dos eleitores. Os adversários são associados à imagem de monstros desumanos, animais repulsivos ou ao próprio diabo, enquanto o partidário é representado como guerreiro, messias ou mártir capaz de unir o povo. Esses símbolos manipulados atribuem sentido às práticas sociais, mobilizam a imagem social e estimulam a ação.

Muitos fenômenos sociais – de tumultos de rua a genocídios – “só podem ser compreendidos de forma ampla se considerarmos também os ressentimentos, as superstições e as neuroses que convulsionam o espírito social” (FONSECA, 2018, p. 155).

Mas os mitos podem se transformar e até mesmo inverter seus

significados, “É por isso que o conceito de mito político contempla diversas possibilidades de interpretação do mesmo fenômeno: mentira, fabulação, dinâmicas do inconsciente e narrativa explicativa da realidade (FONSECA, 2018, p. 159).

Os símbolos e as estruturas do discurso que conferem sentido ao mundo formam um conjunto limitado de modelos. Na mitologia política, por exemplo, o líder salvador é associado a libertação e a purificação, representado por símbolos de luz, sol, claridade, é quem destrói as correntes, os monstros e elimina o mal, enquanto as conspirações malignas são simbolizadas pela escuridão, pelo submundo, pela sujeira, pelos animais peçonhentos e que se ocultam nas sombras espalhando veneno e infecção (FONSECA, 2018, p. 159). É o guerreiro que deve libertar a nação das garras peçonhentas dos inimigos, eliminar o mal e extinguir as ideologias do submundo, que espalham sujeira e imoralidade. As teorias da conspiração, por outro lado, também servem para mobilizar energias e legitimar violências.

O herói político precisa cultivar uma certa disponibilidade social: “o tempo da espera e do apelo” é o intervalo em que nascem as expectativas por um salvador que expresse sonhos, nostalgias e esperanças. Depois, “o tempo da esperança”, momento em que o herói se anuncia, é um período suscetível à manipulação da propaganda ideológica. Finalmente, o “tempo da lembrança”, oportunidade em que o salvador vai se modificando de acordo com os movimentos da memória coletiva.

Dependendo do contexto, uma sociedade busca um herói com esta ou aquela característica. [...] todo processo de criação do herói depende da relação entre a personalidade do agente político e as necessidades de sua sociedade em um certo momento histórico. Ou seja, mesmo com muita propaganda, não é tão fácil forjar um salvador. A alquimia social é muito delicada. O candidato a herói tem que possuir, nas suas próprias características pessoais, um conjunto de elementos que correspondem às expectativas da sociedade naquele momento. (FONSECA, 2018, p. 161)

No contexto político, a imagem dos líderes é fundamental para a construção de sua reputação e, conseqüentemente, para a aceitação ou rejeição de suas políticas e ações. Essa imagem é frequentemente construída por meio de narrativas mitológicas que enfatizam características positivas do partidário e minimizam ou ignoram suas falhas ou limitações.

Compreender como essas mitologias políticas são construídas é crucial para entender os discursos e as mensagens transmitidas por esses líderes,

bem como para analisar criticamente esses discursos e avaliar sua veracidade e relevância. Além disso, em momentos de crise política ou social, a imagem dos líderes pode ser particularmente importante, pois é nesses contextos que a liderança é testada e a narrativa mitológica pode ser uma estratégia de grande importância.

Portanto, entender a construção da imagem dos líderes nas mitologias políticas é essencial para se ter uma compreensão mais completa e precisa da política e dos processos decisórios. Isso pode ajudar a evitar armadilhas cognitivas que resultam de uma aceitação acrítica da imagem construída do líder, além de permitir uma avaliação mais objetiva das ações e políticas que estão sendo propostas.

## 2 AS MITOLOGIAS POLÍTICAS EM TORNO DE BOLSONARO

*“Hoje nasceu para vós o Salvador, o Messias e Senhor!” (Lucas 2:11)*

A análise de dez produções acadêmicas acerca do tema central desta dissertação permitiu catalogar estudos com temática, metodologia e propósitos análogos a este trabalho, possibilitando a sistematização de dados dispersos em inúmeras publicações. Foram selecionados artigos publicados em periódicos revisados por pares, de modo que se evitou a utilização de *papers* publicados em congressos, dissertações, monografias e trabalhos de conclusão de curso, com exceção de duas dissertações de mestrado: “Mitos na política brasileira: a construção da identidade de marca de candidatos à Presidência da República em 2018”, de autoria de Erica Cristina Verdeiro Bianco e “*Storytelling* como ferramenta de discurso no Twitter: uma análise da campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018”, de autoria de Matheus Ribeiro Pereira”, uma vez que ambas trouxeram reflexões pertinentes ao assunto pesquisado e dados interessantes acerca da construção da personalidade política criada pelo candidato do Partido Liberal (PL), principalmente por meio das redes sociais. Portanto, contribuíram positivamente para a investigação do momento eleitoral em discussão.

No parâmetro temático, foram feitas buscas no Google Acadêmico e no Portal de Periódicos a partir das seguintes palavras-chaves: “Bolsonaro”, “mito”, “Bolsonaro eleições 2018”, “Bolsonaro mitologia política” e selecionados os principais trabalhos publicados até o momento da pesquisa, considerou-se suas referências, veículos de publicações, quantidade de acessos e citações. Quanto ao parâmetro temporal, optou-se por selecionar trabalhos publicados a partir de 2018, selecionando-se os mais atuais, justamente por abrangerem o período eleitoral pesquisado, bem como os primeiros anos do governo Bolsonaro. Finalmente, no parâmetro linguístico, foram escolhidos apenas trabalhos na língua portuguesa a fim de circunscrever a análise de pesquisadores brasileiros que se dedicaram a analisar o tema.

O principal objetivo deste capítulo foi verificar as produções acerca das manifestações de mitologia política que circularam nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. As leituras foram norteadas a partir do método dialético (IANNI, 1985).

Em sua dissertação “Mitos na política brasileira: a construção da

identidade de marca de candidatos à Presidência da República em 2018”, Bianco (2019) investigou a comunicação político-eleitoral utilizada pelos candidatos Luís Inácio Lula da Silva e seu substituto Fernando Haddad, ambos representantes do Partido dos Trabalhadores (PT), e por Jair Messias Bolsonaro, filiado ao Partido Social Liberal (PSL) e de que modo essas narrativas recorreram a mitologias políticas para construir a identidade de marca dos candidatos nas mídias sociais.

O objetivo da pesquisadora foi verificar a presença de elementos míticos nos conteúdos emitidos pelos candidatos e identificar se estas hipóteses seriam verdadeiras: I. a comunicação utilizou linguagem mítica, apesar das diferenças de elementos na produção dos conteúdos, de acordo com o perfil ideológico de cada candidato; II. as narrativas míticas intensificam as qualidades que eles querem destacar e correspondem às identidades de marca; III. essas narrativas têm potencial para mitificar (converter em mito) e mistificar (fantasiar) a identidade das candidaturas.

Para atingir esse objetivo, utilizou como principal método de pesquisa a Análise do Discurso, embora tenha empregado com menor frequência outros métodos de pesquisa qualitativa. A análise foi utilizada para examinar o conteúdo publicado nos perfis oficiais do Facebook dos três candidatos durante o período eleitoral (05 de agosto a 06 de outubro de 2018), com base nas quatro constelações mitológicas descritas por Raoul Girardet (1987): Conspiração, Idade de Ouro, Salvador da Pátria e Unidade.

A pesquisadora procurou a presença de elementos míticos nos conteúdos emitidos pelos três candidatos em suas publicações para verificar se esses componentes construíram ou mantiveram suas identidades de marca no período eleitoral. Bianco (2019) constatou que a apropriação daqueles mitos universais pelo candidato do PSL teve o intuito de seduzir os cidadãos e influenciar a decisão de voto, em um processo semelhante ao do marketing mercadológico.

Como método de investigação, ela analisou o discurso e o conteúdo das publicações para extrair o sentido mítico das mensagens. Após o diagnóstico das postagens de Lula (PT), Haddad (PT) e Bolsonaro (PSL) entre os dias 05 de agosto e 27 de outubro de 2019, concluiu que o candidato do PSL foi o que mais recorreu às narrativas míticas em sua comunicação em comparação aos seus adversários.

Essa constatação demonstrou que ele manteve sua estratégia de construção de identidade de marca com base em mitologias políticas, sobretudo a da categoria Conspiração para desconstruir a imagem dos adversários e construir a sua

baseada na figura do Herói e do Salvador da Pátria. Essa estratégia funcionou porque encontrou respaldo no imaginário coletivo em um contexto que favoreceu a crença na existência de um inimigo comum, real e iminente: no caso em análise, o PT e seus representantes políticos.

A pesquisadora também observou que o candidato conseguiu construir uma identidade de marca forte ao condensar elementos das quatro categorias mitológicas. Além disso, inferiu que quanto maior a presença de narrativas mitológicas na construção dessa identidade, maior o potencial em mistificar (fantasiar) a identidade do político e ludibriar os eleitores.

Bianco (2019, p. 92) criticou a utilização excessiva de narrativas míticas na política, já que essa atitude “escamoteia a capacidade dos eleitores de tomarem decisões baseadas em necessidades subjetivas com a porção de racionalidade que a democracia carece.”

Conclui, por fim, que Bolsonaro soube utilizar as quatro grandes mitologias políticas a seu favor e em desfavor de seus adversários, enquanto se sentiu confortável em abordar apenas temas convenientes à sua campanha e evitar debater projetos e programas de governo, assim como soube usar as emoções dos eleitores e apropriar-se dos costumes conservadores. Além do mais, o contexto político-econômico e sociocultural do país também colaborou para o florescimento desse mito político.

O artigo “O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil”, desenvolvido em coautoria por Azevedo Junior e Bianco (2019), aborda novos aspectos em relação à dissertação de Bianco (2019). Ainda em análise a comunicação político-eleitoral de Bolsonaro, eles verificaram que ele utilizou mitologias políticas para alcançar popularidade nas mídias sociais digitais e se eleger ao Palácio do Planalto. Para tanto, por meio do método de Análise de Conteúdo e de Discurso, examinaram um estudo de caso de sua campanha.

Os autores atribuíram o início de uma crise sem precedentes às manifestações “Movimento Passe Livre”, que se desenvolveram em grande parte nas redes sociais. A mobilização ganhou outras pautas e as demandas tornaram-se pulverizadas, incluindo reivindicações contra gastos bilionários de dinheiro público, representantes eleitos, corrupção, etc.

Essa insatisfação popular se desenrolou em uma onda de protestos, que apoiaram a narrativa antigoverno da Operação Lava Jato e a investigação de

crimes financeiros, sobretudo cometidos por políticos filiados ao PT. Esse movimento culminou no impeachment de Dilma Rousseff em 2016, mesmo ano em que Lula foi conduzido coercitivamente como investigado da operação. Ao mesmo tempo, a expansão do acesso à internet facilitou a distribuição de conteúdos, o que contribuiu para influenciar o comportamento tanto de consumidores quanto de eleitores.

Além disso, o Brasil teve um aumento significativo de domicílios com televisão por assinatura. Conforme sugeriram os autores, esse cenário explicou parcialmente a viabilização do acesso a informações internacionais, o que também se relacionou com a postura mais crítica que os brasileiros assumiram diante do sistema político e judiciário nacional.

Colaborando com esse panorama, o número de cristãos (neo)pentecostais<sup>2</sup> cresceu muito no país, favorecendo a rejeição de candidatos que não defendiam valores cristãos. Para Azevedo Junior e Bianco (2019, p. 9), esse contexto “seria propício para alimentar uma perspectiva por parte de seus seguidores de que é possível encontrar nos dias de hoje pessoas com qualidades heroicas ou martirizantes dos personagens bíblicos.” Tratando-se de estratégias de comunicação político-eleitoral para alcançar muitos votos, é preciso falar aquilo que as pessoas estão dispostas e habituadas a ouvir.

A comunicação eleitoral recorre às narrativas míticas de modo semelhante à publicidade comercial para fabricá-las ao redor de figuras políticas. Citando Girardet (1987), os pesquisadores partem do princípio de que os sistemas mitológicos se vinculam a momentos de crises, inquietações ou contestações. Em observância à sociedade brasileira, inferem que os políticos vistos como possuidores de uma aura mítica são os que se aproximam da identidade do povo, gerando reconhecimento com a própria imagem.

Seguindo a tendência estratégica da publicidade por meio de imagens e marcas, a comunicação política baseia seu engajamento partidário no apelo emocional da “imagem marca”, o que torna um político mais forte do que se apenas focasse em propostas e programas de governo.

---

<sup>2</sup> É um movimento dissidente do protestantismo em grande e constante ascensão no Brasil. A expansão de denominações religiosas exerce grande influência na política e na sociedade brasileira. Na época das eleições, pastores, ministros e apóstolos instigaram fiéis a votarem em candidatos alinhados aos valores tradicionais e aos princípios cristãos. Apesar de não mencionarem Bolsonaro nominalmente, as referências ao candidato eram feitas entrelinhas por meio de postagens e discursos com as cores e símbolos de sua campanha (BRAUN, 2022).

As eleições de 2018 reconfiguraram o cenário político, uma vez que quebraram o monopólio da produção e transmissão de informações pelas grandes corporações de mídia e diminuíram a desvantagem de partidos que tinham pouco ou nenhum tempo no horário gratuito político eleitoral. Essa mudança de paradigma deu-se em grande parte pelo crescimento do espaço colaborativo e interativo da internet.

Para compreender os símbolos veiculados, os autores analisaram 296 postagens feitas por Bolsonaro em sua página oficial do Facebook durante a campanha eleitoral – 160 antes do primeiro turno e 136 depois do segundo turno. Em primeiro lugar, eles constataram que ele recorreu à mitologia da Conspiração para desconstruir seus adversários, sobretudo os candidatos do PT. A narrativa se baseou em convencer a população de que o Brasil estava sendo governado por uma “quadrilha” e que o país deveria “extirpá-la” para voltar a crescer. O atentado sofrido pelo candidato do PSL também reforçou a narrativa de que seus opositores desejavam eliminá-lo, além de tê-lo livrado dos debates televisivos.

Bolsonaro também construiu sua imagem baseada na força, coragem, sabedoria e autoridade, 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 aos direitos das minorias e à redução de direitos sociais, entre outras.

Em concordância a essas narrativas e objetivando unificar movimentos nacionalistas, Bolsonaro defendeu valores convencionais por meio do relativismo e da negação ao caráter objetivo do conhecimento científico, provocando descrença generalizada quanto à veracidade das informações por meio da desinformação, descontextualização, pressuposição, inversão de relevância, insinuação, boatos e mentiras.

Azevedo Junior e Bianco (2019, p. 22) ainda observaram a quebra de paradigma em relação à suposta cordialidade do brasileiro, o que poderia justificar o sucesso da narrativa mitológica de Bolsonaro em sua oposição à esquerda política, com uso de estereótipos reificantes, resultados de preconceitos presentes no seio popular, com a redução simplista de temas complexos envolvendo direitos humanos, liberdade religiosa, “combate à corrupção, ineficiência estatal, militarismo e combate à violência urbana, questionamento de direitos de minorias”, além de simplificar a pauta da sustentabilidade, da homofobia e do antifeminismo por meio de um discurso meritocrático desconexo da realidade.

Por fim, concluíram que uma narrativa mítica retratou Bolsonaro como o salvador da pátria, o “herói que luta contra os valores do mal em busca da redenção e da restituição da nação a uma idade de ouro” (AZEVEDO JUNIOR; BIANCO, 2019, p. 22). Esse apelo emocional foi mais eficiente que a narrativa racional, resultando na sua vitória e no fortalecimento de partidos à direita no contexto político. O candidato eleito prometeu reconduzir a pátria aos tempos de glória sob a coligação “Brasil acima de tudo e Deus acima de todos.”

Por sua vez, Paula, Araujo e Saraiva (2019), no artigo “Comunicação, informação e imaginário no processo eleitoral brasileiro: o ‘Messias’ Bolsonaro e o mito do rei pela graça de Deus”, analisaram três vídeos publicados no YouTube – dois deles no canal oficial de Jair Bolsonaro e o outro no canal do ministro Ironi Spuldaro – a fim de identificarem elementos míticos e fatores simbólicos que influenciaram o comportamento dos eleitores na eleição presidencial brasileira de 2018. Para alcançarem esse objetivo, utilizaram o recurso da Análise de Conteúdo e analisaram os discursos proferidos nos vídeos para observarem o comportamento de seus apoiadores.

Com base nos elementos constitutivos do mito, sugeridos por Marilena Chauí (2000), os autores analisaram três vídeos: I. primeiro vídeo oficial da campanha, de 16 de agosto de 2018; II. último vídeo oficial da campanha, de 27 de outubro de 2018 e III. vídeo em que o missionário e palestrante católico Ironi Spuldaro ora com Bolsonaro e deputados católicos, de 20 de outubro de 2018.

Um dos fatos que chamou a atenção dos autores é o de que os apoiadores de Bolsonaro o nomeiam “mito”, alguém acima do bem e do mal, um representante capaz de resgatar o país daquilo que eles consideram errado. Esse comportamento parece evocar o mito do rei pela graça de Deus, descrito por Chauí (2000) em seu livro “Brasil: mito fundador e sociedade autoritária”.

De acordo com os pesquisadores, “essa fantasia parece evocar sentimentos antigos de que viria um rei, um salvador escolhido por Deus, para governar.” (PAULA; ARAUJO; SARAIVA, 2019, p. 03). Essa expectativa de atribuir a alguém toda a responsabilidade pelas transformações sociais afasta a responsabilidade da própria sociedade e a impede de amadurecer.

Para entender como essa situação se desenvolveu, os pesquisadores investigaram se esse mito já estava presente no imaginário dos eleitores por meio de ideias e valores mantidos na cultura popular nacional. Além disso, também

consideraram o processo informacional no contexto eleitoral. Por meio da Análise de Conteúdo, averiguaram os vídeos postados buscando indícios de ativação desse mito nos discursos de Bolsonaro e a crença de que ele era o candidato escolhido por Deus para governar o país. Por fim, analisaram o comportamento dos apoiadores nas redes sociais digitais em um recorte com eleitores católicos e lideranças cristãs.

Em 7 de março de 2018, Bolsonaro se filiou ao Partido Social Liberal (PSL) e lançou sua pré-candidatura à presidência. Nesse evento, foi ovacionado com gritos de “mito”, orações e execução do hino nacional, situação que o aproxima das considerações de Marilene Chauí (2000)<sup>3</sup> acerca do mito do rei pela graça de Deus. Adotando como ponto de partida a teoria de que uma parcela significativa da população brasileira acredita na unidade, identidade e indivisibilidade da nação e do povo brasileiro, também identificam uma divisão social e política entre a população, os pesquisadores notaram que esse conflito só poderia ser resolvido por meio de uma ponte simbólica, de uma conexão mediadora que articulasse essas polaridades. E para explicar essa construção, recorreram ao conceito de mito.

Os pesquisadores observaram que o vídeo valoriza as belezas naturais do Brasil e remete ao mito de que o país é uma terra em que tudo o que se planta, colhe. Também observaram a “sagração do governante” – ou seja, o direito divino de governar, um representante escolhido que coloque Deus acima de tudo, o que fica evidenciado no *slogan* da campanha “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos.”

Inclusive, essa frase é utilizada no início e no final do vídeo I, trazendo a noção de que o país é o início e o fim, além de colocá-lo ao lado do Deus cristão, frisando o conceito de que um país soberano só pode ser governado por um representante divino.

Outro ponto marcante, sobretudo na análise do vídeo II, é a presença do nacionalismo/patriotismo, em que a nação é superior aos interesses individuais. Lê-se na legenda do vídeo que “Um novo Brasil está nascendo. Um Brasil patriota, em que o cidadão tem orgulho de dizer que vive aqui” (PAULA; ARAUJO; SARAIVA, 2019, p. 17). Essa frase é ressaltada por meio da imagem de um recém-nascido envolto nas cores da bandeira verde e amarela.

---

<sup>3</sup> Para Chauí, o mito “é a solução imaginária para tensões, conflitos e contradições que não encontram caminhos para serem resolvidas no nível da realidade” (CHAUÍ, 2000, p. 6).

**Figura 1** – Peça publicitária “Um novo Brasil está nascendo!”



**Fonte:** Partido Social Liberal PSL. Último Programa Eleitoral do Bolsonaro, Youtube.

Ainda em relação às cores, os pesquisadores também constataram a presença do “verdeamarelismo” caracterizado por Chauí (2000). De acordo com eles, o destaque para essas cores objetiva “celebrar o Brasil como uma grande potência onde reina a união do povo, como se a nação fosse uma grande família e o governante o pai provedor do sustento da família” (PAULA; ARAUJO; SARAIVA, 2019, p. 18). Essa ideia de união também pretende afastar as desigualdades existentes no país e inculcar a ideia de uma nação una e indivisa.

Com relação ao vídeo III, os autores destacaram a frase “Teu nome já diz ‘o Messias’, então eu acho que aí a gente já diz tudo” (PAULA; ARAUJO; SARAIVA, 2019, p. 16) e concluíram que o missionário Ironi Spuldaro enxerga o candidato como o salvador escolhido para libertar o povo brasileiro. No vídeo, o missionário também lê uma passagem bíblica sobre uma luta entre o bem e o mal, entre amigos e inimigos de uma nação, o que pode ser interpretado como os apoiadores e os adversários de Bolsonaro, respectivamente. Essa visão messiânica está presente no imaginário brasileiro e é utilizada como uma guerra entre a luz e as trevas.

Os pesquisadores concluem dizendo que, apesar do recorte nos conteúdos veiculados, fica evidente a influência das representações míticas em uma parte significativa da população. Porém, admitem que seria necessária uma análise mais ampla para mensurar essa extensão. No entanto, o estudo conseguiu mostrar o uso apelativo de referências aos quatro padrões levantados por Chauí. Por fim, advertem que a repetição constante desse conteúdo imaginário “cria um bloqueio à percepção da realidade e conseqüentemente, impede a sua administração consciente” (PAULA; ARAUJO; SARAIVA, 2019, p. 21).

João Ferreira Dias (2020) analisou a introdução de discursos messiânicos na legitimação de dois atores políticos considerados “populistas”. Para isso, utilizou o método do estudo de caso a fim de examinar o “mito brasileiro” e o “ungido português” (DIAS, 2020, p. 4) em seu artigo “O Messias já chegou, e livrará ‘as pessoas de bem’ dos corruptos: messianismo político e legitimação popular, os casos de Bolsonaro e André Ventura”, publicado na Revista Polis pela Universidade de Lisboa.

Os objetos de estudo foram as campanhas eleitorais de Jair Bolsonaro e de André Ventura – líder do partido português Chega, para evidenciar a utilização de discursos antissistêmicos, anticorrupção e antielitistas que confrontam a sociedade entre “pessoas de bem” e as demais. Além disso, o pesquisador investigou o surgimento de pessoas que legitimam preconceitos e que se assumem como redentores das sociedades, “operando num quadro de memória social” (DIAS, 2020, p. 2).

Como critério, considerou quatro comportamentos-padrão que permitiram sinalizar a presença de um discurso e/ou de um ator político com características autoritárias: I. negar as regras da democracia por meio de palavras e ações; II. rejeitar a legitimidade dos seus oponentes; III. tolerar ou encorajar a violência e IV. disponibilidade para reduzir a liberdade civil dos adversários e da imprensa.

Dias (2020) entendeu Bolsonaro como um político populista, messiânico e carismático. Populista enquanto político autoritário, uma vez que ele se relaciona com a figura do Messias e tendo em vista que o populista autoritário é um líder que procura se distanciar dos demais políticos e das elites intelectuais, de modo a acionar os sentimentos reacionários da população. E messiânico por se relacionar com a crença ou expectativa de fé na chegada ou volta de um líder carismático que conduzirá o “povo eleito” a um reino de paz e justiça.

O pesquisador propõe analisar o presidente eleito como um “mito” enquanto produto de referência religiosa. Para tanto, destaca a crescente presença de igrejas evangélicas neopentecostais na política brasileira – bancadas evangélicas, o que permite o crescimento de discursos messiânicos e moralizantes na sociedade. Para Dias (2020), as redes sociais também foram determinantes para as eleições de 2018, principalmente o WhatsApp, usado pelo candidato do PSL para deslegitimar os adversários, sobretudo Haddad, candidato do PT.

O discurso anticorrupção de Bolsonaro antagonizou a sociedade

brasileira. De um lado, o “cidadão de bem”, terminologia que melhor se entende na alteridade, é pela identificação do contrário que constrói a autoidentificação, e do outro, o antítipo sociológico desse cidadão, que seria o negro (naturalmente “bandido”), a mulher feminista, o homossexual, pessoas que corromperiam a sociedade brasileira em razão de sua inerente condição marginal (DIAS, 2020, p. 5) – discurso que colaborou para propagar a ideia de armamento da população, também expressa pelo gesto da “pistola” usado por Bolsonaro e seus apoiadores. As “pessoas de bem” representam os cidadãos trabalhadores, vítimas da corrupção do Estado e da violência do “bandido” e o combate contra essa situação foi canalizado como sentimento “antipetista”, até mesmo as campanhas humanitárias de Haddad foram apelidadas de “mimimi”<sup>4</sup> e não mobilizaram o eleitorado.

Bolsonaro teve apoio de conservadores de classe média e alta e por largas parcelas evangélicas, que investiram na propagação de imagens de fetos abortados, reforçadas com uma agenda de combate a “ideologia de gênero”<sup>5</sup>, abordagem que gerou “pânico moral’ junto da população mais conservadora” (DIAS, 2020, p. 05).

Os discursos populistas e “politicamente incorretos” de Bolsonaro e seus apoiadores sobre violência, armamento, direitos de minorias sexuais, étnicas, religiosas e outras visam “restabelecer o status quo ameaçado pelo empoderamento das minorias, resultado de políticas públicas de reparação histórica, como as quotas raciais” (DIAS, 2020, p. 5). Além disso, segundo o pesquisador, o Brasil é um país disponível para o revisionismo histórico, que visa recompor a memória coletiva e reforçar uma narrativa ideológica de um grupo dominante.

O autoritarismo bolsonarista apresenta-se como um suposto enunciador de “verdades desconfortáveis”, as quais reforçam o poder de pulso firme de Bolsonaro. Essa nova direita apresenta um discurso próprio de forte influência fascista, que constrói o inimigo como sendo as pessoas marginalizadas e desenvolve a narrativa de combate ao inimigo interno, conduzido pelo líder carismático, o messias-guerreiro, caracterizado pelo machismo, securitarismo, homofobia, racismo, mercado livre, classismo esporádico, messianismo e cunho religioso.

Dias (2020) observa ainda que em um cenário de embate político,

---

<sup>4</sup> Expressão popular brasileira para queixume.

<sup>5</sup> Termo sem legitimidade acadêmica utilizado por conservadores para invalidar o direito das mulheres e da comunidade LGBTQIAPN+.

moral e civilizacional de verdades alternativas e pós-verdades, o bolsonarismo se manteve vigoroso ao sustentar verdades politicamente incorretas e conseguiu legitimar seu mais alto representante executivo até mesmo além dos limites constitucionais. Também questionou se esse messianismo político seria um processo de reencantamento do mundo através de líderes seculares com a roupagem carismática dos líderes religiosos e conclui que o populismo autoritário veio para ficar.

Panorama que conduziu à reflexão sobre os limites da democracia e da liberdade de expressão, bem como sobre as crises de representação e o processo de reprodução de elites no poder. Finalizou dizendo que a “nova direita está aí” apresentando-se com um novo discurso sem limite, feito “de símbolos nacionalistas, revisionismos históricos” e ampliando “preconceitos, dividindo a sociedade, navegando entre ideologias e nas mãos de líderes messiânicos” (DIAS, 2020, p. 9).

Dias e Fernandes (2020), ao escreverem o artigo “Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018: a construção do Mito Político”, analisaram a construção da imagem do candidato do PSL em sua campanha ao cargo de Chefe do Executivo, baseando-se nos conceitos de personalização, espetacularização e mito do herói. O método utilizado foi o Estudo de Caso, uma vez que analisaram as peças exibidas por Bolsonaro durante sua campanha eleitoral, divulgadas entre 31 de agosto e 28 de outubro de 2018.

Assim como Azevedo Junior e Bianco (2019), Paula, Araujo e Saraiva (2019), as pesquisadoras 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. Ao examinarem a construção da imagem de Bolsonaro, identificaram traços do modelo do mito de herói apresentado por Schwartzberg (1978)<sup>6</sup> e Gomes (2004)<sup>7</sup>, e buscaram identificar como ele 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 e FERNANDES, 2020, p. 2).

Outro fato destacado é o atentado com faca sofrido pelo candidato em 7 de setembro de 2018, que ganhou enorme visibilidade e transformou-se em um espetáculo político-midiático. O evento gerou comoção social e tornou-se altamente

---

<sup>6</sup> SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado Espetáculo**. Rio de Janeiro/São Paulo: Difel, 1978.

<sup>7</sup> GOMES, W. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2004.

simbólico sob o ponto de vista mítico. As pesquisadoras concordam com o conceito de Weber (2003), de que a tragédia sempre associa-se à construção de heróis míticos; além disso, a “retransmissão como cerimônia midiática garante que o espetáculo obtenha caráter imponente e expressivo” (DIAS e 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 o personalismo, o que simula uma aproximação entre o líder – candidato carismático, e seus apoiadores.

Com abordagem semelhante a de Bianco (2019), as pesquisadoras também fazem uma retrospectiva dos acontecimentos que contextualizaram a campanha eleitoral de 2018; contudo, 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 maioria penal e trabalho forçado para presidiários, temas que, de acordo com Dias e Fernandes (2020), atraíram eleitores antipetistas.

A polarização política tornou-se ainda mais intensa com a propagação de uma suposta ameaça comunista e da implementação da ideologia de gênero nas escolas, projetos que seriam instituídos pelo PT. É nesse contexto que a oposição contra o Partido dos Trabalhadores aumenta e reaparece a figura do salvador, do herói capaz de corrigir os problemas da nação.

Como método de análise das imagens veiculadas pela campanha de Bolsonaro, as pesquisadoras basearam-se nos aspectos visuais propostos por Dondis (2013) e Gomes Filho (2004), “a partir da Gestalt do objeto e sistema de leitura da forma”. Entre as técnicas visuais, elegeram “harmonia/contraste, equilíbrio/instabilidade, simetria/assimetria e simplicidade/complexidade”, bem como elementos de composição visual, “como tipologia e cor” (DIAS; FERNANDES, 2020, p. 8). A campanha foi construída por conteúdos verbais e não verbais, buscando remeter aos ideais de patriotismo e religiosidade.

Foram analisadas duas peças publicitárias divulgadas nas redes sociais e mídias durante a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro em 2018. A primeira peça constitui-se em um texto-slogan-chamada, pertencente à fase inicial da campanha “Muda Brasil de verdade”, que remete a um ideal de força e honestidade e aborda o discurso de “salvacionismo”. Além disso, a fotografia do candidato colocada no plano anterior a de uma cidade, como figura de fundo, estabelece uma relação de

grandiosidade e superioridade, remetendo à ideia de salvador da Pátria.

**Figura 2** – Peça publicitária “Muda Brasil de verdade”



**Fonte:** Dias e Fernandes (2020, p. 09)

Em um segundo momento, as pesquisadoras analisam outra imagem veiculada nas redes sociais e mídias do candidato: uma camiseta amarela, rasgada e manchada de sangue na parte inferior, que busca reproduzir a roupa usada por Bolsonaro no dia do golpe de faca sofrido por ele. Lê-se, em uma base amarela, “Meu partido é o Brasil”, texto escrito com letras verdes e que remete ao patriotismo idealizado como estratégia de campanha. Além disso, essa frase apresentou significados de pertencimento e propriedade.

**Figura 3** – Peça publicitária “Meu partido é o Brasil”



**Fonte:** Dias e Fernandes (2020, p. 10)

Nessa etapa da campanha, o candidato procurou fortalecer a narrativa de Salvador por meio da atribuição da imagem de um mártir vítima de uma Conspiração – tal como conceituada por Girardet (1987). A cobertura do atentado ganhou dimensão espetacular, transformando o evento em uma “cena teatral de um possível ‘complô’, uma trama, uma conspiração” (DIAS; FERNANDES, 2020, p. 10).

As pesquisadoras ainda relacionam o Mito da Idade de Ouro ao engrandecimento da ditadura militar por parte do candidato do PSL, defendido por ele

como um tempo grandioso de crescimento econômico e seguro para o país. Dessa forma, por meio da “lembrança (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), no artigo “O uso de arquétipo do herói por Jair Bolsonaro na Campanha Presidencial de 2018 e sua influência no público eleitor”, publicado no congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), analisaram as ferramentas psico-discursivas porventura utilizadas de forma consciente ou não 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, que tem por norte as teorias sobre mitologia, arquétipo e inconsciente coletivo, a fim de identificarem características arquetípicas em narrativas contemporâneas e a interação entre mitologia, discurso e ideologia.

Para atingirem essa meta, eles analisaram a presença de elementos do monomito – a jornada do herói, na construção da narrativa eleitoral do candidato e a sua dinâmica com elementos do discurso em uma *live* realizada por ele dias após o atentado sofrido em uma manifestação em Minas Gerais.

Os pesquisadores relatam que apesar de suas pequenas aparições na programação oficial dos meios de comunicação, ele estava sempre nas manchetes de jornais e redes sociais, especialmente por conta de suas declarações polêmicas; porém, além de se posicionar de maneira estratégica no cenário político, também construiu uma narrativa eficiente de apelo emocional, conquistando não só eleitores, mas seguidores.

Para compreenderem a eficácia do discurso de Bolsonaro, destacaram dois elementos: a construção de uma narrativa heroica e sua interação com o discurso e a ideologia. Muito além do contexto e da racionalização, a relação entre a comunicação e o ser humano é profunda e menos racional que o imaginado, já que perpassa o inconsciente coletivo, o qual diz respeito à identificação de arquétipos e leva o ser humano a reações passionais.

Os pesquisadores apoiaram-se nos conceitos de Jung (1976) para delimitar que o inconsciente coletivo é uma estrutura compartilhada de forma universal

entre os seres humanos, que atua como um modelo primordial de funcionamento, captação e percepção (FIGUEIREDO e SILVA, 2020, p. 3), responsável por armazenar arquétipos e formas definidas que possuem a capacidade de controlar e mediar comportamentos comuns e experiências psíquicas típicas dos seres humanos.

Os conteúdos do inconsciente coletivo podem ser expressos por meio de mitologia e simbologia; logo, a narrativa mitológica age através de expressões de linguagem, representações e experiências, resultados dos arquétipos que se encontram no inconsciente coletivo e que influenciam a mente e as emoções humanas. Figueiredo e Silva (2020, p. 5) esclareceram que “A diferença entre mito e discurso está em o mito incluir a emoção, o drama, à mensagem, sendo ele a imagem desse sentimento.”

O artigo analisou o discurso mais impactante, segundo os pesquisadores, de toda a campanha presidencial de Bolsonaro – um pronunciamento publicado no dia 16 de setembro de 2018 em sua página oficial do Facebook, o primeiro depois do atentado sofrido com faca dez dias antes. O vídeo foi escolhido por ser visto como o mais carregado de características arquetípicas do herói, diante de sua carga emocional e da 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 e de falas energéticas e o aproxima do povo e da figura de pessoa comum e atingível. Essa situação também é um importante mecanismo do discurso populista de direita, já que o povo precisa de “um modelo vivo a ser contemplado, uma lenda viva” e não mais um herói divino. O sofrimento canalizado pelo vídeo reforça a ideia de que Bolsonaro coloca seus interesses e integridade pessoal em segundo plano e, dessa forma, afirma seu valor como herói, como personagem central de um monomito (FIGUEIREDO e SILVA, 2020, p. 8).

Bolsonaro continua seu discurso construindo a figura de Lula como uma ameaça à nação, projetando o adversário como o “inimigo nacional”, reforçando a narrativa mitológica do herói, cuja missão é libertar o povo, trazer mudança. Ele ainda intensifica seus ataques dizendo “que tão ou mais grave que a corrupção, é a questão ideológica<sup>8</sup>” (FIGUEIREDO e SILVA, 2020, p. 9).

---

<sup>8</sup> Bolsonaro simplifica o sentido da palavra “ideologia” e aplica o termo sem qualquer preocupação com a relação entre seus conceitos, definições e contextos. Sua utilização não ultrapassa o senso comum.

Em muitos momentos do vídeo, ele reforça a retórica populista expressando a indignação do povo contra os interesses individuais dos agentes políticos representativos da coletividade. No discurso de Bolsonaro, o “outro” é a classe política corrupta, a esquerda, representada principalmente pelo PT, e o “povo de bem” é aquele que se sente ameaçado pela insegurança e é extorquido pela classe política: famílias cristãs; empresários de classe média e média alta.

A fala de Bolsonaro segue no sentido de que ele sai em desvantagem em relação aos seus adversários por não poder contar com o apoio de partidos políticos e da imprensa, além de não ter tempo de televisão. Mas essas circunstâncias desfavoráveis fazem parte da trajetória do herói. Sua perseverança é sinal de bravura e sua candidatura não é fruto da sua vaidade, mas de uma intervenção divina: se eleito, será pela vontade de Deus.

A campanha do candidato do PL “traz um representante que defende ideias muitas vezes negligenciadas ou consideradas inadequadas pelos setores dominantes.” Situação semelhante encontra-se na narrativa do herói, “na qual de forma recorrente apresentam-se momentos de hostilidade contra o protagonista pela defesa de seus ideais e objetivos” (FIGUEIREDO; SILVA, 2020, p. 12). Essa é outra similaridade entre Bolsonaro e o mito do herói.

A imprensa também é acusada de persegui-lo, criticá-lo e desqualificá-lo para atrapalhar sua jornada<sup>9</sup>. Ao afirmar que luta pela liberdade de expressão dos jornalistas, demonstra outra característica heroica: a apoteose. “É a última demonstração de desapego ao ego, que vai além do autossacrifício, e chega em uma parte mais subjetiva, as ideias e julgamentos do personagem principal.” Assim, demonstra empatia pela imprensa e até mesmo pelos apoiadores do PT, quando diz “o que está em jogo no momento é o futuro de vocês que estão aí. Até de você que apoia o PT, eu vejo muito petista mudando de lado” (FIGUEIREDO e SILVA, 2020, p. 13).

Por fim, os pesquisadores destacam que o candidato ressaltou sua missão e aproveitou o momento de fragilidade e intensidade emocional para se aproximar do povo e conquistar empatia. Sua imagem de herói foi construída com base em um homem simples, “próximo ao ‘povo’ em linguagem, anseios, postura, o

---

<sup>9</sup> O aumento dos casos de hostilidade e violência contra profissionais da imprensa a partir das eleições de 2018 foi confirmado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e Repórteres sem Fronteira (RSF) (BATISTA, 2022).

representando de forma direta.” Além disso, a trajetória do herói “precisa ser próxima o bastante para ser credível e causar empatia, mas minimamente miraculosa para que não seja reproduzível para um cidadão comum” (FIGUEIREDO e SILVA, 2020, p. 13).

Concluem dizendo que Bolsonaro se utilizou da narrativa de herói na construção de sua imagem, bem como do discurso populista para expressar suas ideologias de direita. Portanto, o arquétipo de herói surtiu efeito sobre a psique e as emoções do ser humano e cumpriu o objetivo de impulsionar a narrativa eleitoral do candidato.

O artigo “A performance midiática de Jair Messias Bolsonaro: O retorno do eterno mito do salvador da pátria”, de Wagner Alexandre Silva (2021), averiguou a atuação do político para compreender a admiração de uma quantidade expressiva de simpatizantes. Para alcançar esse objetivo, o autor identificou elementos mitológicos e comportamentos característicos de uma neoreligiosidade, buscando analisar a performance de Bolsonaro e em que medida ela colaborou para a fanatização político-ideológica no país. O método utilizado foi a análise de publicações e vídeos divulgados pelos meios de comunicação e diretamente pelo próprio Jair.

Mesmo diante de um contexto pandêmico de Covid-19 e mantendo “atitudes e declarações desrespeitosas, intolerantes, preconceituosas, xenofóbicas e jocosas sobre os mais variados temas” (SILVA, 2021, p. 1), Bolsonaro ainda deteve grande número de adeptos.

Além de destacar o slogan “Brasil acima de tudo! Deus acima de todos!”, Silva (2021) chama a atenção para a Proposta de Plano de Governo intitulada “O caminho da prosperidade”. Religião e militarismo são trazidos para o embate político. Tanto em campanha quanto cotidianamente, Bolsonaro propõe-se a dizer as “verdades” que refletem a opinião do povo brasileiro. Se “A voz do povo é a voz de Deus!”, seus apoiadores o consideram um enviado de Deus, “então, ao falar em nome do povo, estaria o mandatário inspirado por Ele” (SILVA, 2021, p. 2).

O autor traça um breve panorama de três performances públicas de Bolsonaro desde o anúncio de que concorreria à presidência: 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).

Dessa forma, Bolsonaro deixou claro que qualquer inabilidade seria suprida por Deus, reforçando a admiração de seus apoiadores religiosos. A partir dessas premissas, o autor analisou como a espetacularização de sua performance contribuiu para a construção do imaginário de seus apoiadores.

Silva (2021, p. 5) encontrou semelhanças entre o significado da palavra “mito”, segundo o Dicionário Michaelis de Língua Portuguesa, e as atitudes de Bolsonaro, já que muitas das ideias ou posições assumidas por ele e a definição do termo são desprovidas de valor moral ou social. Contudo, para não ser simplista, o autor busca similaridades em outros atos praticados pelo presidente. Silva (2021, p. 6) explicou a hierofania atribuída a Bolsonaro recorrendo a decepção coletiva dos brasileiros com a política tradicional, contexto que explicaria parcialmente a designação de mito por seus apoiadores.

Ofensas, xingamentos, palavrões e obscenidades foram transformadas em performances e trazidas como espetáculo para o cotidiano político nacional. Essa descompostura de Bolsonaro resultou em maior visibilidade, já que matérias sobre insultos e/ou agressões aparecem com mais frequência nos jornais. A alta aparição e a autoridade do cargo fizeram aflorar um sentimento nacionalista extremista e uma compreensão deturpada da cidadania nos seus seguidores.

Em relação ao contexto pandêmico, o autor analisou alguns discursos oficiais de Bolsonaro – ocorridos em 6, 12 e 24 de março de 2021, em que ele incitou a população a participar de manifestações, estimulou a aglomeração em meio à pandemia e contrariou as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS), bem como de membros do próprio governo, trazendo descrédito a existência do vírus e das formas de transmissão e minimizando os efeitos da Covid-19.

O autor percebeu que o discurso de Bolsonaro oscilou entre teores religiosos, militares e populares, de modo a criar proximidade com públicos diversificados e constatou que os apoiadores dele assumiram um comportamento semelhante aos membros de um *fandom* – conjunto de fãs de personalidades midiáticas. Ambos se aproximam no sentido de que se envolvem de maneira não consciente com as práticas e os discursos dos personagens admirados.

O contato direto, presencial e o uso pessoal das redes sociais, sem o intermédio de assessores, também contribuíram para que a admiração por Bolsonaro crescesse e se fortalecesse, uma vez que ele rompeu com a maneira tradicional que a “velha política” se comunicava com os eleitores.

Por fim, Silva (2021, p. 15) conclui que as habilidades performática e comunicacional de Bolsonaro foram fundamentais para fidelizar seus seguidores. Suas palavras e aparições converteram-se em oportunidades de espetacularizações.

Renan Colombo, em seu artigo “Teorias da conspiração e *fake news*: o mito do Complô em boatos das eleições brasileiras de 2018”, investigou as manifestações de mitologia política em peças de desinformação que circularam nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Para identificar a presença e as características de quatro tipos específicos de mitos políticos, o autor analisou 134 boatos desmentidos pelo Projeto Conspira<sup>10</sup>. A pesquisa desenvolvida por ele teve caráter descritivo e a metodologia utilizada foi a análise de conteúdo do tipo categorial temática com abordagens qualitativas e quantitativas.

Colombo (2021, p. 2) se concentrou em dois fenômenos: a desinformação e a mitologia política, compreendendo o primeiro como a 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. O objetivo do artigo foi “identificar a incidência e utilização de elementos de mitologia política da conspiração no enredo dos boatos analisados” (COLOMBO, 2021, p. 2). Para tanto, o autor baseou-se no mito Complô que enseja a ideia de conspiração.

A característica central comum encontrada pelo autor para as mensagens de natureza inverídica 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.

Antes de tratar dos 134 boatos desmentidos pelo Projeto Conspira, o autor discorreu sobre as tendências nacionais de produção acadêmica acerca do tema, trouxe conceitos variados acerca do termo “*fake news*” e analisou o “espectro da desordem da informação”, esmiuçando suas categorias, fases e elementos (COLOMBO, 2021, p. 6). Mais adiante, o autor utilizou-se dessa categorização para

---

<sup>10</sup> 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.

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, até que descreveu o mito político do complô, dada sua centralidade no artigo.

O mito do complô propaga narrativas conspiracionistas e discursos que se assentam nas ideias de um poder que deseja a unificação das pessoas sob uma única e total autoridade, o que traria o aviltamento moral da sociedade. Esses discursos têm alto caráter simbólico, apresentam ameaças na figura do estrangeiro, o que justifica o apelo nacionalista (e xenofóbico), exploram grandes medos coletivos de apelo emotivo e não racional. Outro ponto destacado pelo autor é a capacidade dos mitos estabelecerem conexões com ideias já estabelecidas.

Colombo (2021, p. 12) separou seus resultados em três categorias: incidência geral de mitologia nos boatos; incidência de diferentes tipos de mitologia nos boatos e incidência do mito complô nos boatos.

Dos 134 boatos investigados, 84 (62,68% do total) possuíam incidência de manifestação mitológica alta e altíssima, levando à conclusão de que a presença de narrativas mitológicas foi majoritária no conjunto de boatos analisados e a mobilização de mitos políticos para a construção de boatos nas eleições presidenciais brasileiras de 2018 foi dominante e frequente.

Em um segundo momento, o autor analisou apenas os 84 boatos com incidência alta ou altíssima e concluiu que o mito de maior prevalência foi o da categoria Complô, presente em 69 casos (64,49% do total).

Por fim, a incidência do mito Complô ocorreu majoritariamente de maneira isolada, 55 casos (79,71% do total), em relação a sua ocorrência conjunta com outro(s) tipo(s) de mito e predominaram boatos que consistiam em teorias conspiratórias (3 em cada 4). Desses 69 boatos com incidência do Complô, 28 (40,58% do total dessa categoria) mencionavam o conjunto PT (Haddad – Lula) em um contexto exclusivamente desfavorável e/ou prejudicial e 27 (30,13%) mencionavam o conjunto PSL (Bolsonaro – General Mourão) em menções favoráveis ou benéficas.

Além disso, o tema dominante dos boatos foi a fraude eleitoral, especialmente sobre manipulação das urnas eletrônicas, procurando deslegitimar e questionar o próprio pleito. O autor conclui que as eleições presidenciais de 2018 foram fortemente marcadas pelo mito político, “com manifestação expressiva em dois

a cada três peças de desinformação analisadas” (COLOMBO, 2021, p. 17).

Por sua vez, Matheus Ribeiro Pereira, por meio de sua dissertação “*Storytelling* como ferramenta de discurso no Twitter: uma análise da campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018”, investigou de que modo o *storytelling* utilizado pelo candidato serviu como ferramenta de estreitamento do envolvimento entre ele e seus potenciais eleitores no meio digital. Como estudo de caso, foi selecionada a campanha presidencial de Jair Messias Bolsonaro de 2018 no Twitter, uma vez que o tempo da campanha televisionada do candidato era muito estreito. O objetivo foi descrever o perfil dos potenciais eleitores da nova direita brasileira, analisar os *tweets* de Bolsonaro entre 11 de setembro e 27 de outubro do ano eleitoral e identificar os mitos e a estratégia de comunicação empregada no discurso do candidato na plataforma.

Para este estudo, foram consideradas as análises do *storytelling* construído pelo candidato e dos *tweets* publicados por ele para compreender a relação entre essas práticas e a proximidade com potenciais eleitores da nova direita brasileira, assim como identificar os mitos e a estratégia de comunicação utilizadas por Bolsonaro.

Pereira (2021, p. 70) explicou como Bolsonaro utilizou o Twitter para se aproximar do eleitorado a partir da descrição da sua trajetória pessoal e política, expôs os perfis dos potenciais eleitores identificados com o movimento da nova direita brasileira e analisou o discurso de 473 *tweets* postados pelo candidato no período de 11 de setembro e 27 de outubro de 2018.

Em termos metodológicos, o pesquisador analisou o discurso do candidato a partir da relação entre língua e ideologia, entendendo essa última como a forma de o indivíduo posicionar-se quando se filia a um discurso, havendo relação direta com a construção de um imaginário. Pereira (2021, p. 84) dividiu a análise dos 473 *tweets* em semanas e buscou compreender a ideologia e a intenção em torno de cada postagem.

Já na análise dos primeiros *tweets* (11 a 17 de setembro de 2018), Pereira (2021, p. 84) identificou a presença de algumas características do *storytelling* presentes na narrativa adotada pelo candidato. Bolsonaro se aproveitou do atentado sofrido em Juiz de Fora (MG) para utilizá-lo como pauta central de sua campanha. O que pareceu colocá-lo como uma espécie de “herói” que sofreu uma agressão, mas que estava se recuperando para contra-atacar seu principal inimigo: a esquerda.

Essa narrativa elaborou um personagem digno de simpatia e admiração por seus esforços. O candidato enfatizou, inclusive, que necessitaria de apoio popular para superar a ocasião. Após o fato, Bolsonaro ganhou pontos consideráveis nas pesquisas de intenções de votos. Assim como concluiu Colombo (2021, p. 85), ficou evidente a estratégia de Bolsonaro contra o PT e seus representantes, construindo uma narrativa ordenada que foi capaz de consolidar o discurso que seus seguidores temiam e combatiam: transformação do Brasil em Venezuela<sup>11</sup>, troca de Ministérios por interesses próprios, controle da internet e da mídia.

Outro ponto observado por Pereira (2021, p. 86) foi a utilização da narrativa através de um *storytelling* às avessas, uma vez que, usualmente, essa estratégia chama a atenção por meio de fatores integradores e por vias propositivas; mas Bolsonaro também o fez inversamente, ou seja, mostrou que seu adversário seria a pior escolha e não apenas apresentando suas propostas e se posicionando como a melhor opção.

Pereira também analisou a forma como Bolsonaro tratou a imprensa por meio de seus *tweets*, observando que o candidato deslegitimava os veículos informacionais, tendo mais interesse em ser agressivo com a mídia do que em esclarecer as notícias nas quais se sentia injustiçado, tratando a imprensa como sua nova inimiga e apoiadora da esquerda – sua principal rival (2021, p. 89).

O autor observou que Bolsonaro e sua equipe possuíam uma real compreensão do Twitter ao estruturar suas postagens, uma vez que mantiveram a coerência narrativa desde o período analisado, deixando claro a história que queriam contar. Os *tweets* ampliaram aos poucos os ataques aos principais inimigos de sua campanha – esquerda, PT e imprensa, e evidenciaram Bolsonaro como o único protagonista possível.

Uma das conclusões do autor foi a de que Bolsonaro:

[...] personalizou seus discursos no Twitter de modo a formular uma história na qual desempenhava o papel de herói para um determinado nicho eleitoral, estruturando uma narrativa em que veículos de

---

<sup>11</sup> Estratégia eleitoral da direita que consistiu em simplificar o contexto venezuelano e espalhar o medo. Esses ataques ao país vizinho sugeriram que o Brasil poderia viver uma realidade similar à da Venezuela caso a esquerda vencesse as eleições. O cenário caótico foi construído na ideia de que os venezuelanos viviam em uma ditadura sem liberdade e em meio a fome, miséria e violência. Bolsonaro chegou a afirmar que não havia mais gatos e cachorros no país porque a população tinha comido os animais.

comunicação e a esquerda foram apresentados como inimigos a serem vencidos. (PEREIRA, 2021, p. 108)

Conclui que as principais estratégias utilizadas pelo candidato foram: formulação dos inimigos; coerência no desenvolvimento de sua história; a narrativa às avessas, único herói possível; a metáfora do capitão contra a violência; discurso transmidiático; simbologia do verde e amarelo (PEREIRA, 2021, p. 109).

Por fim, o autor constatou que o *storytelling* teve papel preponderante para o envolvimento das “personas” (PEREIRA, 2021, p. 111) da nova direita brasileira na campanha de Jair Bolsonaro no Twitter, em 2018.

Isabelly Cristiany Chaves Lima (2018) iniciou sua tese de doutorado “A invenção do mito Jair Bolsonaro e a construção da cidadania cristã-heteronormativa como retórica política” destacando o protagonismo da internet nas eleições brasileiras de 2018. O objetivo da autora foi refletir sobre a construção da imagem pública de Bolsonaro, fato que se entrelaça com a invenção do personagem político e da cidadania cristã-heteronormativa.

Como metodologia, Chaves (2021, p. 10) observou as estratégias de visibilidade dos principais movimentos e atores sociais que ofereceram suporte logístico e ideológico a Bolsonaro. Ela constatou que a agenda da moralidade e dos costumes foi uma plataforma relevante para o candidato, por meio da busca do humor, do ataque ao sistema, através do politicamente incorreto e dos discursos de ódio, disfarçados de liberdade de expressão.

A autora conclui que, em contextos em que a “unificação (‘pacífica’ e ‘legítima’) da sociedade é ameaçada pela comunidade LGBTQIAPN+, pelas feministas, pelo movimento negro, etc., com o discurso dominante sendo questionado, as distâncias sociais de classes sendo minimamente reduzidas, [...], parece que a incerteza, a insegurança, a imprevisibilidade” da mudança tornou o terreno fértil para a construção de imagens supostamente determinadas, seguras e rígidas como a de Bolsonaro e seu autoritarismo (LIMA, 2021, p. 234).

Segundo ela, a retórica de Bolsonaro não é apenas conservadora e cristã, mas reacionária, autoritária, opressora, antidemocrática e fundamentalista. Mas ela argumentou que ele “não é um mito, não é novidade, não é antissistema, não é ‘gente como a gente’, não é patriota, não é honesto, não é autêntico, corajoso e destemido” (LIMA, 2021, p. 235), na verdade ele não passa de uma “peça publicitária, uma invenção fabricada por um marketing político muito bem elaborado, fincado em

populismo digital, na demagogia, no espírito fascista. Certamente, Bolsonaro não representa a população brasileira” (LIMA, 2021, p. 235).

Para a autora, parte do eleitorado vê o patriotismo como enraizamento, a família tradicional como base, a violência como autodefesa, crê no mérito individual, no trabalho duro e em Deus. Contudo, outra parcela cooptou votos para ele em decorrência de uma crise democrática e representativa – uma parte desalentada da população brasileira, com sensação de abandono institucional.

Considerando todos os problemas enfrentados nos quatro anos de governo Bolsonaro, inclusive a pandemia de Covid-19, o ciberespaço tornou-se o lugar de imposição da imagem pública, com a produção frenética de imagens-devir, uso sistemático do meme, campanhas não-oficiais, além da política do espetáculo, da ecologia da aparência, da pós-verdade, das *fake news*, etc (LIMA, 2021, p. 237).

A autora observou que houve coerência entre a imagem fabricada e as atitudes exageradas e compartilhadas pelo público, um encontro entre forma e conteúdo. Para ela, os eleitores “aderiram a uma imagem pública que lhes fez sentido, que estava em sintonia com suas frequências” (LIMA, 2021, p. 238). Lima concluiu que Bolsonaro é resultado de um processo social que não pode ser desconsiderado ou tratado com banalidade, uma vez que seu discurso surtiu efeitos prático-discursivos.

Nesse sentido, depois da leitura desses principais trabalhos, observou-se que a manifestação de mitologia política nas eleições brasileiras de 2018 foi expressiva, sobretudo na campanha eleitoral do candidato. A maioria das publicações analisadas parte dos referenciais teóricos de Girardet (1987), tendo como fundamento os mitos políticos descritos por esse historiador francês: Complô, Era de Ouro, Salvador e Unidade. Os pesquisadores trataram da ascensão da nova direita brasileira e concordaram que essas mitologias contribuíram para atrair e fidelizar boa parcela dos eleitores.

Outros discursos também integraram a corrida presidencial, com destaque para as teorias da conspiração sobre fraudes no processo eleitoral, pautas morais em defesa dos valores e da família tradicional, retorno aos “bons e velhos” costumes, enquanto o ataque aos adversários, sobretudo ao PT e seus candidatos foram constantes na campanha eleitoral de Bolsonaro, que também se utilizou de informações inverídicas e espetacularização para se favorecer, o que acabou culminando em sua vitória como representante máximo da extrema-direita brasileira.

### 3 ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS DO INSTAGRAM

*“Eu sei que vai chegar um Messias; e quando chegar, ele nos vai mostrar todas as coisas.” João 4:25 (Versão Católica com cabeçalhos)*

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 desobstruí-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, vestindo uma camiseta azul marinho, com um relógio de modelo tradicional da marca Cássio e o rosto tenso e preocupado. Essa simplicidade na vestimenta, na postura e na fala amena costuma ser interpretada como uma forma de se aproximar do povo como uma pessoa comum

e atingível. Essa figura também é um importante mecanismo do discurso populista de direita. A preocupação canalizada pelo vídeo sugere a ideia de que Bolsonaro coloca os interesses da nação em primeiro plano e, dessa forma, afirma seu valor como salvador da pátria.

O populismo de direita é uma tendência política que tem ganhado destaque em várias partes do mundo nas últimas décadas. Essa abordagem política enfatiza a conexão direta entre um líder carismático e o povo, promovendo um forte senso de identidade nacional e frequentemente se apoiando em retórica *anti-establishment* político<sup>12</sup>.

Essa ideologia política é frequentemente personificada por um líder carismático que se apresenta como alguém próximo do povo. Esse líder é retratado como alguém com quem as pessoas comuns podem se identificar, alguém que compreende seus problemas e preocupações. Isso cria uma conexão emocional entre o líder e seus seguidores, reforçando a lealdade e a confiança.

Além disso, muitas vezes se baseia na promoção de uma identidade nacional forte e na defesa dos valores e tradições culturais do país. Os líderes populistas de direita tendem a adotar uma retórica antissistema político, criticando as elites políticas e econômicas. Eles se apresentam como os únicos capazes de enfrentar os problemas do país, muitas vezes acusando as instituições existentes de corrupção e ineficácia.

Analisando os elementos do vídeo de Bolsonaro, pode-se destacar como a figura do ex-presidente se encaixa nessa narrativa do populismo de direita. No conteúdo publicado, Bolsonaro é retratado de forma simples, criando a imagem de alguém comum, próximo do povo. Esses elementos refletem a ênfase na figura do líder carismático, uma característica distintiva do populismo de direita.

Além disso, a preocupação canalizada pelo vídeo (“*eu também estou tão chateado, tão triste quanto você. Mas temos que ter a cabeça no lugar.*”) sugere que Bolsonaro está igualmente frustrado, mas indignado. A ênfase em valores nacionais e a necessidade de proteger a identidade também podem ser identificadas nesse discurso, uma vez que Bolsonaro se apresenta como alguém comprometido em

---

<sup>12</sup> Denominação empregada para avaliar partidos que se assemelham à ideia de “partidos insurgentes”, ou seja, aqueles que propuseram “uma divisão fundamental entre o establishment político e ‘o povo’ e posicionaram-se como uma ‘marca desafiante’, que promete entregar democracia sem política”. (FLINDERS, 2015, p. 244).

defender os princípios tradicionais do Brasil – “(...) vamos fazer o que tem que ser feito, estou com vocês! E tenho certeza que vocês estão comigo!”.

A legenda do vídeo publicado no perfil @jairmessiasbolsonaro 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.

O Instagram foi a plataforma escolhida para a seleção dos comentários por ser a rede social que Bolsonaro acumula mais seguidores (25,4 milhões). Essa triagem justificou-se pelo fato de serem os que mais receberam interações e, por consequência, tiveram mais entrega e alcance. Os comentários que passaram pelo critério de seleção foram transcritos abaixo em ordem decrescente de curtidas:

@karolelloficial “O Brasil não tem ideia do quanto vai sentir sua falta presidente 🇧🇷❤️ haverá ranger de dentes infelizmente 😞 descanse presidente Jaja vão implorar por sua volta escreve aí ❤️👍🇧🇷” (98.427 curtidas e 4.286 respostas);

@felipe\_francischini “Força Presidente!” (61.705 curtidas e 912 respostas);

@brunoenglerdm “Muitos repórteres perguntando se eu vou às manifestações ou se estou organizando, querem encontrar um líder desse movimento e pintar-lhe um alvo nas costas. Não entendem que o POVO decidiu se manifestar, sem nenhum chamado ou liderança, motivados apenas por sua indignação.” (59.305 curtidas e 1.238 respostas);

@andrefernandesbr “Papel de líder: mesmo a manifestação sendo contra seus adversários, reforçou pedido para que desobstruam as rodovias.” (59.018 curtidas e 2.145 respostas);

@deputadoandersonmoraes “Nossos sonhos estão mais vivos do que nunca.” (49.193 curtidas e 805 respostas);

@wallaceleandro08 “Boa presidente 🇧🇷🇧🇷🇧🇷🇧🇷” (37.734 curtidas e 366 respostas);

@carolinedetoni “Estamos juntos, Presidente! 🇧🇷” (35.598 curtidas e 325 respostas);

@sf\_moro “👍👍” (23.457 curtidas e 816 respostas);

@zoebmartinez “Meu Presidente! 😞😞😞” (18.670 curtidas e 316 respostas);

@depheliolopes “SelvaBR” (17.292 curtidas e 222 respostas);

@brunoedenner 🇧🇷 (16.508 curtidas e 161 respostas);

@caroldias “Nós te amamos! Somos muito gratos por tudo @jairmessiasbolsonaro Nosso presidente ❤️🇧🇷” (14.651 curtidas e 238 respostas);

@e\_emilygracia “😞” (14.056 curtidas e 516 respostas);

@fernando\_francischini\_ “Estamos juntos!!!” (11.796 curtidas e 132 respostas);

@clarissagarotinho “O gigante já acordou! BRBRBR” (10.788 curtidas e 697 respostas);

@roger1o “👏👏👏👏” (10.587 curtidas e 42 respostas);

@wendellcarvalho “👏👏👏👏” (9.772 curtidas e 152 respostas);

@marianabrito “👏👏👏👏👏” (8.741 curtidas e 49 respostas);

@carteiroreaca “BRBRBRBRBRBR” (6.557 curtidas e 33 respostas);

@julianabonde “É isso” (6.528 curtidas e 147 respostas);

@biahrodriguez “Líder BR🙏 estamos com Você !” (6.393 curtidas e 124 respostas);

@robsonpeluquero “Obrigado 01 por trazer de volta ao povo brasileiro o prazer e orgulho de ser Brasileiro. BRBRBRBR” (6.336 curtidas e 78 respostas);

@bellafalconi “Estamos com você até o fim” (5.702 curtidas e 94 respostas);

@bellafalconi “O povo decidiu, a voz povo está clamando por liberdade” (5.519 curtidas e 120 respostas);

@davisacer “Meu presidente BRBRBRBR” (5.229 curtidas e 83 respostas);

@clarissagarotinho “Nosso presidente!!! 👏👏👏👏👏👏” (5.175 curtidas e 259 respostas);

@milamarsili “Que Deus te abençoe, presidente.” (4.666 curtidas e 40 respostas);

@davidmquinlan “Melhor Presidente!!!” (4.339 curtidas e 54 respostas);

@felippevaladao “Boa meu presidente 👏👏👏👏” (4.298 curtidas e 39 respostas);

@carlosmagno “Resumo desse vídeo: sensatez. Parabéns pela postura, daqui 4 anos vou votar no senhor novamente! Por favor, aguarde firme até lá 🇧🇷” (4.040 curtidas e 96 respostas);

@robsonpeluquero “Estamos com o senhor Capitão! BR” (3.878 curtidas e 33 respostas);

@erosprado “ESTAMOS JUNTOS PRESIDENTE !!!!!” (3.668 curtidas e 54

respostas);

@cabogilbertosilva “Que Deus abençoe a nossa nação” (3.348 curtidas e 98 respostas);

@clarissagarotinho “BRBRBRBRBRBR” (3.334 curtidas e 48 respostas);

@elaine\_dejesus “O melhor Presidente do Brasil BR🙏” (3.313 curtidas e 126 respostas);

@robertazuniga “Obrigada presidente, por lutar com bravura pela nossa nação! Por nos despertar AMOR A PÁTRIA e por nos fazer acreditar na política novamente. Hoje é um dia triste para nos, mas cremos que nao há nada que esteja encoberto que nao venha a ser revelado !! Deus é Deus 🙏🙏 e o mal não prospera” (2.955 curtidas e 164 respostas);

@kyragracie “BRBRBRBRBRBR” (2.932 curtidas e 80 respostas);

@biahrodriguesz “🙌🙌🙌🙌” (2.790 curtidas e 36 respostas);

@isareias “Legado NINGUÉM apaga...BR🙏” (2.738 curtidas e 122 respostas);

@allissonrodrigues\_ “Força meu presidente!!! não desista dos brasileiros!! 🙏🙏🙏🙏🙏🙏 BRBR 🙏🙏 Ainda existe pessoas de bem no nosso país!!! (2.620 curtidas e 30 respostas);

@conservadoresbr “Melhor presidente da história!BR” (1.891 curtidas e 103 respostas);

@maaicavalcante “O MELHOR PRESIDENTE QUE JÁ TIVEMOS, NUNCA EXISTIRÁ OUTRO IGUAL! BRBRBRBRBRBRBR” (1.833 curtidas e 87 respostas);

@pollyoliveirareal “Nos vemos no chá revelação ❤️” (1.832 curtidas e 201 respostas);

@carlinhoshumor “Isso não basta. Ouça a nação e faça alguma coisa. O Senhor jurou dar a vida pela pátria e pela nação brasileira. Não deixe que o crime e os chefes de facções assumam o poder. Vossa excelência já tem motivos de sobra. Não caia no jogo do sistema.

A gente está confiando em você! Não desaponte os seus eleitores.

Oremos e aguardemos! .... #

#ntervençãomilitarjá BR🙏BR🙏BRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBR 🙏🙏🙏🙏🙏” (1.790 curtidas e 231 respostas);

@direitaconservadora1.0 “Estamos juntos, presidente!!BR” (1.789 curtidas e 5 respostas);

@eiifernando “MEU PRESIDENTE ❤️” (1.680 curtidas e 29 respostas);

@rodrigocintra “🙌🙌🙌🙌” (1.668 curtidas e 37 respostas);

@elaine\_dejesus “O Brasil te ama, estamos com vc sr. presidente, em oração sempre!! BR” (1.511 curtidas e 83 respostas);

@jaquelline “Rondônia está com você 🍀💙” (1.404 curtidas e 68 respostas);

@rodrigomarim “Estamos com vc! 🙏BR Brasil precisa do nosso presidente Bolsonaro” (1.401 curtidas e 28 respostas);

@fernandasierafitness “OBRIGADA POR TUDO PRESIDENTE! Por nos fazer patriotas novamente, por ter orgulho do país em que vivemos durante seu governo! Por nos fazer acreditar na política e ser mais participativo, até mesmo por quem nunca teve essa vontade! O Brasil está contigo e nossa bandeira NUNCA SERA VERMELHA! BRBRBRBRBRBRBRBRBRBRBR 🙏🙏🙏🙏” (1.379 curtidas e 80 respostas);

@deboramlyra “Aiii presidente! Q sonho o senhor vir aqui dar a notícia de q o jogo virou 😞👉 não vamos desistir” (1.205 curtidas e 92 respostas);

@barretto “BR” (1.200 curtidas e 13 respostas);

@diogo305 Deus acima de todos 🙏BRBRBR” (1.185 curtidas e 128 respostas);

@lalarudge “👏👏👏👏👏👏BR” (1.165 curtidas e 17 respostas);

@alanapassosrj “Estamos contigo, presidente! Jamais te abandonaremos!!” (1.151 curtidas e 14 respostas);

@capitaobolsonaro “Esta muito dificil digerir isso presidente....” (1.104 curtidas e 118 respostas);

@danlellis “VOCÊ VAI SER MEU PRESIDENTE NÃO ACEITO OUTRO! 🙏🙏” (1.092 curtidas e 85 respostas);

@bambamoficial “Você é o líder e ponto BRBR👉👏👏👏👏 Mito ,” (1.036 curtidas e 73 respostas).

Outros comentários chamaram bastante a atenção e ajudaram a compreender o teor das respostas em razão da carga de mitologia política que carregam, mas não foram contabilizados na análise devido aos critérios de escolha do *corpus*; contudo, colaboraram para melhor entender o contexto em que os comentários aconteceram, são estes:

@uelitamello “Você é nossa única esperança abaixo de Deus”;

@adriana\_fernandes “Sempre será meu presidente! Homem destinado! BRBRBRBR 🙏BR💙”;

@marcia\_vegette “Nosso presidente adorado. Quanta falta nos fará. Mas tenho fé que ainda haverá um milagre. Deus te abençoe imensamente 🙏”;

@vivianeбора “Presidente, estamos atentos e ansiosos pelo próximo passo BRBRBRBRBRBR” Estamos todos juntos em nome de Jesus pelo nosso Brasil! O

Planeta vai tremer 🙏❤️❤️❤️❤️ Aqui é BrasilBRBRBRBRBRBRBR;

@gislene600 “Presidente, nós não estamos chateados com o senhor não. Somos confiantes. Vai dar tudo certo. O bem sempre vence e queremos o senhor como presidente. Conta com a gente estamos juntos e firmes por um Brasil BRmelhor.”;

@cacautabatchnik “Desculpa capitão, mas vamos te desobedecer, com todo respeito BR🙏 SELVAAAA”;

@christianbittencourtt “@jairmessiasbolsonaro fraude braba e não vai fazer nada?? Entregar para os m@rginais mesmo???”;

@passaportecultura “O Brasil está com vc, Presidente . O povo está contigo. Nós queremos intervenção federal. Voltei agora pouco da manifestação em São Paulo, em frente ao Comando Militar do Sudoeste. Muito obrigada por ser o melhor Presidente que o País já teve. Gratidão. Deus abençoe você e sua família BRBR🙏🙏🙏”;

@leo\_tchegarotos “Está cansado nosso presidente! Tantas provações que esse homem passou!!! Apanhou maia que qualquer um , foi esfaqueado e quase morreu, falou a linguagem do povo, nos mostrou o quanto esse país e seus políticos são podres e corruptos, foj apedrejado por bandidos e gente do mau, usado por falsos amigos e massacrado pela imprensa podre que só pensa em \$\$!  
DESCANSA CAPITÃO cuide de sua saúde , não perdemos a guerra!!  
Bora preparar a tropa pra 2026 , vamos com tudo e não sobrará pedra sobre pedra!  
#selva BR”;

@marciacardoso20 “Até hoje não entendo seu silêncio. Permitiu que o molusco tomasse a liderança (que ele nunca perdeu). Seu silêncio deu voz alta demais aos esquerdistas. Não sei porquê lutamos. Como um capitão se mantém em silêncio absoluto quando seu barco esta afundando? Esperava mais liderança, atitude e coragem. Todos ficamos tristes, ficamos desnorteados, pra baixo sim. Porém seu silêncio nos deixou sem rumo”.

Observou-se que a maioria desses comentários foi feita por perfis verificados que, em regra, são 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, juntas resultaram em 697.840 interações, número expressivo em relação à participação dos usuários na postagem, e que tornou a amostra significativa para a realização desta pesquisa. Todos os comentários foram transcritos na íntegra, inclusive mantendo-se *emojis*, erros gramaticais, de pontuação, de coesão e de coerência.

Em linhas gerais, os comentários expressam a falta que Bolsonaro fará ao Brasil e sugerem que haverá arrependimento por sua ausência. Os termos utilizados enfatizam sua importância como líder insubstituível, alinhando-o com o mito

do Salvador da Pátria e com a devoção à figura do presidente. Os comentários transmitem apoio incondicional ao ex-presidente, fortalecendo a narrativa de que Bolsonaro é o líder e que merece apoio de seus seguidores, além de reforçarem a ideia de lealdade à figura dele.

Alguns comentários destacam a suposta motivação espontânea dos seguidores em se manifestar, sem a necessidade de uma liderança formal, enfatizando a ideia de que o povo agia por conta própria, reforçando as narrativas antissistema político comum ao populismo de direito. No vídeo, Bolsonaro frisa: “E deixo claro, vocês tão se manifestando espontaneamente (...)”, enquanto um dos comentários reforça a fala do ex-presidente: “(...) o POVO decidiu se manifestar, sem nenhum chamado ou liderança, motivados apenas por sua indignação.”

Além disso, muitos comentários transmitem a crença de que Bolsonaro é a única esperança para a realização dos sonhos da sua base de apoiadores, alinhando-se com o mito do Salvador da Pátria. Mesmo os comentários mais simples (com poucas palavras ou apenas *emojis* de aplausos e bandeiras nacionais, por exemplo) demonstram apoio e entusiasmo em relação ao ex-presidente, o que reforça a imagem de Bolsonaro como um líder carismático e patriótico. Outros ainda destacam a união e a solidariedade com o candidato derrotado e reforçam a ideia de uma base de apoiadores unida sob a liderança de Bolsonaro.

O comentário mais expressivo em termos de interação recebeu quase 100 mil curtidas e mais de 4 mil respostas e manipulou de maneira bastante clara essa esperança em alguém que livrasse o país de suas dificuldades, alimentando ainda um saudosismo prematuro. A autora do comentário lamenta a falta que o líder fará e afirma que as pessoas implorarão para que ele volte. Além disso, ainda faz uma referência bíblica de que haveria “ranger de dente” pela ausência do presidente.

**Figura 4** – Print do comentário de @karolelloficial



**Fonte:** Instagram @jairmessiasbolsonaro

A figura de Bolsonaro se alinha com o mito do Salvador da Pátria e o vídeo enfatiza essas características. Esse mito é uma narrativa política que desempenha um papel significativo em cenários políticos. Ele geralmente implica a ideia de um líder providencial, frequentemente carismático, que se apresenta como a única esperança capaz de salvar a nação de crises ou ameaças percebidas.

O líder que o encarna é frequentemente retratado com qualidades excepcionais, como carisma, coragem e determinação. Ele se diferencia do comum dos mortais e é visto como a personificação da virtude e da competência. Muitas vezes carrega conotações messiânicas, como se tivesse sido escolhido por um destino superior para liderar a nação em tempos difíceis. Ele é visto como o único capaz de cumprir essa missão.

A postura tensa e preocupada de Bolsonaro no vídeo é projetada para transmitir a ideia de que ele está genuinamente preocupado com a nação e está disposto a lutar por seus interesses. Isso se encaixa com a narrativa do líder providencial que se coloca como o único capaz de salvar a pátria.

Além disso, o vídeo divulgado após a derrota nas eleições pode ser visto como uma promessa implícita de que Bolsonaro ainda é a única esperança e a solução para os problemas do Brasil, apesar da derrota. Essa promessa é um traço característico do mito do Salvador da Pátria.

Dessa forma, sua comunicação se alinha com o mito do Salvador da Pátria utilizando-se de elementos desse mito para influenciar a percepção pública e a opinião de seus seguidores, notadamente presente nos comentários da publicação.

A conta @brunoenglerdm afirma que muitos repórteres estavam em busca de um líder para as manifestações contra o resultado das eleições, mas que na

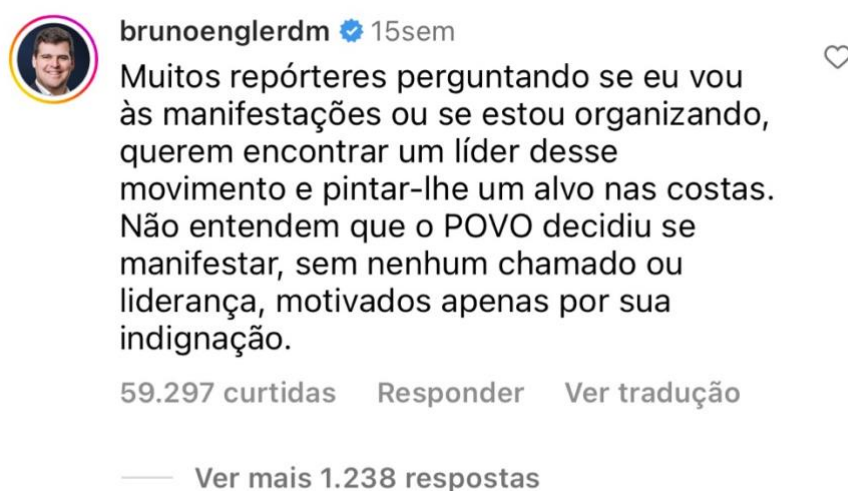
verdade o povo estava agindo por conta própria, “sem nenhum chamado ou liderança” e que as pessoas estavam sendo movidas pela indignação.

Para Girardet (1987), esse papel mobilizador é justamente exercido pelo mito político e pelo seu dinamismo profético. Apesar de Bolsonaro não ter convocado diretamente as manifestações, ele jamais deixou de insinuar, instigando a imaginação de seus eleitores, além de encorajá-los às manifestações.

Na verdade, esse chamado foi realizado insistentemente durante todo o mandato, com particular ênfase no dia 7 de setembro de 2021. “O presidente Jair Bolsonaro fez uma série de ameaças ao Supremo Tribunal Federal (STF) e à democracia nesta terça-feira (7/9) em discursos na Esplanada dos Ministérios, em Brasília, e na Avenida Paulista, em São Paulo” (AS AMEAÇAS, 2021).

Previendo a derrota, Bolsonaro alardeava uma suposta fraude nas urnas e alimentou teorias da conspiração entre seu eleitorado. Ele “chamou as eleições de ‘farsa’, disse que só sai da presidência ‘preso ou morto’ e exaltou a desobediência à Justiça” (AS AMEAÇAS, 2021). Com a indignação latente, seu público já estava predisposto a agir no caso de uma derrota eleitoral. Portanto, a manipulação desses mitos políticos foi sistemática.

**Figura 5** – Print do comentário de @brunoenglerdm



**Fonte:** Instagram @jairmessiasbolsonaro

Contudo, observou-se que a palavra “líder” apareceu com frequência nos comentários em uma clara referência ao papel atribuído a ele. Grande parte das respostas transmitem a esperança 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”.

Por meio da análise do tom, estilo de escrita e argumentos presentes em cada comentário, pode-se identificar algumas categorias da mitologia política de Raoul Girardet, destacam-se algumas características de comentários afins.

Comentários como “Nós te amamos! Somos muito gratos por tudo @jairmessiasbolsonaro Nosso presidente 🇧🇷” e “Estamos juntos!!!” representam uma categoria de apoio incondicional a Bolsonaro. O tom desses comentários é fortemente emocional, com expressões de afeto e lealdade inabalável ao líder, promovendo uma conexão emocional entre o presidente e seus apoiadores. Os argumentos não são profundos, mas a ênfase está na expressão do apoio e da devoção.

**Figura 6** – Print do comentário de @bellafalconi



**Fonte:** Instagram @jairmessiasbolsonaro

Os comentários evocam um salvador para instruir os próximos passos adotados pelo povo. Essa atitude de atribuir a uma única pessoa toda a responsabilidade pelas transformações sociais afasta a responsabilidade da própria sociedade, dificulta seu crescimento e atrasa o fortalecimento das instituições democráticas. 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 as características e os atributos necessários para conduzir o país a vitória. Bolsonaro é retratado como o soldado valente que lutou pelo seu 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.

Por sua vez, comentários como "Líder BR 🙏 estamos com Você !" e "ESTAMOS JUNTOS PRESIDENTE !!!!!" transmitem esperança e compromisso com Bolsonaro. Adotam um tom positivo e motivacional, expressando a crença de que o presidente ainda pode fazer a diferença. Eles também demonstram a disposição dos apoiadores em permanecer engajados na política e continuar apoiando Bolsonaro em futuros posicionamentos.

Bolsonaro 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 do Salvador da Pátria fica, mais uma vez, explícita nesse conjunto de comentários.

O comentário de @robertazuniga também ilustrou a crença de que Bolsonaro era o líder capaz de salvar o país dos seus problemas, mesmo após ter sido derrotado nas eleições. Além disso, a expectativa de que Deus revelaria a verdade e que o mal não prosperaria também sugeriu a crença de que a derrota nas eleições foi uma injustiça ou uma interferência do mal e que somente Bolsonaro poderia trazer justiça à essa situação.

O comentário “Brasil precisa do nosso presidente Bolsonaro” indica que, para essa parcela dos eleitores de Bolsonaro, 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 7** – Print do comentário de @danlellis



**Fonte:** Instagram @jairmessiasbolsonaro

A ideia de que existia uma conspiração por trás do processo eleitoral fica evidente em alguns comentários, o que permite inferir que o mito do complô

também esteve presente no conjunto de respostas ao vídeo publicado.

O medo de que algum plano estava sendo elaborado contra a nação permeou a imaginação dos seguidores: “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<sup>13</sup>”, “o bem sempre vence”, “fraude brava”, “marginais”, “políticos são podres e corruptos”, “gente do mal”, “falsos amigos”, “imprensa podre”, “molusco”. As palavras utilizadas remetem as conspirações malignas da podridão que se ocultam nas trevas para espalhar o caos.

O comentário “Selva” da conta @depheliolopes alcançou mais de 17 mil curtidas e não é o único que contém a palavra. O termo foi recorrente em outros comentários e remete a uma saudação militar. Conta-se que, na época da criação do Centro de Instrução de Guerra na Selva (CIGS),<sup>14</sup> não havia ficha de serviço, o que levava os sentinelas a perguntarem o destino das viaturas que saíam do quartel. Quase sempre respondia-se “Selva!”. A palavra tornou-se uma saudação que se alastrou e expandiu seu significado entre os militares (CIGS, 2023).

No contexto analisado, “selva” foi popularizado como a palavra-chave que autorizaria os soldados a iniciarem as ações contra o resultado das eleições. Os bolsonaristas 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”, a partir dela o resultado das urnas seria revisto e a fraude investigada. “Selva” foi usada como uma espécie de código entre as pessoas de extrema-direita.

Outros comentários, tais como “Isso não basta. Ouça a nação e faça alguma coisa... A gente está confiando em você! Não desaponte os seus eleitores. Oremos e aguardemos! ...” representam apoio crítico e a expectativa de que alguma solução seria revelada. Esses comentários adotam um tom mais urgente e desafiador, expressando expectativas de ação por parte do presidente. Eles argumentam que Bolsonaro deve corresponder às expectativas de seus eleitores e tomar medidas

---

<sup>13</sup> Em uma referência a bandeira vermelha do Partido dos Trabalhadores (PT), o termo expressa o desejo da extrema-direita de não presenciar o Brasil sendo governado por qualquer representante desse partido.

<sup>14</sup> O Centro de Instrução de Guerra na Selva (CIGS) foi criado em 2 de março de 1964. Os cursos são ministrados em três categorias: para oficiais superiores, para capitães e tenentes e para subtenentes e sargentos. Os cursos especializam combatentes de selva.

decisivas. A combinação de apoio e clamor reflete a complexidade das relações entre o líder e seus apoiadores.

Exemplos de comentários como esses ilustram as diferentes nuances da comunicação política em um contexto pós-eleitoral. Essa análise fornece insights valiosos sobre como a estratégia de comunicação de Bolsonaro foi percebida e interpretada por sua base de apoiadores, e como essa comunicação afeta a relação entre o líder e seus seguidores.

Outra manifestação mitológica constatada foi a da Unidade. Os comentários refletiram “o prazer e orgulho” de fazer parte de uma nação, o amor por ser brasileiro. Expressões que reforçam a sensação de pertencimento, as pessoas se sentiram fazendo parte de um plano maior e transmitiram em suas respostas esse senso de pertencer a uma sociedade que estava unida em torno de um bem maior, de um objetivo único: “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<sup>15</sup> já acordou”, ainda existem pessoas de bem no nosso país”.

Destaque também para os *emojis* da bandeira do Brasil, muitos comentários apresentaram esse tipo de simbologia. A bandeira do Brasil é um símbolo utilizado para representar o país e suas instituições. Nos comentários, a presença desse *emoji* pode ser interpretada de diferentes maneiras, dependendo do contexto em que é usado. De maneira geral, a bandeira do Brasil pode ser vista como um símbolo patriótico e um apelo à identidade nacional. Muitas contas usaram a bandeira do Brasil em seus comentários como um forma de apoio às políticas nacionalistas e conservadoras de Bolsonaro e para demonstrar seu orgulho e amor ao país.

---

<sup>15</sup> A palavra gigante refere-se ao Brasil, país de extensões continentais. A expressão “o gigante acordou” equivale a dizer que o país está pronto para lutar por seus direitos e para estabelecer a justiça.

**Figura 8** – Print de comentários com *emojis* da bandeira do Brasil



**Fonte:** Instagram @jairmessiasbolsonaro

Inclusive alguns comentários alegavam que Bolsonaro teria resgatado o prazer e o orgulho de ser brasileiro e patriota, fazendo com que as pessoas acreditassem de novo na política e na nação. Portanto, a utilização desse símbolo também pode ser vista como uma estratégia de mobilização política para unir os apoiadores de Bolsonaro em torno de uma causa comum, traduzindo dessa forma o mito da Unidade. Essa simbologia também pode ser vista como um reflexo da polarização política no Brasil e da manipulação de mitologias políticas para mobilizar e engajar apoiadores. Em vez de representar o país, a bandeira foi usada como um símbolo de apoio ao governo de Bolsonaro.

A bandeira é um “símbolo de proteção, concedida ou implorada. O portador de uma bandeira ou de um estandarte ergue-o acima de sua cabeça. De certo modo, lança um apelo ao céu, cria um elo entre o alto e o baixo, o celeste e o terreno.” Além disso, ela também carrega uma simbologia religiosa que significa a proteção de Deus, a vitória de Cristo, a elevação do espírito. É um símbolo de proteção da pessoa, moral ou física, de quem ela é a insígnia (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2001, p. 119). Ao mesmo tempo, a análise dessas respostas também mostrou como essas mitologias foram usadas de maneira seletiva para promover uma visão particular do que significa ser brasileiro, além de justificar crenças e ações políticas específicas.

A estratégia de comunicação adotada por Bolsonaro no vídeo pós-eleição gerou reações na opinião pública. A base de apoiadores de Bolsonaro reagiu de forma positiva, demonstrando apoio inabalável e solidariedade incondicional ao ex-presidente. Isso se traduziu em curtidas, compartilhamentos e comentários entusiasmados que exaltam a liderança de Bolsonaro.

Essas reações serviram para consolidar a imagem de Bolsonaro como um líder carismático e influente. O vídeo também gerou debates em diferentes esferas da sociedade. Os comentários e a cobertura midiática refletiram a polarização política no Brasil. A estratégia de Bolsonaro não apenas consolidou o apoio de sua base, mas também alimentou as chamadas divisões políticas existentes.

O vídeo de Bolsonaro pós-eleição também teve um impacto significativo na mobilização política. Ele motivou parte de sua base de apoiadores a se envolver mais ativamente na política. Manifestações, carreatas e protestos foram organizados por grupos de seguidores que se sentiram instigados pela mensagem de Bolsonaro. Essa mobilização indica que Bolsonaro atuou deliberadamente ao inspirar a movimentação de seus seguidores, que se sentiram compelidos a agir em conformidade com a mensagem do vídeo.

Por outro lado, para aqueles que se opõem a Bolsonaro, o vídeo gerou desconfiança e preocupação. Eles viram a estratégia do presidente como um sinal de polarização política e divisão na sociedade. Isso também teve um impacto, com alguns eleitores tomando posições mais firmes em relação a candidatos e partidos que se alinham com ou se opõem a Bolsonaro.

Os comentários transcritos representam uma variedade de reações entre os apoiadores de Bolsonaro após sua derrota nas eleições de 2022. Eles refletem a forma como esses seguidores manipularam os mitos políticos que foram cuidadosamente cultivados durante as campanhas presidenciais e ao longo de seu governo.

Comentários de apoio incondicional demonstram a devoção e a ligação emocional entre o líder e seus seguidores, enfatizando a imagem de Bolsonaro como um líder carismático e patriótico. Comentários de esperança e compromisso ressaltam a crença contínua na capacidade de Bolsonaro. Por outro lado, comentários de apoio crítico mostram a complexidade das relações entre o presidente e sua base, onde os seguidores expressam expectativas de ação e desafiam o líder a corresponder às suas esperanças.

No geral, esses comentários ilustram como a estratégia de comunicação de Bolsonaro foi eficaz em cultivar mitos políticos que perduraram após a derrota nas eleições, mantendo um forte senso de identidade nacionalista e devoção entre seus apoiadores. Durante suas duas campanhas eleitorais como candidato à presidência e seu mandato como Chefe do Executivo, Bolsonaro construiu uma imagem de si mesmo como um líder que personifica os valores da pátria e se coloca como o único capaz de resolver os problemas do país.

Essa narrativa, alinhada ao mito do "Salvador da Pátria", persistiu mesmo após a derrota nas eleições, como evidenciado pelos comentários de apoio incondicional, que expressam uma devoção contínua e um forte apego emocional ao presidente.

Além disso, a estratégia de comunicação de Bolsonaro também promoveu um senso de identidade nacionalista entre seus apoiadores, destacando a importância de valores tradicionais. Os comentários de esperança e compromisso refletem essa identidade, onde os seguidores expressam a crença de que Bolsonaro é o guardião desses valores.

Mesmo os comentários de apoio crítico e expectativas, que desafiam o presidente a agir, refletem a manutenção da identidade nacionalista e da devoção, já que eles demonstram a expectativa de que Bolsonaro cumpra seu papel de líder patriótico.

Em resumo, a estratégia de comunicação de Bolsonaro, que se baseou em mitos políticos e nacionalismo, perdurou além da derrota eleitoral, mantendo seus apoiadores engajados e emocionalmente ligados a sua liderança e aos valores que ele representa. Isso sugere a resiliência das estratégias populistas de direita e destaca a importância de compreender como a comunicação política molda a identidade e a devoção dos apoiadores.

Os comentários analisados demonstraram ser a expressão de uma cultura autoritária e paternalista. 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 até mesmo a prematura sensação de nostalgia em relação a uma época idealizada apareceram nas respostas ao vídeo. O destaque dessas interpretações foi para o mito do Salvador da Pátria, que marcou sua presença com mais frequência e intensidade. Por fim, revelou-se a importância de entender as mitologias políticas presentes na consciência coletiva e

como elas podem ser usadas para influenciar o comportamento político e as escolhas eleitorais das pessoas.

## 4 CONCLUSÃO

*“E, sendo ele consumado, veio a ser a causa de eterna salvação para todos os que lhe obedecem.”  
Oséias 13:4*

A mitologia política é um elemento importante para a construção da identidade coletiva e para a mobilização política, mas quando é manipulada pela extrema-direita, pode ter efeitos perigosos para a democracia. A presente pesquisa partiu do princípio que a mitologia política é um elemento que pode ser explorado por líderes políticos para a construção de uma narrativa que mobilize afetos e identidades coletivas, o que pode levar a uma polarização exacerbada e ao enfraquecimento de instituições democráticas.

Os mitos políticos se mostraram um fenômeno bastante incidente nos comentários que circularam no vídeo postado por Bolsonaro em 2 de novembro de 2022 após a derrota nas eleições presidenciais brasileiras, com a aparição expressiva das constelações mitológicas, sobretudo o mito do Salvador da Pátria. Esta pesquisa destacou a importância de uma análise crítica da política a partir da teoria da mitologia política. A abordagem permitiu compreender os mitos como elementos constitutivos do imaginário político e identificar a sua presença no discurso político contemporâneo

A análise dos comentários publicados no vídeo de Bolsonaro revelou que a forma como o mito do Salvador da Pátria utilizada pela extrema-direita brasileira, como uma construção ideológica de legitimação de poder precisa ser desconstruída para que haja o fortalecimento de uma sociedade mais democrática e plural. Ao manipular símbolos mitológicos, Bolsonaro construiu uma imagem pública que mobilizou uma parte significativa da população, como demonstrado pela quantidade de votos conquistados por ele em ambas as eleições – 2018 e 2022, inclusive, recebeu mais votos quando perdeu (58.206.354) do que quando ganhou (57.797.847 votos), o que demonstrou que essa figura política manteve grande parte de sua força, influência e capacidade de fidelização de adeptos.

No entanto, a derrota de 2022 revelou os limites dessa estratégia e a importância da análise desses discursos e comentários como forma de compreender a uma sociedade em uma determinada época, uma vez que momentos de crises e instabilidades são mais propícios para a manipulação desses mitos políticos. Faz-se necessário, portanto, continuar a investigação acerca das mitologias políticas

presentes na cultura e na sociedade brasileira a fim de compreender como elas despertam e acessam a consciência coletiva, influenciam decisões políticas, ditam o ritmo da sociedade e conduzem o rumo da nação.

No mais, a análise dos comentários publicados em resposta ao vídeo postado no Instagram de Bolsonaro sugeriu que a mitologia do Salvador da Pátria é um tema presente na política brasileira contemporânea. O salvador apareceu como um dispositivo ideológico que mobilizou afetos, identidades e consolidou um campo discursivo polarizado em torno de uma figura messiânica.

Portanto, a análise desses elementos revela a importância de compreender o uso de mitos políticos na comunicação de Bolsonaro. Isso não apenas lança luz sobre sua estratégia de comunicação, mas também destaca as implicações políticas e sociais desse fenômeno. O impacto na opinião pública, a polarização e a mobilização política são elementos que moldam o cenário político brasileiro e têm implicações de longo prazo para o país. Essa análise contribui para uma compreensão das dinâmicas políticas em um contexto global onde o populismo de direita desempenha um papel significativo.

A estratégia de comunicação adotada por Bolsonaro frequentemente adota uma postura anti-institucional, contribuindo para a desconfiança nas instituições democráticas. Isso pode minar a estabilidade das instituições e prejudicar a capacidade do governo de administrar eficazmente, com consequências para a qualidade da democracia no Brasil.

Além disso, o uso de estratégias populistas de direita por Bolsonaro faz parte de um movimento político global que enfatiza elementos como nacionalismo, anti-globalismo e desconfiança nas instituições. Esse posicionamento pode influenciar as decisões políticas internacionais e modificar a posição do Brasil no cenário global.

Por fim, o Brasil enfrenta desafios socioeconômicos complexos, como desigualdade, pobreza, segurança, educação e saúde precárias. A forma como essas questões são abordadas e resolvidas a longo prazo é fundamental para o futuro do país. As estratégias de comunicação podem influenciar a formulação de políticas e a capacidade do governo de enfrentar esses problemas. Esses elementos, portanto, são críticos para a compreensão do cenário político brasileiro e têm implicações duradouras para o Brasil e para a sua trajetória política e social.

Esta dissertação oferece uma base sólida para futuras pesquisas, destacando a necessidade de aprofundar a compreensão das estratégias de

comunicação adotadas por líderes populistas de direita e seu impacto nas sociedades contemporâneas.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Alcemar Dionet de; SILVA, Jonathan Chasko da. A metodologia de pesquisa em análise do discurso. *Grau Zero: Revista de Crítica Cultural*. v.5. n. 1. Bahia: 2017. Disponível em: <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/grauzero/article/view/3492>>. Acesso em: 22 jan 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 – Dossiê Novas Faces do Poder, v. 22, n. 2, 2019. Disponível em: <<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2019/10/26253-68685-1-PB.pdf>>. Acesso em: 13 jun 2021.

BACZKO, Bronislaw. **A imaginação social**. In: Leach, Edmund et Alii. **Anthropos-Homem**. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Presses Universitaires de France (PUF), 1977. Distribuidora: Livraria Martins Fontes, São Paulo. Título original: *L'analyse de contenu*.

BATISTA, Rodrigo. **Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante governo Bolsonaro**. Senado Notícias, 15 jun 2022. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>>. Acesso em: 22 fev 2023.

BBC NEWS BRASIL. **As ameaças de Bolsonaro em discursos no 7 de Setembro**. Publicado em: 7 set 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58479785>>. Acesso em: 12 mar 2023.

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. pp. 70-80 e 85-94. 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.

BRAUN, Julia. **Eleições 2022: pastores fazem pressão por voto e ameaçam fiéis com punição divina e medidas disciplinares**. BBC NEWS BRASIL: 19 out 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63209750>>. Acesso em: 22 fev 2023.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. 1 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. Dicionário de símbolos: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números). Coordenação de Carlos Sussekind; tradução de Vera da Costa e Silva *et al.* 16 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

CIGS. **A história do Centro de Instrução de Guerra na Selva**. Exército brasileiro

Centro Coronel Jorge Teixeira: 2023. Disponível em: <<https://cigs.eb.mil.br/index.php/o-cigs>>. Acesso em: 21 fev 2023.

COELHO, Gabriela. **Não reconhecer resultado é impensável e não há espaço para retrocesso, diz Marco Aurélio**. CNN BRASIL. Eleições 2022: 1 nov 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/nao-reconhecer-resultado-e-impensavel-e-nao-ha-espaco-para-retrocesso-diz-marco-aurelio/>>. Acesso em: 22 fev 2023.

COLOMBO, Renan. **Teorias da conspiração e fake news: o mito do Complô em boatos das eleições brasileiras de 2018**. SOUSA, Jorge Pedro (org.). Porto: Fundação Fernando Pessoa: Jornalismo e Estudos Mediáticos, Memória IV, 2021. pp. 81-99. Disponível em: <[https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/36288599/ebook\\_mem\\_ria\\_IV.pdf#page=81](https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/36288599/ebook_mem_ria_IV.pdf#page=81)>. Acesso em: 26 abr 2022.

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**. Revista POLIS, n. 2, II série, jul./dez. 2020. Lisboa: Universidade Lusíada. Disponível em: <[http://repositorio.ulusiada.pt/bitstream/11067/5794/4/polis\\_2\\_jfd\\_messias.pdf](http://repositorio.ulusiada.pt/bitstream/11067/5794/4/polis_2_jfd_messias.pdf)>. Acesso em: 26 abr 2022.

DIAS, Lucia Moreira; FERNANDES, Carla Montuori. **Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018: a construção do Mito Político**. Lorena: Revista Educação, Cultura e Comunicação (ECOM), 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.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. Tradução de Pola Civelli. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

EU ERA DE DIREITA E NÃO SABIA. **Jair Bolsonaro diz que a minoria tem que se adequar a maioria 10/02/17**. Youtube, 15 fev 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BCKEwP8TeZY>>. Acesso em: 03 jan 2022.

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**. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (virtual), INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1294-1.pdf>>. Acesso em: 26 abr 2022.

FLINDERS, M. **The general rejection? Political disengagement, disaffected democrats and “doing politics” differently**. Parliamentary Affairs, vol. 68, nº 1, p. 241-254, 2015.

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

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

IANNI, Octávio. **A construção da categoria**. Transcrição de aula, 1985. *In*: Revista HISTEDBR On-line. Número especial, p. 397-416. Campinas: abr 2011. Disponível em: <<https://www.abepss.org.br/arquivos/anexos/ianni-201804131230457141340.pdf>>. Acesso em: 22 jan 2023.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. São Paulo: Objetiva, 2012.

LIMA, Isabelly Cristiany Chaves. **A invenção do mito Jair Messias Bolsonaro e a construção da cidadania cristã-heteronormativa como retórica política**. Paraíba: Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UFCG, 2021. Disponível em: <<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/18537?show=full>>. Acesso em: 22 abr 2022.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Análise documental como método e como técnica**. *In*: Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. Jorge Duarte, Antonio Barros (org.). São Paulo: Atlas, 2005.

PARTIDO SOCIAL LIBERAL. **Último Programa Eleitoral do Bolsonaro: Um novo Brasil está nascendo!** Youtube, 27 out 2018. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=-IS2RT\\_TqIE](https://www.youtube.com/watch?v=-IS2RT_TqIE)>. Acesso em: 03 jan 2022.

PAULA, Claudio Paixão Anastácio de; ARAUJO, 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**. Portugal: Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação (prisma.com), n. 41, 2019. pp. 100-122. Disponível em: <<http://193.137.34.195/index.php/prismacom/article/view/6442/6237>>. Acesso em: 26 abr 2022.

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.

PORTAL UOL. **Eleições 2018, Apuração 2º turno Presidente**. Disponível em: <<https://placar.eleicoes.uol.com.br/2018/2turno/>>. Acesso em: 21 jan 2023.

SILVA, Wagner Alexandre. **A performance midiática de Jair Bolsonaro: o retorno do eterno mito do salvador da pátria**. São Paulo: Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ed. 2021, 2020, 2018): ABCiber XIII. Disponível em: <<https://abciber.org.br/simpósios/index.php/abciber/abciber13/paper/view/1339/729>>. Acesso em: 26 abr 2022.