

O SUCESSO DAS “GUERRAS CULTURAIS” NA CAMPANHA 2018: Bolsonaro no Facebook e Instagram

THE SUCCESS OF “CULTURAL WARS” IN THE 2018 CAMPAIGN: Bolsonaro on Facebook and Instagram

Ariel Goldstein¹

CONICET/UBA: <https://orcid.org/0000-0002-2393-1196>

DOI: <https://doi.org/10.21680/1982-1662.2019v2n26ID20148>

Resumo: Durante a campanha presidencial de 2018, o candidato Jair Bolsonaro tem usado um estilo particular de engajamento com os usuários nas redes sociais. Este trabalho faz uma análise de exploração ao redor dos principais eixos temáticos da campanha utilizados pelo candidato no Facebook e Instagram. A nossa análise indicou que estes foram: segurança, migração venezuelana, feminismo, ataques a esquerda, visão religiosa da política, e os ataques a mídia tradicional. Este trabalho demonstra que, com estes eixos nomeados, o candidato promoveu uma “agenda alternativa” a aquela apregoada pela mídia tradicional e que foi poderosa -em vista dos resultados da eleição presidencial- para pautar os temas e questões de debate na campanha.

Palavras-chave: Facebook. Instagram. Sociologia digital. Campanhas eleitorais.

Abstract

During the 2018 presidential campaign, candidate Jair Bolsonaro has used a particular style of engagement with users on social media. This work makes an exploration analysis around the main themes of the campaign used by the candidate on Facebook and Instagram. Our analysis indicated that these were: security, Venezuelan migration, feminism, attacks on the left, religious views of politics, and attacks on traditional media. This work demonstrates that,

¹ Email: arielgoldstein@hotmail.com.

with these nominated axes, the candidate promoted an "alternative agenda" to that proclaimed by the traditional media and that it was powerful - in view of the results of the presidential election - to guide the themes and issues of debate in the campaign.

Keywords: Facebook. Instagram. Digital sociology. Election campaigns.

Introdução

Durante a campanha presidencial de 2018 no Brasil, a presença de novas mídias sociais permitiu que a candidatura presidencial do político de extrema direita Jair Bolsonaro e suas ideias fossem espalhadas desde círculos reduzidos para uma "maioria silenciosa". Assim, uma narrativa moral e conservadora foi difundida e apropriada pelos usuários das redes, e essa narrativa terminou pautando o desenvolvimento da campanha. Atualmente, Brasil é um dos países com mais usuários nas redes sociais do mundo. Um estudo recente da Pew Research Center indica que 41% da população brasileira usa mídias sociais para receber notícias diariamente; o país está em oitavo no ranking mundial². No Sul do país, uma das bases de apoio ao Bolsonaro, 70% da população tem acesso à internet³. Durante a campanha pela presidência, Jair Bolsonaro foi o candidato presidencial que mais seguidores tinha nas redes sociais: Instagram (2.6 milhões), Facebook (6.1 milhões) e Twitter (1.4 milhões) num país de 208 milhões de habitantes. É importante considerar que o Bolsonaro tinha muitos mais *followers* no Facebook do que em outras redes sociais. Então é possível considerar que essa era a rede mais importante para suas expressões políticas durante a campanha. Assim, foi essa a rede na qual o nosso estúdio foi desenvolvido.

A campanha do Bolsonaro (PSL) foi coordenada pelo Deputado Federal por Rio Grande do Sul Onyx Lorenzoni⁴. Mas foi levada especialmente pelos filhos do candidato, o Carlos Bolsonaro, que é vereador no Rio de Janeiro e especialista em

² Marcelo Alves, "O papel das mídias sociais nas eleições de 2018", *IESP nas eleições*, 11/05/2018. Disponível em: <http://iespnaseleicoes.com.br/o-papel-das-midias-sociais-nas-eleicoes-de-2018/>

³ "Bastião tucano em 2014 é trincheira de Bolsonaro no Sul", *Folha de S. Paulo*, 19/08/2018.

⁴ Vinicius Torres Freire, "O sangue na eleição, após a facada", *Folha de S. Paulo*, 09/09/2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/viniciustorres/2018/09/o-sangue-na-eleicao-apos-a-facada.shtml>

marketing digital, o Eduardo que foi candidato a reeleição para Deputado Federal por São Paulo, e o Flávio Bolsonaro que foi o articulador nos bastidores. Teve também como conselheiro o General Augusto Heleno, quem saiu do Exército por divergências com o governo Lula⁵.

O trabalho tem foco em momentos prévios a campanha, para ver como começaram as construções nas redes, e depois passa diretamente para uma análise a campanha. O estudo tomou diferentes momentos do ano eleitoral, começando em fevereiro e indo até novembro de 2018 para estudar como as relações entre usuários e o candidato no Facebook/Instagram foram evoluindo. Foi seguido o critério metodológico de acompanhar as amizades no dos usuários *bolsonaristas* que participavam no grupo do Facebook do candidato para ampliar as perspectivas do material reunido na pesquisa. O trabalho tem como proposta fazer uma avaliação dos principais eixos da campanha nas redes. Estes são: segurança, migração venezuelana, feminismo, ataques a esquerda, visão religiosa da política, e ataques a mídia tradicional. O artigo descreve a formação e conteúdo desses eixos nas redes e principalmente como esses eixos foram apropriados pelos usuários. Os eixos temáticos surgiram do estudo das postagens do candidato e os usuários nas redes usando para a análise o que é conhecido como “teoria fundamentada” do Glaser e Strauss, onde a formação das categorias se produz em função da sua emergência no estudo mesmo do material. Foram pesquisados três grupos no Facebook: “Jair Messias Bolsonaro” (perfil oficial do candidato), “Jair Bolsonaro - Direita 2018” e “Roraima Sem Censura”. No Instagram foram feitas observações sobre o perfil do candidato.

A segurança e o “fim da bagunça”

Esse primeiro eixo tinha a ver com uma situação de insegurança para a qual Bolsonaro seria a solução e traria a ordem na desordem provocada pela esquerda. No grupo do Facebook “Jair Messias Bolsonaro - Direita 2018” apareceu em fevereiro uma matéria, onde um Comandante da Polícia Militar de Campinas ofereceu declarações de

⁵ Jornalista Igor Gielow, Podcast Eleição na chapa, Podcast da *Folha de S. Paulo-Spotify*, 13.09.2018. “Os desentendimentos dos aliados de Jair Bolsonaro”.

que não houve opção ao não ser matar sete ladrões. Como resposta, os usuários da página aderiram ferventemente e reclamaram mais mortes. Um usuário comentou “PARABÉNS!!! O Brasil está retornando aos poucos das mãos destes comunistas safados do pt”, “Bandido bom e bandido morto!” e “viva esses policiais heróis”⁶.

No grupo de “Jair Messias Bolsonaro” do Facebook, nesse mesmo período, os usuários comentavam:

“Sempre votei nele para deputado, até hoje não existe uma denúncia de corrupção em seu mandato, é a favor do família tradicional, onde nesse pais virou uma bagunça, é a favor do cidadão de bem poder comprar uma arma para se defender, é contra a putaria que querem ensinar para nossas crianças na escola, e liberal, quer acabar com empresas onde o governo para conseguir apoio colocar políticos corruptos e não administradores honestos.”⁷

“É único candidato a presidente que até agora se mostrou honesto e comprometido com a família e o trabalhador brasileiro e é contra os criminoso e os vagabundos comunistas”⁸

“PRIMEIRO DE TUDO, É HONESTO, VAI REVOGAR O ESTATUTO DO DESARMAMENTO, ARMAR A POPULACAO DO BEM, NÃO VAI DAR DINHEIRO PRA CUT. DIREITOS HUMANOS E ONG’S. VAI MILITARIZAR AS ESCOLAS, PRESIDÁRIOS VAO TER QUE PAGAR POR SUA ESTADIA NOS PRESIDIOS, VAO TER QUE TRABALHAR, OS MAIS PERIGOSOS VAO SER MANDADOS PARA PRESIDIOS AGRICOLAS NOS CONFINIS DA AMAZONIA ONDE NÃO PEGA SINAL DE CELULAR. E O MELHOR DE TUDO É EX MILITAR”⁹.

“É medo que eles tem Presidente! O brasileiro gosta de bagunça e com vc sabem que teremos ordem e progresso!”¹⁰

A ideia de que com Bolsonaro iria acontecer o “fim da putaria” faz alusão a um estado de confusão e desordem atual que iria terminar com a chegada do candidato da extrema direita a presidência. Esse estado de confusão é associado aos governos do PT e a esquerda, que ficava como culpável pela situação no discurso dos usuários. Então, desde essa data de começos de 2018, a situação de confusão e insegurança a qual Bolsonaro iria colocar um ponto final é associada aos “vagabundos comunistas” e o PT. Uma coisa parece indissociável da outra. O país estaria

⁶ Grupo “Jair Messias Bolsonaro - Direita 2018”, 19.02.2018.

⁷ Walmir Pessanha, Grupo “Jair Messias Bolsonaro” do Facebook (03/03/2018).

⁸ Robson Oliveira, Grupo “Jair Messias Bolsonaro” do Facebook (03/03/2018).

⁹ Edson Rabel, Grupo “Jair Messias Bolsonaro” do Facebook (03/03/2018).

¹⁰ Vladmir Pazzini, Grupo “Jair Messias Bolsonaro” do Facebook (06/2018).

experimentando insegurança pela responsabilidade da esquerda e dos governos petistas. O próprio candidato exploraria em inúmeras ocasiões essas associações durante a sua campanha.

“Roraima Sem Censura”: A questão da imigração venezuelana

A situação no estado da Roraima com a imigração venezuelana foi um assunto importante da campanha. Nesse Estado, migrantes venezuelanos foram atacados por cidadãos brasileiros no mês de agosto de 2018. Bolsonaro usou essa questão para a campanha presidencial. Por isso, nós estudamos durante fevereiro o grupo do Facebook “Roraima Sem Censura”. Nesse grupo do Facebook, o usuário Raimundo Soares expressava:

“A verdade é que não aguentamos, mas essa situação muito venezuelanos, e chato demais andar nas ruas de BV (Boa Vista, capital da Roraima), cade a grana de ajuda que não chega pra esse povo. Bonsonaro vem ai pra moralizar essa porteira que chamam de Fronteira. Vai pedir lá na Venezuela pra ver o que você ganha... vai”¹¹.

Outro usuário, Nilma Galvao, escrevia: “Pq esses bando de bosta não protestaram lá no País deles, com presidente deles, é muito cara de Pau mesmo. É o cúmulo”. Sara Silva fazia o seguinte comentário: “Eles pdm fazer isso é la na Venezuela, e la o Lugar deles, onde eles tem casa, deviam enfrenta o Maduro. Mais aki eles quer o direito de imigrante, nem o Povo Roraimense tem o eles querem, sendo que o povo roraimense já e daki”. Maria José Menezes: “venezuelano não gostam de trabalhar, certo que não são todos, mas é maioria, eles são pessoas sem confiança, vc coloca eles na sua casa na primeira oportunidade ele t rouba ou t mata e ai? Ve se os haitianos são assim preguiçoso tá ai vendendo picolé, vcs já viram algum veneca vendendo picolé?”. Essas questões que os usuários escreveram foram logo parte do discurso do Bolsonaro sobre a migração venezuelana e a possibilidade do Brasil virar uma Venezuela. Além disso, no grupo “Jair Bolsonaro - Direita 2018”, uma imagem revelava a pretensão de associar ambas questões:

¹¹ 02.03.2018.

Imagem 1



Nesse grupo foi construída novamente a associação entre a esquerda brasileira e a situação venezuelana. Ficou estabelecida assim uma relação entre o apoio ao Bolsonaro e a crítica a imigração venezuelana na fronteira com Roraima. Entre os candidatos presidenciais, Bolsonaro teve grande popularidade em Roraima, onde teve uma expressiva votação, e foi também e praticamente o único presidenciável que falou contra a migração da Venezuela. Assim, essa questão foi também associada à esquerda: o PT como culpável e cúmplice do Maduro e a situação crítica humanitária que vivia a Venezuela. A possibilidade de um trunfo do PT na eleição associada a possibilidade de o país virar uma Venezuela. Essa é a fronteira que os *bolsonaristas* construíram no Facebook para a sua identidade política.

Os ataques à esquerda e a visão religiosa da política

A denúncia de supostas conspirações da esquerda foi uma questão importante da identidade do Bolsonaro nas redes sociais. Assim também foi uma visão que juntou política e religião. O slogan da própria campanha bolsonarista “Brasil acima de tudo. Deus acima de todos” é prova justamente dessa união entre política e religião colocada pelo candidato. Isso foi muito difundido e replicado pelos usuários nas redes.

Na campanha, durante o mês de agosto, Bolsonaro apareceu numa localidade do interior de São Paulo (Barretos), difundindo imagens montando o cavalo, como um cara tradicional. Assim, ele encarnava a imagem da tradição e da comunidade única em torno aos valores conservadores da “ordem” frente a esquerda. Como um usuário já retratou em resposta a imagem onde o candidato aparecia com o cavalo no Instagram, ele representaria “UM SER MITOLÓGICO E SEU CAVALO DE FOGO, BOTANDO AS 4 PATAS NOS PEITOS DOS CORRUPOTOS E COMUNISTAS DE MERDA!!!”.

Imagem 2





alborghettiputodacara UM SER MITOLÓGICO E SEU CAVALO DE FOGO, BOTANDO AS 4 PATAS NOS PEITOS DOS CORRUPTOS E COMUNISTAS DE MERDA!!!
 2 h 311 Me gusta Responder

Em setembro de 2018, frente ao esfaqueamento que Bolsonaro sofreu em Minas Gerais, uma usuária colocou no perfil oficial do Facebook “Jair Messias Bolsonaro” - obtendo 524 likes-: “Esfaquearam o futuro presidente do Brasil...Para o desespero da esquerda ele está vivo...Apenas nos deram forças!!! Vamos ganhar as eleições no PRIMEIRO TURNO!!! #Chora_que_dói_menos”¹². Aparece assim novamente a tentativa de culpar a esquerda pelos acontecimentos políticos que aconteciam contra o candidato.

O esfaqueamento ao Bolsonaro foi importante ao produzir as expressões que mostravam uma união entre política e religião que apareceram no perfil do candidato no Facebook. Assim, uma usuária escreveu na página de Facebook do Bolsonaro que “Fizeram até macumba □ Mas Deus está acima de TUDO e de TODOS □ Venham com seus demônios, que viremos com Nosso Deus e Senhor □”¹³. Outra usuária dizia:

OLA GENTE AMIGA, VAMOS VOTAR EM BOLSONARO PARA O PAÍS SER NOSSO. OS VERMELHOS SÃO SUBVERSIVOS, ELES SUBVERTEM A ORDEM, POR ISSO TEM JOVENS NÚS, PINTADOS, DESCABELADOS, VIOLENTOS E DROGADOS, ISSO VAI CONTRA O POVO ORDEIRO E TRABALHADOR. O COMUNISMO NÃO SERVE PRA NINGUEM. O BRASIL PRECISA DE UM PRESIDENTE QUE OLHE PARA O NORDESTINO COM AMOR E NÃO PARA ROUBAR SEU VOTO, UM PRESIDENTE QUE DESEJA O PROGRESSO DO NORDESTE E NÃO SUGAR DELE OS VOTOS. BOLSONARO É FAMILIA, É DE FÉ, HONESTO, E VAI ATRIBUIR AO NORDESTE O PROGRESSO QUE A REGIÃO PRECISA. VAMOS LOGO ELEGER BOLSONARO PRESIDENTE NO PRIMEIRO TURNO.¹⁴

Essas oposições construídas também visavam associar a esquerda a subversão dos costumes e a direita do Bolsonaro associada com Deus, o bem e a preservação dos

¹² Fabricia Santos, 07/09/2018, perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook.

¹³ Raquel Pedrosa Damaceno, perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook, 30.09.2018.

¹⁴ Lia Maria Maria, perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook, 05.10.2018.

Diferentes usuários faziam referência a Bolsonaro como alguém indicado por Deus para conduzir o país. É o caso de uma usuária que escreveu: “Não sou de ESQUERDA. Não sou de DIREITA. Sou de JESUS! Meu partido é o BRASIL. Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. Talkei?”¹⁶. Outro usuário escreveu que

“BOLSONARO 🇧🇷 🇧🇷 🇧🇷 Fez reviver em mim a esperança, o patriotismo a alegria de viver e poder sonhar com um Brasil que sempre imaginei onde as pessoas são felizes e prósperas. Onde poderei ver meus filhos e neto seguros, saudáveis e com certeza de um futuro brilhante. Obrigado Capitão Coragem, esse homem é um herói. Sozinho se levantou contra todo um sistema corrupto e levantou uma nação. Que força, que coragem, que nobreza, que determinação. Só sendo mesmo um homem inspirado por Deus. Muito obrigado Capitão. Que o senhor Deus te abençoe hoje e sempre, Presidente Bolsonaro. , mas Teremos que ter paciência. ...ele não vai conseguir mudar o Brasil de uma hora para outra...mas se mantivermos Unidos após as eleições e não só durante....o Brasil vai se levantar....domingo vai ser 17 🇧🇷 🇧🇷”¹⁷.

Outra usuária escreveu que “Fico até emocionada nosso Brasil ter um prazer tão grande de ter um presidente correto vivemos dias ruins mais agora é Deus na frente e orarmos pelo nosso presidente no poder 🇧🇷 🇧🇷 🇧🇷 #Bolsonaro17”¹⁸.

Assim, aparecia uma visão binária da realidade que associava a esquerda com o mal e o demônio e o Bolsonaro com Deus, a autoridade e o caminho certo da verdade. O candidato esfaqueado era associado a encarnação de uma luta religiosa do bem contra o mal, esse representado pela esquerda.

Os ataques a mídia tradicional

No dia 28 de agosto de 2018, o candidato Bolsonaro foi ao *Jornal Nacional*, o prime-time do *Grupo Globo*, para fazer uma sabatina com os jornalistas William Bonner e Renata Vasconcellos. Aí, os usuários criticaram a *Globo* por entender que estava agindo contra o candidato durante a entrevista.

O importante é que se vê que havia rejeição contra a *Globo* entre os torcedores do Bolsonaro nas redes e que o assunto era bem capitalizado pelo candidato. Essas são

¹⁶ San Drinha no seu perfil do Facebook, 01.10.2018.

¹⁷ Figueira Nardi no próprio muro do Facebook, 03.10.2018.

¹⁸ Raphaela Pacheco no perfil do Facebook do “Jair Messias Bolsonaro”, 07.10.2018.

imagens de comentários que os usuários fizeram em resposta a uma publicação do candidato no Instagram:

Imagem 4



jairmessiasbolsonaro Um dos livros que ensinam sexo para crianças nas escolas que a Globo não quis mostrar!

1 h



2018mito Na Globo não pode mostrar um livro escolar, mas pode mostrar dois barbudos se beijando no mesmo horário!

1 h 6976 Me gusta Responder

— Ver respostas (242)



mpatrindade Se não pode passar na TV porque pode ser mostrado na escola?

1 h 4849 Me gusta Responder



relogios_e_acessorioss Assisti a toda entrevista onde em todo momento vi os apresentadores tentar de toda forma colocar o público (eleitores) em dúvida do candidato. **#bolsonaro** você é a única esperança para nosso Brasil e tenho certeza que você vencerá, parabéns pela entrevista e por suas posições. BRASIL acima de tudo Deus acima de todos. E dia 7 é 17. Mitooooooooo

1 h 1491 Me gusta Responder

— Ver respostas (31)



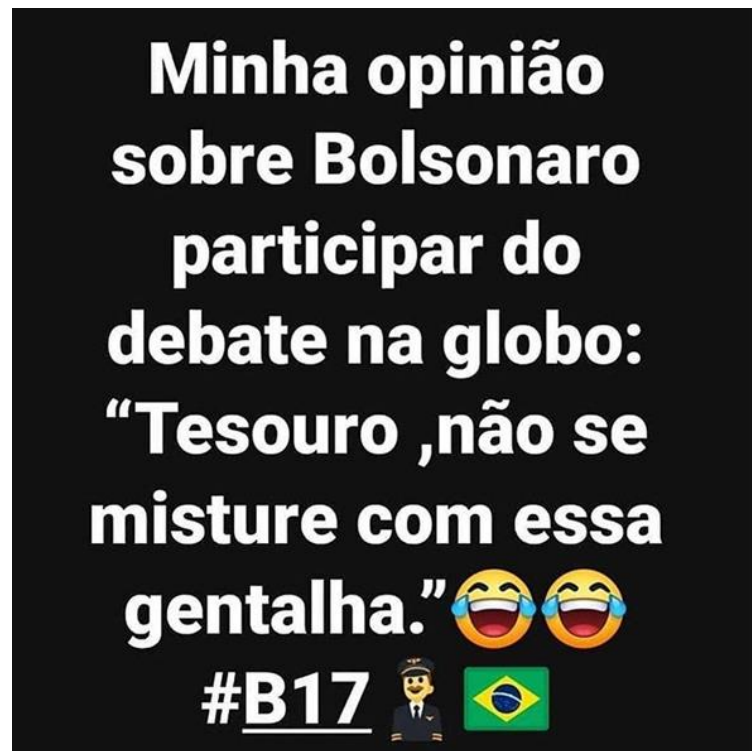
gibson_filho Acabou com a Globo!!🇧🇷🇧🇷

1 h 1270 Me gusta Responder

Aí é que aparece a pretensão de colocar em contradição o discurso da *Globo* pela parte dos usuários, fazendo a denúncia de uma suposta “doble moral” da mídia e replicando essa tentativa do candidato de se oferecer como uma alternativa contra o “sistema” e a mídia tradicional. Ele próprio escreveu no Facebook que “Estamos na reta final para as eleições. Mais uma vez parte da mídia de sempre lança seus últimos ataques na vã tentativa de me desconstruir. O sistema agoniza, vamos vencê-lo.”¹⁹

Com a questão do debate presidencial na *Globo*, foi criada pelos usuários um meme que criticava a o debate como se fosse uma questão inútil. Então, ao não assistir ao debate, Bolsonaro aparecia limpo por não se “misturar com essa gentalha” da *Globo* e como o único candidato a se diferenciar do “sistema”. Frente ao debate presidencial, apareceu nas redes esta imagem criticando o debate.

Imagem 5



¹⁹ Perfil “Jair Messias Bolsonaro”, Facebook, 28/09/2018.

Além disso, os usuários responderam a Bolsonaro que “O jornal FORO DE SÃO PAULO não vai vencer essa nossa luta por um Brasil melhor! Eu e minha família inteira estamos todos juntos com Bolsonaro presidente!”²⁰. Sobre o debate da *Globo* uma usuária respondeu que “Que nojooo desse debate da Globo! Desligando a TV em 3,2,1...DORMIR □”²¹. Outro usuário comentava ao respeito: “Kkkkkkkk, preferí dormir, estão desesperados..Foi até bom os médicos não autorizarem nosso futuro Presidente participar. Deixa nosso Capitão repousar, nós mesmo faremos sua campanha brilhar!!! □ □ □ □ □ □”²². Como é visível os usuários que apoiavam Bolsonaro no Facebook tinham uma concepção negativa da mídia tradicional estimulada pelo próprio candidato, que não tinha muito tempo de televisão como parte da sua campanha.

A questão do feminismo

Durante a campanha foram criados dois grupos no Facebook de importância para o desenvolvimento da luta eleitoral. Estes foram “mulheres unidas contra Bolsonaro”, que obteve dois milhões de participantes, e “mulheres unidas a favor do Bolsonaro” que obteve 304 mil aderentes. É um fato importante já que as mulheres são o 52,5% do eleitorado brasileiro, é na pesquisa de Datafolha um 49% determinou que não votaria de jeito nenhum em Bolsonaro²³. A iniciativa foi dos primeiros, segundo a publicitária Ludmila Teixeira, uma das criadoras da iniciativa: “Numa conversa informal, resolvemos criar o grupo para demonstrar a nossa insatisfação em relação à candidatura do inominável por conta de seu discurso misógino, de ódio às minorias”²⁴.

Em outro grupo “mulheres unidas a favor do Bolsonaro” (64 mil aderentes) apareceram manifestações de apoio como “sou patriota”, mulheres com vestimentas

²⁰ Luiz Bonaccorsi perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook, 28.09.2018.

²¹ Sandra Carine S. de Sousa, perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook, 05.10.2018.

²² Zezé Alencar perfil “Jair Messias Bolsonaro” Facebook, 05.10.2018.

²³ “Mulheres se unem nas redes sociais para frear Bolsonaro”, *Carta Capital*, 11/09/2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/mulheres-se-unem-em-redes-sociais-para-frear-bolsonaro>

²⁴ “Mulheres se unem nas redes contra Bolsonaro”, *O Estado de S. Paulo*, 13/09/2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,mulheres-se-unem-nas-redes-contra-bolsonaro,70002500084>

verde-amarelo e fazendo o signo da arma do Bolsonaro. Também apareceram no grupo ataques contra o chamado “feminismo”.

Imagem 6



Aí, faz aparição o signo do disparo do Bolsonaro como uma coisa atrativa e sem conseqüências. Como se fosse um jogo, para suavizar o significado, como estratégia de publicidade. Também, o grupo foi usado para questionar os grupos LGBT que não seriam “mulheres de verdade”, então a sua opinião não tem importância.

Em outra imagem apareceu uma contraposição entre as manifestações do #Ele-não, representadas pelas mulheres nuas e um suposto desrespeito as tradições e costumes e as próprias do #Ele-sim, representadas pelos valores da nacionalidade brasileira e a santidade. Esse foi o mesmo mecanismo que o Bolsonaro ativou na sua conta de Twitter, já quando era presidente, ao colocar um vídeo crítico do Carnaval desde uma visão conservadora dos costumes do país. A moral conservadora é uma questão chave na identidade bolsonarista. Essa contraposição ficou clara nesta imagem:

Imagem 7



Uma usuária, assim escreveu no seu próprio muro “Doida para Bolsonaro governar nosso Brasil e se Deus quiser, um ato nojento que esses fela da puta fizer nas ruas, entrar no cacete com força. Seja homem ou mulher. Gay ou hetero. Só apoio”²⁵. Em outra imagem, aparece identificada com a cor rosa e a legenda “Sou mulher. Voto em quem eu quiser”. Essas palavras estavam claramente dirigidas contra as mulheres que apoiavam as manifestações do *#Ele-não*, que buscava impugnar a candidatura de Bolsonaro pela sua misoginia.

²⁵ Ana Caroline Moraes, muro proprio do Facebook, 02.10.2018.

Imagem 8



Imagem 9



Nesse grupo, essa última publicação teve 2.6 curtidas. Uma mulher que não apoia Bolsonaro é denunciada como “mulher falsa=transsexual” e outra mulher que se

identifica como “mulher de verdade” e é associada ao comentário de “Bolsonaro me representa”. Essa foi a equivalência planteada. Foram essas polaridades construídas nas redes a chave na interpretação dos acontecimentos de disputa política que estavam acontecendo na sociedade brasileira a respeito das eleições em 2018.

Assim como a sociedade brasileira ficou polarizada entre petistas e bolsonaristas, isso envolveu também modelos de mulher que são representados. Frente as demandas feministas, tem uma parte das mulheres que tem reação contra e constroem o sentido de ser mulher e sua identidade no apoio ao Bolsonaro. Esse tipo de identificação funciona sobre a base de uma “mulher tradicional”, “mulher de verdade”, por oposição a outras eleições sexuais, e se erigem como representantes da “família brasileira” que estaria “ameaçada” pela esquerda.

É a mesma oposição entre “cidadão de bem” e “vagabundo comunista” traçada pelo discurso dos usuários, mas, agora, foi levada para questão do gênero.

Conclusões

Em conclusão, a campanha do Bolsonaro nas redes sociais colocou elementos novos das “guerras culturais” que foram replicados pelos usuários do Facebook e Instagram: a demonização da esquerda, a crítica a migração venezuelana ao Brasil, a construção da representação como defensor da “família”, a “tradição brasileira” e a “mulher tradicional”, e a ideia de que ele é militar que vai trazer ordem ao país que está no caos. Bolsonaro se valeu da dinâmica polarizante e de propaganda das redes para construir polarizações entre um Brasil dos “cidadãos de bem”, “conservador” e “cristão” frente a uma esquerda sem cuidado pela moral e bons costumes que teria tirado o país para a bagunça. Essa agenda polarizante construiu a “demonização da esquerda” como ameaça, associando-a ao mal do demônio com mistura de política e religião. Foi assim uma campanha baseada na polarização. Nessa estratégia, as mídias sociais foram importantes para a difusão dessas ideias do candidato.

Essas questões foram divulgadas pelas mídias sociais, Facebook e Instagram, do candidato. Assim, essas foram questões que as mídias tradicionais não representavam em sua agenda e foi permitido assim o engajamento dos usuários. As mídias sociais fizeram possível a difusão dessa “agenda alternativa” por parte do candidato

Bolsonaro. Essa difusão de uma “agenda alternativa” a aquela da mídia tradicional fez possível a identificação dos usuários a través das mídias sociais. Essa foi finalmente a agenda vitoriosa na eleição, já que pautou os debates mais importantes da campanha.

Referências

Bastião tucano em 2014 é trincheira de Bolsonaro no Sul. Folha de S. Paulo, 19/08/2018.

ALVES, M. **O papel das mídias sociais nas eleições de 2018.** IESP nas eleições, 11/05/2018. Disponível em: <http://iespnaseleicoes.com.br/o-papel-das-midias-sociais-nas-eleicoes-de-2018/>

GIELOW, I. **Podcast Eleição na chapa,** Podcast da Folha de S. Paulo-Spotify, 13.09.2018. **Os desentendimentos dos aliados de Jair Bolsonaro.**

MARWICK, A.; Lewis, R. **Media manipulation and disinformation online.** New York: Data & Society Research Institute (2017).

FREIRE, V. **O sangue na eleição, após a facada.** Folha de S. Paulo, 09/09/2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/viniciustorres/2018/09/o-sangue-na-eleicao-apos-a-facada.shtml>.