

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

MURIEL FELTEN PINHEIRO

Dissertação de Mestrado

**INTERVENÇÕES PRIVADAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA
DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO:
os vieses moralistas e religiosos**

Porto Alegre

2021

MURIEL FELTEN PINHEIRO

**INTERVENÇÕES PRIVADAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA
DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO:
os vieses moralistas e religiosos**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do título de mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Helena Weber

PORTO ALEGRE
2021

MURIEL FELTEN PINHEIRO

**INTERVENÇÕES PRIVADAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA
DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO:
os vieses moralistas e religiosos**

Aprovado em: 04 de agosto de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Helena Weber (PPGCOM/UFRGS)

Prof. Dr. Edson Fernando D'Almonte (FACOM/UFBA)

Prof. Dr. Rudimar Baldissera (PPGCOM/UFRGS)

Prof.^a Dr.^a. Sandra Eliane Oliveira Bitencourt Genro (NUCOP/UFRGS)

Prof.^a Dr.^a Maria Berenice da Costa Machado (FABICO/UFRGS) – Suplente

AGRADECIMENTOS

À mãe, Ellen Simone, por ser exemplo de vida, por acreditar em mim e nos meus sonhos, pela dedicação e amor incondicionais.

Ao pai, José Luiz, pela segurança, apoio e estrutura que me permitiram chegar até aqui.

À mana Mirella, por ser a minha melhor amiga.

A toda a minha família, pela união e confiança.

Aos meus amigos, que se mantiveram firmes no incentivo, no apoio e no colo quando precisei.

À Maria Helena Weber, por me guiar nesse caminho de transformação. Pela paciência, generosidade e acolhida, por despertar a força que sempre esteve comigo. Por me ensinar tanto e compreender ainda mais.

À Janaina Gomes, por me ensinar sobre ciência, determinação e amor pelo conhecimento.

À Ana Javes, por me inspirar a ser uma professora ética, amorosa e confiante em um futuro melhor.

Aos colegas do Nucop, por todo o aprendizado e carinho.

Ao Rudimar Baldissera, que confiou no meu potencial como pesquisadora, me apoiou ao longo de todo o mestrado e trouxe contribuições essenciais para a qualidade desta dissertação.

À Sandra Genro, pois desde o início do mestrado foi inspiração na área por ter aberto caminhos para a pesquisa relacionada à política e religião, a partir do olhar da comunicação pública, e contribuiu decisivamente para o direcionamento do trabalho apresentado.

Ao Edson Dalmonte, professor que compôs a banda de defesa e que contribuiu com seu conhecimento para que essa pesquisa fosse finalizada com ainda mais qualidade.

Ao PPGCOM e à UFRGS, por proporcionarem educação pública de qualidade, tão necessária em tempos como os que vivemos.

Ao CNPq, que possibilitou a minha dedicação exclusiva durante o tempo necessário à conclusão dessa pesquisa.

À Unisinos, pela ajuda na resolução de problemas que me impediam defender esta dissertação.

Por todos os escritores e intelectuais que estruturaram a base teórica para que esta pesquisa pudesse ser realizada.

“Os seres humanos nunca praticam o mal de maneira tão completa e feliz como quando o fazem por convicção religiosa.”

(Blaise Pascal)

RESUMO

A pesquisa dessa dissertação tem por objetivo analisar a interferência de interesses privados na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro, determinados pela presença do viés moralista e do viés religioso. No objeto empírico constituído por discursos e produtos da comunicação governamental, veiculados tanto em canais institucionais quanto coordenados diretamente pelo presidente Jair Bolsonaro, buscou-se compreender de que maneira os elementos moralistas, advindos da dimensão familiar e cultural de cada indivíduo, assim como os religiosos, que afrontam o Estado laico, incidem na comunicação pública. Os principais conceitos que norteiam esta pesquisa estão calcados principalmente nas noções de comunicação pública, a partir de Esteves (2011), Gomes (2008) e Weber (2017); Nas abordagens de religião nas teorias sociológicas de Bourdieu (2011) e Weber (2013); Nas definições sobre democracia, propostas por Dahl (2001) e Bobbio (2007). A metodologia utilizada incluiu pesquisa exploratória, histórico-documental e a definição do *corpus de pesquisa* constituído por conteúdos oficiais da comunicação do governo (sistema de comunicação institucional) e aqueles definidos pelo presidente (comunicação presidencial). Foram analisados símbolos, slogans, bordões, campanhas publicitárias; agendas presidenciais; discursos presidenciais e, especialmente, 1225 postagens do perfil do presidente Jair Bolsonaro na rede social Instagram. Através do software NVivo, os posts foram classificados conforme a sua vinculação aos temas políticos e a temas sensíveis e, a seguir, valorados de acordo com as categorias de análise “*comunicação pública*” e “*viés moralista e viés religioso*”. O estudo concluiu sobre a forte incidência de interesse privados e da comunicação particular do presidente que se sobrepõem à normatividade da comunicação pública imanente aos princípios republicanos, obstruindo, assim, elementos basilares das relações sociais e enfraquecendo a democracia.

Palavras-chaves: comunicação pública; política; religião; governo Jair Bolsonaro; democracia brasileira; redes sociais.

ABSTRACT

This dissertation research aims to analyze the private interests interference in the public communication of President Jair Bolsonaro, determined by the presence of moralistic and religious bias. In the empirical object constituted by speeches and products of government communication, broadcast both through institutional media and coordinated directly by President Jair Bolsonaro, we searched to understand how the moral elements, arising from the family and cultural dimension of each individual, as well as the religious elements, which affront the secular State, affect public communication. Thus, the main concepts that guide the research have been done by principles of public communication from Esteves (2011), Gomes (2008) and Weber (2017); In approaches to religion in sociological theories as Bourdieu (2011), Weber (2013); The methodology used included exploratory, historical-documentary research and the definition of the *research corpus* consisting of official contents of government communication (institutional communication system) and those defined by the president (presidential communication). Symbols, slogans, catchphrases, advertising campaigns, presidential agendas, presidential speeches were analyzed, especially, 1225 posts of President Jair Bolsonaro's profile on the Instagram social media. Through the NVivo software, the posts were classified according to their link to political issues and sensitive issues, and then valued according to the analysis categories "public communication" and "moralistic and religious bias". The study concluded that on the strong incidence of private interests and the president's private communication that supersede the normativity of public communication immanent to republican principles, thus blocking basic elements of social relations and weakening democracy.

Key-Words: public communication; politics; religion; Jair Bolsonaro's Government; Brazilian democracy; social media.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Veículos de mídia de propriedade de denominações religiosas	43
Imagem 2 – Vídeo de Bolsonaro orando em culto na Igreja Batista Atitude	73
Imagem 3 – Vídeo da visita de Magno Malta e Silas Malafaia a Bolsonaro no hospital	76
Imagem 4 – Artigo de Bolsonaro na revista Veja – 3 set. 1986	82
Imagem 5 – Vídeo do áudio do presidente da Missão Tribos Brasil a respeito da evangelização de indígenas isolados	94
Imagem 6 – Grupo religioso presente no ato antidemocrático do dia 03 mai. 2020 ..	95
Imagem 7 – Bolsonaro no evento Marcha para Jesus de São Paulo	97
Imagem 8 – Frame de vídeo da convocação pelo jejum nacional em nome do fim da pandemia	98
Imagem 9 – Vídeo do pastor Silas Malafaia sobre opositores do governo Bolsonaro	99
Imagem 10 – Logotipo do governo brasileiro	130
Imagem 11 – Frame do vídeo institucional da campanha “Pequenos heróis contra o vilão Coronavírus”	136
Imagem 12 – Frame do vídeo institucional da campanha “Assédio não tem desculpa”	136
Imagem 13 – Peça Gráfica campanha Adolescência primeiro, gravidez depois.....	137
Imagem 14 – Trecho do vídeo institucional da campanha Abrace o Marajó.....	139
Imagem 15 – Imagem de capa das páginas das redes sociais de Jair Bolsonaro.....	159
Imagem 16 – Interface de trabalho do software NVivo.....	167
Imagem 17 – Postagem com menção aos Estados Unidos	180
Imagem 18 – Postagem com menção à TV Globo	182
Imagem 19 – <i>Postagem com menção à TV Globo</i>	196
Imagem 20 – Postagem do Instagram @jairmessiasbolsonaro sobre Ensino superior	189
Imagem 21 – Post sobre questões religiosas com abordagem de retrocesso	193
Imagem 22 – Abordagem religiosa relacionada ao Poder Executivo.....	196
Imagem 23 – Abordagem religiosa relacionada a Adélio Bispo.....	197
Imagem 24 – Postagem sobre sistema econômico com abordagem religiosa	200
Imagem 25 – Postagem sobre o atentado à faca de Jair Bolsonaro com abordagem religiosa.....	202
Imagem 26 – Postagem sobre abordagem religiosa do tema aborto	204

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Comparativo das pesquisas de intenção de votos ao longo da campanha presidencial – resultado global	77
Gráfico 2 – <i>Posts</i> totais e <i>posts</i> analisados no Instagram do presidente Bolsonaro de janeiro de 2019 a junho de 2020	169
Gráfico 3 – Distribuição de temas sensíveis e políticos no Instagram (@jairmessiasbolsonaro).....	170
Gráfico 4 – Distribuição da codificação dos temas políticos presentes no Instagram @jairmessiasbolsonaro	171
Gráfico 5 – Codificação do tema Políticas Públicas no Instagram (@jairmessiasbolsonaro).....	172
Gráfico 6 – Distribuição de códigos por tema sensível.....	173
Gráfico 7 – Codificação dos subtemas de comportamento de Bolsonaro sobre os adversários no Instagram @jairmessiasbolsonaro	174
Gráfico 8 – Codificação dos subtemas de questões religiosas no Instagram @jairmessiasbolsonaro	175
Gráfico 9 – Codificação do tema atores e personalidades no Instagram (@jairmessiasbolsonaro).....	176
Gráfico 10 – Valoração das personalidades públicas mais citadas	179
Gráfico 11 – Valoração dos países mais mencionados por Bolsonaro	180
Gráfico 12 – Valoração das empresas de comunicação mais mencionadas	181
Gráfico 13 – Percentual de valoração em abordagem moralista	183
Gráfico 14 – Abordagem moralista relacionada a partidos políticos	185
Gráfico 15 – valoração das políticas públicas	188
Gráfico 16 – Abordagem moralista nos subtemas de questões religiosas.....	192
Gráfico 17 – Percentual de valoração em abordagem religiosa	194
Gráfico 18 – Abordagem religiosa em personalidades públicas	197
Gráfico 19 – Valoração da <i>abordagem religiosa</i> nos subtemas de <i>Brasil</i>	199
Gráfico 20 – Subtemas de Presidência da República com abordagem religiosa.....	201

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Candidatos à presidência do Brasil nas eleições de 2018.....	70
Quadro 2 – Primeira pesquisa Datafolha de intenção de votos – resultado global.....	74
Quadro 3 – Quadro comparativo das pesquisas de intenção de votos em Bolsonaro entre a população evangélica.....	77
Quadro 4 – Votações de Jair Bolsonaro como deputado federal ano a ano.....	83
Quadro 5 – Episódios polêmicos de Jair Bolsonaro no Congresso.....	84
Quadro 6 – Declarações polêmicas na mídia.....	86
Quadro 7 – Ministros vinculados a denominações religiosas.....	91
Quadro 8 – Chefias de órgãos estratégicos com vínculo religioso.....	91
Quadro 9 – Entrevistas exclusivas e intervenções concedidas por Bolsonaro.....	101
Quadro 10 – Objetivos, <i>corpus</i> e metodologia.....	108
Quadro 11 – Detalhamento do corpus e fontes de pesquisa.....	110
Quadro 12 – Corpus e quantidade de materiais analisados.....	111
Quadro 13 – Indicadores da comunicação pública e da comunicação privada.....	114
Quadro 14 – Descrição dos temas sensíveis.....	116
Quadro 15 – Descrição dos temas políticos.....	119
Quadro 16 – Descrição dos atores e personalidades.....	124
Quadro 17 – 86 campanhas de governo sobre temas sensíveis – 2019-2020.....	133
Quadro 18 – Números das mídias sociais institucionais do governo federal.....	155
Quadro 19 – Alcance e engajamento das redes sociais de Jair Bolsonaro.....	163
Quadro 20 – Comparativo entre as redes sociais institucionais e as de Jair Bolsonaro	164

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Comparativo da primeira pesquisa Datafolha de intenção de votos a presidente do Brasil entre religiões	74
Tabela 2 – Resultado da última pesquisa Datafolha de intenção de votos para o segundo turno das eleições presidenciais entre as religiões	79
Tabela 3 – Agendas religiosas do presidente Bolsonaro por religião e tipo de encontro	140
Tabela 4 – Ocorrências de temas e atores no discurso de posse	145
Tabela 5 – Ocorrências de temas e atores no discurso da ONU.....	148
Tabela 6 – Ocorrências de temas e atores no pronunciamento sobre o Coronavírus	151
Tabela 7 – Abordagem valorativa por grupos de atores e personalidades	178
Tabela 8 – Abordagem moralista por grupo de atores e personalidades.....	184
Tabela 9 – Abordagem moralista sobre temas políticos	187
Tabela 10 – Abordagem moralista dos temas sensíveis	191
Tabela 11 – Abordagem religiosa por grupo de atores e personalidades	195
Tabela 12 – Abordagem religiosa por tema político	198
Tabela 13 – Abordagem religiosa em temas sensíveis	203

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	14
INTRODUÇÃO	14
1 PROBLEMA DE PESQUISA	18
1.1 Estado da Arte	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	26
2.1 Estado, poder e religião	27
2.2 Religião e ordem social	29
2.2.1 <i>O campo religioso</i>	30
2.2.2 <i>O trabalho e a religião</i>	31
2.2.3 <i>Conservadorismo e cultura</i>	34
2.3 O neopentecostalismo no Brasil: mídia e política	38
2.3.1 <i>A presença da religião na cena midiática</i>	40
2.3.2 <i>A escalada político-religiosa</i>	44
2.3.3 <i>A Frente Parlamentar Evangélica</i>	46
2.4 Democracia e Estado laico	47
2.4.1 <i>Democracia entre o público e o privado</i>	48
2.4.2 <i>O Estado laico brasileiro</i>	53
2.5 Democracia e comunicação pública	55
2.5.1 <i>Comunicação pública</i>	55
2.5.2 <i>Interesse público e interesses privados</i>	57
2.5.3 <i>A publicidade e o uso público da razão</i>	59
2.5.4 <i>A crítica e a opinião pública</i>	61
2.5.5 <i>O debate público</i>	62
2.5.6 <i>Esfera de visibilidade pública e cena pública</i>	63
3 GOVERNO BOLSONARO, COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO, O OBJETO DE PESQUISA	68
3.1 O governo Bolsonaro, religião e eleições	68
3.3.1 <i>Eleições</i>	68
3.1.2 <i>O candidato Jair Bolsonaro</i>	71
3.1.3 <i>A disputa eleitoral</i>	72
3.1.3.1 <i>O atentado ao candidato Bolsonaro</i>	76
3.2 O presidente Jair Bolsonaro	80
3.2.1 <i>A carreira militar</i>	81
3.2.2 <i>Trajatória política</i>	83

3.2.3 Polêmicas	84
3.3 Estrutura e burocracia do governo.....	90
3.4 Governo Bolsonaro e a religião	94
3.5 A comunicação do governo Bolsonaro.....	100
4 O PERCURSO METODOLÓGICO	104
4.1 Metodologia integrada.....	104
4.1.1 Teoria e contexto	105
4.1.2 Conteúdo e Imagem	106
4.2 O estudo preliminar (a pesquisa exploratória)	107
4.3 O corpus da pesquisa	108
4.4 As categorias norteadoras da análise.....	113
4.4.1 Categoria “comunicação pública”.....	113
4.4.2 Categoria “viés moralista”	115
4.4.3 Categoria “viés religioso”	115
4.5 Os temas de pesquisa	116
4.5.1 Temas sensíveis.....	116
4.5.2 Temas Políticos	118
4.5.3 Atores e personalidades	124
4.6 Procedimentos metodológicos.....	125
5 A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DO GOVERNO BOLSONARO	127
5.1 Sistemas e produtos.....	127
5.2 Logotipo institucional.....	130
5.3 Campanhas publicitárias dos ministérios e do governo	133
5.4. A agenda presidencial	140
5.5 Os discursos presidenciais	142
5.5.1 Discurso da Posse (1º de janeiro de 2019)	143
5.5.2 Discurso da ONU (24 de setembro de 2019)	146
5.5.3 Primeiro pronunciamento sobre o Coronavírus (24 de março de 2020)	150
5.5.4 Análise.....	153
5.7 Mídias digitais.....	154
6 A COMUNICAÇÃO PRESIDENCIAL	158
6.1 Imagem e bordão do presidente	158
6.2 Redes sociais de Bolsonaro	162
6.3 No Instagram, a comunicação do presidente @jairmessiasbolsonaro..	166
6.4 Temas políticos e temas sensíveis.....	170
6.5 Atores e personalidades	176

6.5.1A <i>valoração dos atores</i>	178
6.6 Abordagem moralista no Instagram @jairmessiasbolsonaro	183
6.6.1 <i>Atores e personalidades</i>	184
6.6.2 <i>Temas políticos</i>	187
6.6.3 <i>Temas sensíveis</i>	190
6.7 Abordagem religiosa	194
6.7.1 <i>Atores e personalidades</i>	195
6.7.2 <i>Temas políticos</i>	198
6.7.3 <i>Temas sensíveis</i>	203
7 ANÁLISE	206
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	214
REFERÊNCIAS	220
ANEXOS	226
APÊNDICES	242

APRESENTAÇÃO

As relações entre religião e sociedade sempre foram objeto de interesse por parte das ciências sociais, pela complexidade em definir caminhos humanistas em uma cultura embebida por valores religiosos. A chegada de Jair Bolsonaro ao poder deu visibilidade à faceta mais perigosa das instituições cristãs, o uso político do discurso religioso. Ao definir o objeto pesquisa, o recorte para desvendar a práxis da comunicação pública levou em conta o contexto da política brasileira e a minha vivência como praticante de uma religião, a católica, o que suscita em mim especial curiosidade pelo tema.

Aceita como orientanda da prof.^a Maria Helena Weber, passei a integrar o Nucop – Núcleo de Comunicação Pública e Política e recebi apoio para superar a difícil fase de adaptação e incentivo para descobrir o deslumbramento pela ciência. O trabalho foi elaborado com alto rigor metodológico, combinando pesquisa qualitativa e quantitativa, de forma a mitigar contrapontos em relação aos resultados. Era preciso averiguar o quanto o fenômeno pode ser prejudicial à comunicação e à democracia, mas com cuidado para não desrespeitar nenhuma crença. Por isso, a seleção do *corpus* contemplou grande quantidade de produtos para análise, o que nos deixou seguras em divulgar os resultados encontrados.

Para analisar os materiais coletados, recorreremos ao *software* NVivo. Isso só foi possível porque a prof.^a Janaína Gomes, especialista na ferramenta, é integrante do Nucop. O trabalho foi supervisionado por ela, que indicou as melhores alternativas de estrutura metodológica para viabilizar o levantamento e classificação dos dados, o que contribuiu de forma relevante para a qualidade dos resultados finais.

Essa pesquisa é o primeiro passo de um projeto maior, que busca resgatar o conceito capaz de levar a sociedade ao desenvolvimento e à emancipação social. A jornada no mestrado me mostrou que o caminho para chegarmos lá passa pela ciência e a comunicação pública é área que oferece alternativas para promover o diálogo e a igualdade, com respeito à pluralidade de ideias e culturas, única direção possível para que todos, religiosos e não religiosos, consigam construir juntos um futuro melhor para a humanidade.

INTRODUÇÃO

Estudar comunicação pública nos permite compreender os movimentos que ocorrem no espaço público pelos públicos que o constituem. A comunicação realizada entre a opinião pública e o Estado, mercado e mídias é de grande relevância social, uma vez que, a partir dela, são firmadas as decisões que levam a sociedade a caminhar em direção à igualdade, à justiça e à liberdade, qualificando, assim, a democracia. Para tanto, é necessário garantir que o interesse público – conceito estruturante das democracias – seja mantido acima de interesses privados. Contudo, faticamente, a presença de elementos privados pode tensionar o caráter normativo da comunicação pública, refletindo-se também nos processos que compõem a democracia contemporânea. Tanto os elementos de viés moralista, advindos de valores familiares e particulares, quanto o viés religioso, originário de doutrinas espirituais, não cabem no Estado democrático, uma vez que os pilares da democracia estão estruturados no diálogo autônomo, racional e com argumentos válidos para todos os participantes, e, por isso, esses vieses constituem uma perspectiva privada da comunicação realizada pelo governo.

Diante desse contexto, o presente estudo propõe analisar a permeabilidade do público ao privado nas estratégias de comunicação do governo do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, eleito em 2018, que tende a privilegiar os vieses moralistas e religiosos em sua comunicação. Em uma perspectiva hipotética, é possível inferir que a comunicação do governo de Jair Bolsonaro, a partir da presença de preceitos morais e religiosos nos produtos de seus canais de comunicação, tanto institucionais como os do presidente Jair Bolsonaro, imprime perspectivas privadas ao discurso governamental e, assim, não respeita a dimensão normativa da comunicação pública, desqualificando, portanto, a democracia.

O tema desta dissertação está estruturado em torno de três eixos: governo, religião e comunicação pública, que constituem o objeto de pesquisa, abordando as características, as estruturas e as práticas de comunicação do governo Bolsonaro. A análise é orientada pelas categorias *comunicação pública*, *viés moralista* e *viés religioso* e, que permitem identificar a incidência de elementos moralistas e religiosos capazes de distorcer os princípios da comunicação pública nas relações entre o Estado democrático e a sociedade. A delimitação do tema privilegia a análise da incidência dos vieses moralistas e religiosos nas ações e nas comunicações do governo, tanto a partir da comunicação institucional como da comunicação direta

realizada pelo presidente, como a dimensão privada presente na comunicação pública. As marcas, os elementos e os discursos governamentais, assim como eventos e ações com Igrejas, promovem e justificam essa relação, que será analisada a partir da comunicação realizada pelo governo de Jair Bolsonaro nos primeiros 18 meses de sua gestão, de 1º de janeiro de 2019 a 30 de junho de 2020.

As questões ligadas à moral tiveram um peso decisivo para o resultado das eleições de 2018, em que disputou a presidência da república com o candidato petista Fernando Haddad. Sob esse aspecto, a aliança entre Bolsonaro e lideranças religiosas, sobretudo de igrejas evangélicas neopentecostais, construiu a imagem pública do candidato como a de defensor de posições caras ao segmento evangélico, dando protagonismo ao voto evangélico no pleito, e reforçou a imagem do adversário como representante do grupo que pretendia destruir os valores judaico-cristãos. Ao longo de seu mandato, o presidente vem retribuindo o apoio recebido de grupos e líderes religiosos na disputa presidencial, abrindo cada vez mais espaços para representantes de igrejas e setores conservadores na alta gestão e baseando, muitas vezes, ações e comunicações em justificativas moralistas e religiosas. Sua comunicação é amparada por preceitos defendidos por igrejas que o apoiaram, como a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a Assembleia de Deus, a Assembleia de Deus Vitória em Cristo, a Igreja da Graça, a Igreja Mundial do Poder de Deus, entre outras, grupos políticos vinculados a denominações religiosas e ideólogos conservadores. A postura, as ações e os discursos do presidente indicam o fortalecimento dessas relações em encontros com organizações e grupos religiosos, participação em celebrações e eventos direcionados ao público de fiéis. As práticas comunicacionais do presidente e de membros do alto escalão do governo parecem pretender delimitar um novo perfil de país, com base em diretrizes alinhadas com as instituições religiosas.

Acreditamos que esse comportamento é representativo para analisar o fenômeno da incidência da dimensão privada, sob a perspectiva moralista e religiosa, na comunicação governamental e verificar em que medida esses elementos afetam a normatividade da comunicação pública. Diante disso, interessa verificar se os princípios da comunicação pública – próprios das democracias – são colocados em risco, na medida em que as ações de comunicação e o discurso governamental não parecem ter um caráter universal ou serem capazes de estabelecer relações com a sociedade de modo isento. Por essa razão, a pesquisa é relevante para a produção de conhecimento em comunicação, pois abre novas perspectivas sobre o campo da comunicação política e, especialmente, sobre a comunicação pública no Brasil.

A partir da investigação de pesquisas acadêmicas sobre a relação entre comunicação, política e religião, descrita no item 1.1 – Estado da Arte, constatou-se que há pouca produção de conhecimento na área, o que torna o presente estudo ainda mais relevante. O tema é interdisciplinar, pois reúne elementos das ciências políticas, da sociologia, da história e da filosofia, contribuindo para a produção de conhecimento também nessas áreas. Esta pesquisa se justifica por fazer parte do conjunto de pesquisas do Núcleo de Comunicação Pública e Política – Nucop e contribui para a produção de conhecimento sobre a constituição da comunicação pública e política, considerando as relações complexas entre religião, Estado, sociedade e a comunicação.

Acredita-se, em uma perspectiva hipotética, que a comunicação do governo de Jair Bolsonaro, a partir da presença de preceitos morais e religiosos em seus produtos comunicacionais, imprime perspectivas privadas ao discurso do governo, não respeitando a dimensão normativa da comunicação pública e, portanto, desqualifica a democracia. Interessa compreender de que forma o caráter moral e religioso está presente e interfere para a configuração e para os objetivos desse campo de estudo, que tem como base a dimensão universal, capaz de estabelecer relações com a sociedade para atender à vontade coletiva.

O caminho metodológico combinou diversas técnicas de pesquisa visando atingir os objetivos propostos, especificamente: a *pesquisa bibliográfica*, que reuniu obras e autores em torno dos quais são discutidos os eixos teóricos deste trabalho; a *pesquisa histórico-documental*, em que são recuperados documentos sobre o presidente Jair Bolsonaro e as estruturas burocráticas, assim como é identificada a configuração dos canais oficiais do governo (de caráter institucional) e dos canais presidenciais (de caráter direto), realizando o levantamento geral de redes sociais institucionais e do presidente; A *análise de conteúdo*, sistematizada pelo programa *N-Vivo*, visando à identificação dos temas presentes na comunicação do governo, entendida como a comunicação institucional e a comunicação direta do presidente, a partir da definição dos temas políticos e sensíveis de interesse da pesquisa e à respectiva valoração, de acordo com as categorias de análise decorrentes da fundamentação teórica e da problematização; e referenciais de *análise semiológica*, aplicados a slogans, marcas e bordões presentes na comunicação institucional e presidencial.

O *corpus de pesquisa* foi constituído por conteúdos da comunicação do governo, entendido tanto por meios oficiais, vinculados ao sistema de comunicação

institucional, quanto por aqueles ligados diretamente ao presidente da república, veiculados no período de 1º de janeiro de 2019 a 30 de junho de 2020, especificamente: (a) símbolos – logotipo institucional, slogan do governo e bordão presidencial; (b) campanhas publicitárias; (c) agendas presidenciais; (d) três discursos entendidos como demarcadores do Governo, proferidos, respectivamente, na posse (01/01/2019), na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (24/09/2019) e durante a pandemia do novo Coronavírus (24/03/2020); (e) levantamento geral das redes sociais institucionais e das vinculadas ao presidente Jair Bolsonaro; e (f) 1225 postagens do perfil do presidente Jair Bolsonaro na rede social Instagram.

O desenvolvimento desta dissertação foi realizado em sete capítulos. No primeiro, apresentamos o caminho que nos leva ao problema de pesquisa. O capítulo seguinte traz a fundamentação teórica, calcada nas teorias a respeito da relação entre religião e poder, política e mídia, resgatando a história da presença de religiosos no cenário midiático e político brasileiro, e é finalizado pelos conceitos normativos da comunicação pública. Já no capítulo 3, desenvolve-se o objeto de pesquisa e é feito o resgate histórico das eleições de 2018, a trajetória de Jair Bolsonaro e de sua relação com o segmento religioso neopentecostal, além da configuração da estrutura burocrática do governo considerando a temática moralista e religiosa. O capítulo 4 aborda o desenho metodológico da pesquisa, apresentando as categorias de análise, o *corpus* e os procedimentos metodológicos. No capítulo 5, realizam-se a apresentação e análise dos produtos de comunicação institucionais do governo presentes no *corpus* e, no capítulo 6, dos produtos de comunicação do governo ligados diretamente ao presidente. O capítulo 7 contempla as considerações finais, com a análise geral do trabalho, tendo como base as categorias selecionadas.

1. PROBLEMA DE PESQUISA

Partindo de uma perspectiva ampla, é preciso destacar a configuração política da modernidade, que, normativamente, a partir da queda do poder monárquico e eclesiástico, passa a ser calcada em uma nova estruturação entre público e privado, considerando como domínio do privado a família e sua projeção para o exterior, e o domínio do público como aquele que é comum aos indivíduos, seus interesses e necessidades (ESTEVEES, 2011). Assim como a família, a religião, apesar de constituir uma sociedade de desiguais, ou seja, de detentores de poder e destinatários de obediência, é reconduzida à esfera privada e superada pela sociedade e pelo Estado.

A presença moralista e religiosa no governo aponta a permeabilidade do sistema público em relação ao privado e fere o princípio do primado do público, que trata da irredutibilidade do bem comum frente às somas dos bens individuais, aspecto basilar das sociedades democráticas modernas (BOBBIO, 2007).

A realidade brasileira apresenta um quadro complexo sobre o tema. Apesar de a Constituição garantir o Estado laico, a religião está fortemente arraigada na cultura da população – mais de 90% das pessoas têm alguma religião e 87% são cristãs. Argumentos com vieses moralistas e religiosos, principalmente os presentes em doutrinas cristãs, apesar de não apresentarem a racionalidade e a isenção exigidas para o debate público, recebem aceitação das pessoas identificadas com o segmento. É possível, assim, utilizar o conceito de redes de comunicação, proposto por Weber (2017), para perceber o movimento das redes de comunicação religiosa. As instituições e os atores religiosos se organizam socialmente para conquistar espaço para a sua agenda na esfera pública. A regulação desse movimento e a garantia de que pleitos próprios de instituições privadas, como as religiosas e familiares, não influenciem decisões universais deve ser feita pelo Estado, mas quando ele próprio é permeável a essas instituições, possivelmente há uma distorção da diretriz social do interesse público.

Cada vez mais fortalecidas no cenário político do país, as religiões estão representadas nas instituições democráticas desde a elaboração da Constituição brasileira. A cada pleito, a chamada bancada evangélica cresce em número e influência no Congresso Nacional, estruturando-se estrategicamente para impor valores morais conservadores e religiosos e barrar pautas progressistas.

Esse movimento podia ser considerado tolerável até certo ponto, na medida em que o grupo constituía a representatividade de uma parte da população e recebia o contraponto de grupos parlamentares progressistas, equilibrando o debate. Contudo, quando os pleitos defendidos pela ala religiosa transbordam para o Poder Executivo, como ocorre na relação entre o presidente Jair Bolsonaro e grupos políticos e religiosos do parlamento e das Igrejas, a sociedade corre o risco de ser afetada por orientações arbitrárias e que ferem tanto a autonomia moral dos indivíduos quanto a noção de debate democrático amparado no interesse público. A partir da afirmação conceitual de que a comunicação pública é uma qualificadora da democracia (WEBER, 2017), pois persegue a produção da vontade coletiva voltada ao bem comum, é possível utilizar a comunicação feita pelo governo Bolsonaro para verificar o quanto a presença da moralidade e da religiosidade incide sobre a comunicação

pública brasileira, analisando-se o fenômeno a partir dos conceitos estruturantes dessa área de conhecimento.

Na prática, é preciso analisar se as normativas basilares da comunicação pública estão sendo perseguidas ou se ela sofre algum tipo de distorção com a presença da moral e da religiosidade, refletindo-se, em última análise, na qualidade da democracia. O tema suscita questionamentos de ordem teórica e prática, como: O primado do público sobre o privado está sendo afetado com a presença moralista e religiosa no governo? A comunicação pública do governo Jair Bolsonaro é capaz de produzir um debate aberto dentro dos princípios estabelecidos para tal, como racionalidade, visibilidade e participação inclusiva? Como o princípio da racionalidade da comunicação pública é afetado pela incidência de argumentos moralistas e religiosos? Em quais pautas políticas abordadas pelo governo é possível identificar a incidência de preceitos moralistas e religiosos? Quais são os *temas sensíveis* mais acionados? Em relação aos temas políticos, quais estão atrelados à temática religiosa? Em que medida a interferência moral e religiosa na comunicação pública do governo distorce o interesse público? Dentro desse contexto, as questões-problema que movem esta pesquisa são: *Quais as características da comunicação do governo de Jair Bolsonaro nos canais institucionais e nos diretamente ligados ao presidente? E ainda: Como o viés moralista e o viés religioso incidem na comunicação pública do governo Bolsonaro?*

A partir do tema desta pesquisa e das perguntas por ele suscitadas, o objetivo geral foi assim formulado: *Identificar e analisar os elementos de viés moralista e de viés religioso na comunicação do governo Jair Bolsonaro, nos níveis direto e institucional, considerando os princípios da comunicação pública associados à qualidade da democracia.*

Para alcançar o objetivo geral, será necessário perseguir os seguintes objetivos específicos:

- a) caracterizar as relações entre Estado e Igreja no Brasil;
- b) identificar a relação entre o governo de Jair Bolsonaro e as Igrejas neopentecostais;
- c) descrever aspectos da trajetória de Jair Bolsonaro;
- d) identificar a participação de atores religiosos na burocracia estatal do governo Bolsonaro;
- e) caracterizar estruturas e sistemas da comunicação do governo Bolsonaro;

- f) identificar e analisar incidência da moralidade e da religiosidade nas ações e nos discursos do governo como a dimensão privada presente na comunicação pública;
- g) analisar discursos e manifestações do presidente Jair Bolsonaro no canal digital Instagram.

1.1 Estado da Arte

Como exercício para encontrar caminhos que possam ajudar a responder ao problema de pesquisa, a revisão bibliográfica ou pesquisa de Estado da Arte, permite-nos identificar as produções que se relacionam ou tangenciam o tema em questão. Assim, iniciamos a pesquisa a partir do tema da incidência de preceitos morais religiosos na política e seu impacto para a comunicação pública, desmembrando-a para os subtemas a política e a religião dentro do universo da comunicação; o debate promovido por atores religiosos em assuntos relacionados com política; a atuação e a genealogia de políticos oriundos do universo religioso; a identificação de trabalhos que discutissem as temáticas morais recorrentes no discurso religioso na política: aborto, gênero e homossexualidade.

O universo da pesquisa foi o seguinte: o catálogo de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o banco de teses e dissertações dos 11 PPGs de Comunicação notas 5, 6, e 7; os periódicos brasileiros Quali A1 e A2; e o site de compartilhamento de produções acadêmicas academia.edu, que está constantemente em atualização. No catálogo da CAPES, as pesquisas foram realizadas a partir de 2012; nos periódicos e no portal de artigos, foram buscadas produções a partir de 2014.

Nos canais pesquisados, encontramos três trabalhos que relacionam diretamente o tema da religião com a comunicação pública. O tema que mais desperta o interesse de pesquisadores de comunicação a respeito de religiões diz respeito à midiaticização das Igrejas, com seis teses de doutorado a respeito do assunto. Nas ciências políticas, a interferência religiosa na política foi tema de oito teses de doutorado nos últimos anos.

No catálogo de teses e dissertações da CAPES, realizou-se a busca pelas palavras-chave “política e religião” dentro da área de conhecimento da comunicação, o que resultou em 1.727 teses; porém, não foi encontrado nenhum trabalho que desenvolvesse diretamente o tema. Por isso, a pesquisa foi refinada para a consulta

diretamente nos bancos de teses e dissertações dos 11 programas de pós-graduação em comunicação com notas 5, 6 e 7 envolvendo o tema religião, mídia e política.

Três pesquisas relacionam religião e política a partir da comunicação. Genro (2013) aborda o agendamento do aborto no segundo turno das eleições presidenciais de 2010. No estudo, ela examina a estratégia de influência sobre os temas discutidos pelos candidatos, analisando o papel da imprensa no debate sobre o tema polêmico e de cunho moral. A autora conclui que, embora de interesse público, o tema é demarcado por questões privadas e, por isso, o debate público foi interdito pelos princípios da propaganda, pois possui caráter incômodo, não se presta a performances estéticas e foi proposto em termos estratégicos por grupos articulados, como o religioso.

Já Santos (2016) traça um paralelo entre dois regimes de leitura da opinião pública para o fenômeno religioso. De um lado, a agenda positiva em torno da religião e da espiritualidade, com a divulgação de pesquisas médicas e científicas que atestam os benefícios de práticas de meditação, transe e afins. De outro, o embate na arena da opinião pública com a questão religiosa, tendo em vista a sua difícil relação com o pluralismo democrático, já que incide em temas de cunho moral e comportamental. A tese registra, assim, a consecução de formas de secularismo nos contextos investigados. Ainda que a pesquisa de Gerbase (2017) tenha sido em nível de graduação, a estrutura de trabalho contribui para a produção de conhecimento na área de política, religião e comunicação. A autora investiga a repercussão das eleições municipais de 2016 em páginas gospel no Facebook. Para tanto, realizou o mapeamento do universo evangélico e a história da atuação política no Brasil, resgate que contribui para a pesquisa proposta nesta dissertação.

Tratando-se de temas adjacentes ao objetivo geral deste trabalho, elencamos, ainda, as pesquisas relacionadas à mídia e à religião com foco na atuação das Igrejas pentecostais no campo midiático. Sob esse escopo, encontramos seis pesquisas que evidenciam a tomada de espaço das religiões na mídia e seu papel de influência para a formação de opinião e disseminação de valores morais e religiosos. Nesse universo, um dos destaques é Benetti (2000), que contribui ao investigar o discurso da Igreja Universal do Reino de Deus nos programas televisivos, evidenciando a relação entre bem e mal e como, a partir da narrativa de testemunhos nos programas, a Igreja constrói sua imagem de única mediadora entre Deus e as pessoas. Para tanto, analisa a estrutura dos discursos, em que aparecem dois planos. No passado, está associado ao Diabo, com o relato de uma vida desregrada e de sofrimento. No presente, o

depoente conta a transformação de sua vida a partir do encontro com Deus, ocorrido na Igreja Universal.

Na mesma esteira, Bandeira (2017) analisa as estratégias midiáticas interacionais de Valdomiro Santiago para a Igreja Mundial do Poder de Deus. O autor investiga se as ações da Igreja a classificam como Igreja midiática ou instituição que utiliza os meios de comunicação para disseminar sua mensagem. A pesquisa colabora para o entendimento de como as regras religiosas referentes ao campo da moral se inserem na sociedade e o que influencia a ocupação de religiosos no campo da política, interferindo na comunicação pública.

Souza (2014) lança o olhar sobre a perspectiva teórica a ser abordada. Ao identificar o caso do Centro Áudio Visual Evangélico (CAVE), a autora resgata a história do protestantismo no Brasil, aprofundando a discussão sobre a tensão entre fé e razão, colocando em questão a modernidade e a sua relação com o religioso e entendendo a secularização como fundamental para compreender as dinâmicas que criaram o espaço público, o que relegou a fé à dimensão privada. A autora também trata dessa reentrada do religioso no espaço público moderno e dos embates derivados desse deslocamento.

Na área de conhecimento das ciências políticas, foram encontradas oito teses de doutorado, entre os anos de 2015 e 2019, relacionadas à atuação religiosa na política brasileira. Peccinin (2016) traz o tema do discurso religioso na arena política, retomando a discussão sobre grupos de interesses religiosos na arena de debate público, analisando o discurso sacral nessa esfera desde a Constituinte de 1988. Ao final, o trabalho traça a laicidade do Estado a partir da sua configuração constitucional, como separação e neutralidade dos poderes com relação às religiões, para, em seguida, entender os interesses de grupos religiosos no Congresso interferindo nessa premissa. Aqui, importa analisarmos os símbolos que estão sendo inseridos na arena de debates com uma roupagem secular, mas com o objetivo de dar visibilidade e legitimidade para o discurso religioso na política.

Já Silva (2017) investiga a recente mobilização política dos evangélicos no Brasil. Com o estudo, ele analisa as suposições para o crescimento desse segmento em cargos representativos no Legislativo e também no Executivo. O autor conclui que o quadro para a formação da representação política dos evangélicos é mais complexo do que se supõe, ao identificar que o número de parlamentares evangélicos aumentou em números absolutos, mas se manteve estável em termos relativos, ou seja, acompanhou o crescimento da população. As considerações finais do trabalho

afirmam que, em um cenário de dois candidatos, a identificação religiosa evangélica é positiva para o segmento, mas negativa para outros grupos religiosos, o que, em tese, seria uma barreira para a ocupação de cargos executivos por representantes da religião evangélica. Soares (2015) analisa os desafios da secularização neste início de século, quando as religiões reassumem papel relevante na esfera pública. O estudo faz uma comparação entre as democracias brasileira e indiana, promovendo a discussão sobre secularismo e o que o autor chama de pós-secularismo, à luz de conceitos sobre política e religião. Ao final, desenvolve uma resposta à problemática da influência religiosa na política dos dois países.

Nos periódicos científicos da área de comunicação Quali A1 e A2, foram encontrados três artigos relacionando religião/preceitos morais e religiosos e política, além de vários que tangenciam o tema. Machado (2018) aborda a questão do discurso cristão sobre a “ideologia de gênero”, uma das pautas centrais para os atores religiosos na política. A autora traça uma genealogia do discurso cristão sobre o assunto, que se difundiu na sociedade nos últimos anos e que tem pautado uma série de projetos no Legislativo. No mesmo artigo, também é analisada a disseminação desse discurso na esfera política e na sociedade civil que rejeitam a inserção da categoria gênero nas políticas públicas. Marques e Guimarães (2018) relacionam midiatização, política e religião ao analisarem os comentários no Facebook sobre as ações da Frente Parlamentar Evangélica a respeito da implementação do Estatuto da Família. O estudo articula-se em três eixos: o relacionamento entre interlocutores, a justificação dos argumentos trocados e a negociação de parâmetros que contemplem os interesses coletivos. Em outro artigo relevante para a área publicado em periódico, Cunha (2019) analisa o processo de midiatização das religiões no Brasil e, em especial, o ativismo político digital dos evangélicos. A autora relaciona a ocupação dos espaços políticos por atores religiosos do segmento com a emergência do ativismo político dos fiéis evangélicos nas redes, apresentando de que forma o processo de midiatização das Igrejas tem contribuído para a interferência da religião na esfera política.

Além das publicações dos programas de pós-graduação e de periódicos, o site de compartilhamentos *academia.edu* vem sendo atualizado constantemente com material recente, oriundo de eventos científicos e outros, que colaboram com a produção de conhecimento na área a ser estudada. Por conta da atualidade, os artigos compartilhados refletem melhor o cenário de crescimento de atores religiosos na esfera política e da interferência de regras morais, oriundas especialmente de religiões evangélicas pentecostais e de católicos conservadores, em assuntos de interesse

público. Nesse sentido, diversos pesquisadores têm se debruçado sobre o tema da permeabilidade da política em relação à religião. Alves (2016) e Prandi e Santos (2017) relacionam a força política da bancada evangélica com a imposição de questões morais na pauta das políticas públicas. Em outra frente, Prandi, Santos e Bonato (2019) destacam o fato de que as Igrejas evangélicas se tornaram máquinas eleitorais e abusam do poder religioso para influenciar o voto de seus fiéis. Machado e Burity (2014) traçam o panorama da ascensão política dos pentecostais no Brasil a partir de entrevistas com os próprios líderes religiosos, entre outros artigos que indicam os prejuízos para o interesse público da reentrada da religião no cenário político e na esfera pública.

Vale ressaltar que o tema tem ocupado espaço na imprensa a partir de análise e opinião de diversos especialistas que acompanham a escalada dos evangélicos no poder até chegar ao cargo político máximo, com a eleição de Jair Bolsonaro em 2018. O desafio é, a partir de todo o conhecimento já produzido sobre o tema, desenhar os fenômenos mais recentes dessa relação e seu impacto para a comunicação pública no Brasil.

Apesar de estar presente na mídia atual, a partir da chegada do poder religioso instalado nas casas legislativas e nas instâncias de poder civil, o tema da religião presente na política ainda não ocupa espaço nos estudos sobre comunicação pública. O tema desta pesquisa, que trata da moral e da religião como dimensão privada na comunicação pública do governo, ainda não foi abordado em nenhuma pesquisa acadêmica. A escassez de produções referentes à questão religiosa na comunicação pública demonstra a relevância da presente pesquisa. Por outro lado, o saber científico produzido a respeito de assuntos que tangenciam o tema em questão colaborou para fundamentar as bases da investigação a que se propõe este estudo.

O interesse da sociedade sobre o tema abordado cresce na medida em que a relação entre política e religião se torna evidente e afeta o cotidiano, refletindo-se no aumento de notícias jornalísticas e artigos acadêmicos a respeito da questão, mas ainda não está configurada em uma pesquisa aprofundada. A problematização, dessa forma, busca responder as questões que ainda não foram exploradas no universo acadêmico e podem esclarecer, à luz de teorias reconhecidas, em quais aspectos nossa sociedade está sofrendo reveses em sua evolução e desenvolvimento com vistas à emancipação social.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para entender de que forma a presença de preceitos moralistas e religiosos no governo brasileiro incide sobre a comunicação pública, é necessário resgatar a história de interferências entre os campos da religião e da comunicação, além de abordar as questões relativas ao poder que unem, desde o início, a sociedade ocidental, a Igreja e o Estado. Por isso, são apresentados, neste projeto, autores que constroem a genealogia do campo religioso e o relacionam à configuração do Estado, além de conceitos de democracia e laicidade do Estado. Assim, é possível estabelecer parâmetros de análise da realidade política brasileira atual em relação ao que, normativamente, se apresenta como modelo político previsto para um país democrático. O resgate das teorias sobre a influência da religião na sociedade permite compreender a intervenção religiosa no governo em contraponto ao princípio, cunhado pela própria burguesia no início do Estado Moderno, de separação entre Igreja e Estado, que garante o Estado laico dentro de limites democráticos. Da mesma forma, são apresentados os conceitos de comunicação pública de forma a delimitar as bases da pesquisa, sobre as quais foram elaboradas as categorias de análise. Ainda, o terceiro subcapítulo aborda a relação histórica entre o segmento evangélico e a política, apresentando a permeabilidade do Estado brasileiro com relação a atores religiosos e a paralela midiaticização das Igrejas.

A presença religiosa na concepção da sociedade tal qual a conhecemos é inquestionável e remonta ao início da sociedade moderna. Sua influência abrange tanto as estruturas de poder quanto a dinâmica social de todas as instâncias da modernidade, como a família, o mercado e as organizações como um todo. A relevância do tema é atestada pelo peso que grandes sociólogos e pensadores do nosso tempo, responsáveis por estruturar o pensamento a respeito da sociedade atual, deram ao tema da religião, como Karl Marx, na obra *Sobre a Religião* (1975), Immanuel Kant (2012), em *A religião nos Limites da Simples Razão*, Emile Durkheim, em *Formas Elementares da Vida Religiosa* (1996), e Max Weber, que publicou obras clássicas sobre o tema, como *Sociologia das Religiões* (2017) e *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (2013), entre outras.

Por isso, nos itens seguintes, serão aprofundados temas que auxiliam na compreensão e na análise do objeto de pesquisa sob a ótica da sociologia, das ciências políticas, da comunicação pública e midiática.

2.1 Estado, poder e religião

A religião, sólida instituição social e cultural da sociedade moderna, apresenta uma concepção de vida calcada na justificativa divina, em que residiria a verdade a o respeito das questões do mundo. Para os cristãos, o argumento encontra respaldo no Evangelho, registro dos ensinamentos de homens que estariam inspirados pelo Espírito Santo e daquele que é considerado o próprio Deus, que se fez homem para passar pela Terra, Jesus Cristo. Diversos teólogos apresentaram a sua interpretação dos textos bíblicos como verdade fundamental e irredutível, configurando o quadro do mundo que o Cristão deve ver. A crença nos preceitos religiosos como verdade é uma questão de fé, dogma que não pode ser debatido, apenas acolhido ou não. Por isso, a religião concentra o poder da verdade para seus seguidores, interferindo em sua conduta, diretamente no modo de ver a vida e na relação com outros indivíduos.

O poder como força constitutiva da sociedade é tema de debates e teorias que norteiam a sociedade moderna. Via de regra, a questão é sempre debatida em termos de dominantes e dominados, obedecendo a uma lógica de contraposição. Como esclarece Foucault (1979), os debates realizados pela esquerda e pela direita focavam em denunciar o poder no adversário, de forma polêmica e global. O autor, por outro lado, propõe-se a debruçar-se sobre a mecânica do poder, sob o aspecto de seus usos a partir de seus micro agentes reais, baseados nas relações pessoais do cotidiano. Questionando a fenomenologia marxista, ele contrapõe a constituição do poder a partir da ideologia e da repressão. À ideologia, coloca a objeção de ser um conceito que está sempre em oposição ao que poderia ser a verdade, ao considerar que a questão principal seria ver como são produzidos os efeitos de verdade no interior dos discursos. À repressão, opõe um raciocínio lógico: “se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido?” (FOUCAULT, 1979, p. 8). Na realidade, o poder deve ser considerado como uma rede produtiva, que atravessa o corpo social, em uma força que produz sentidos, induz ao prazer, forma saber, produz discursos.

Assim, a verdade está contida no poder, no sentido de que cada sociedade produz sua política de verdade, ou seja, formas de dizer e de pensar acolhidas como verdadeiras, as técnicas que são valorizadas para obter a verdade, as instituições que são designadas para distinguir as afirmações verdadeiras e falsas, formando um “regime de verdade” (FOUCAULT, 1979, p. 11).

Foucault aborda o discurso como aquele que se quer apoderar. Se, na Antiguidade, o discurso verdadeiro residia no objeto, ou seja, no que dizia ou fazia, a partir do iluminismo o discurso passou a estar centrado na vontade da verdade. Para o autor, na vontade de dizer a verdade, o que está em jogo é o poder (FOUCAULT, 2014, p. 19). Nessa busca pelo poder, o discurso conta com procedimentos internos de controle e exclusão, que funcionam a título de classificação, ordenação distribuição, como se tratasse de submeter outra dimensão do discurso: a do acontecimento e do acaso. O primeiro procedimento é o comentário, formas de conservar o que foi dito, em um jogo de reparação. O segundo é o autor, entendido como unidade de origem das significações.

Se o comentário limita o discurso pela identidade da repetição, o autor o faz pela identidade da individualidade e do eu. Em oposição aos dois, o princípio de limitação dos discursos são as disciplinas, que funcionam como um controle da produção do discurso. Ela fixa os limites pelo jogo de uma identidade que tem a forma de uma reatualização permanente das regras.

O terceiro procedimento de controle dos discursos são as condições de seu funcionamento, que promovem a rarefação dos sujeitos que falam, limitando seus poderes e dominando suas aparições aleatórias. Os rituais fazem parte desse grupo, ao definirem o sujeito que fala, os gestos, os comportamentos e fixarem a eficácia suposta ou imposta das palavras. As chamadas sociedades do discurso também, pois têm a função de produzir ou conservar discursos, para fazê-los circular em espaços fechados, distribuí-los segundo regras restritas, sem que seus detedores sejam despossuídos por essa distribuição. Aparentemente, a doutrina seria o inverso de uma sociedade de discursos, na medida em que tende a se difundir. Na verdade, a pertença doutrinária questiona ao mesmo tempo o enunciado e o sujeito que fala, um através do outro. O procedimento de exclusão se dá quando questiona o sujeito que fala enunciados inverossímeis com a doutrina. De forma contrária, questiona o enunciado a partir do sujeito, na medida em que a doutrina vale sempre como sinal de pertença, ou seja, liga os indivíduos a certo tipo de enunciação e exclui todos os outros, conformando uma dupla sujeição: dos sujeitos aos discursos e dos discursos aos grupos de indivíduos que falam (FOUCAULT, 2014).

Arendt (1993) elabora a questão central da verdade ao abordar o poder político da religião a partir da busca por entender qual é o elemento essencialmente político das religiões tradicionais e, por outro lado, qual o aspecto religioso capaz de mobilizar a política. Refutando a célebre frase de Marx, "*a religião é o ópio do povo*", por

considerar que a ênfase no indivíduo e a lista de pecados que o cristianismo impõe dificilmente exerceriam um efeito calmante nas pessoas, ela recorre ao mito platônico da caverna para eleger um elemento evidente: a doutrina do inferno. Presente desde a Antiguidade no direcionamento político, o mito da caverna é incorporado ao cristianismo a partir da ideia de que a crença é necessária à multidão, que não tem olhos para a medida invisível de todas as coisas visíveis. Aqueles que são capazes de se libertar das correntes para se encontrar com o céu claro das ideias não deveriam acreditar no mito da recompensa e dos castigos finais da pós-morte, já que a vida terrena, em sua medida visível, por si só, já configura o inferno. Para Arendt (1993, p. 69):

Os poucos não podem persuadir a multidão da verdade porque a verdade não pode se tornar objeto de persuasão e a persuasão é o único modo de lidar com a multidão. Mas, enquanto não se pode ensinar à multidão a doutrina da verdade, pode-se, por outro lado, persuadi-la a acreditar em uma opinião como se essa opinião fosse a verdade.

Pode-se considerar que a crença de que haverá recompensas ou castigos após a morte é útil à multidão que não está liberta para a emancipação da alma. Assim, a autora credita a crise da sociedade atual justamente à perda do medo do inferno, pois, no mundo secular, por mais que a religião esteja em crescimento, o medo do inferno não impede nem estimula as ações da maioria. Por outro lado, a capacidade das multidões em perceber a verdade invisível continua tão pouco confiável como sempre (ARENDR, 1993).

2.2 Religião e ordem social

Neste subcapítulo, será desenvolvida a ideia da interferência religiosa na organização secular da sociedade, ou seja, a prática social influenciada pela religião. Para tanto, recorre-se a Bourdieu (2011), que elabora a constituição da religião e sua relação com as normas e os valores naturalizados entre os homens, e a Weber (2013), que traça um paralelo entre as práticas religiosas e a construção da mentalidade referente ao trabalho moderno.

2.2.1 O campo religioso

O papel da religião para colaborar com as estruturas de poder nas microrrelações é evidenciada na análise da gênese do campo religioso, proposta por Bourdieu (2011) como parte da Teoria dos Campos, em que analisa as dominações e as práticas simbólicas específicas de um determinado espaço social. Para o autor, o sistema simbólico religioso é tanto estruturante da sociedade, ou seja, instrumento de construção do mundo dos objetos como formas simbólicas de conhecimento, quanto é estruturado, ou seja, passível de análise e apreensão.

Sua visão relaciona as religiões com a conservação da ordem social, pelo fato de operar, assim como todos os sistemas simbólicos, como uma única lógica da divisão, organizando, dessa forma, o mundo natural e social a partir do recorte de classes antagônicas, propensas a servirem à lógica de inclusão e exclusão, associação e dissociação, integração e distinção. Para o autor:

Essas “funções sociais” tendem sempre a se transformar em funções políticas na medida em que a função lógica de ordenamento do mundo que o mito preenchia de maneira socialmente indiferenciada, operando uma diacrisis ao mesmo tempo arbitrária e sistemática no universo das coisas, subordina-se às funções socialmente diferenciadas de diferenciação social e de legitimação das diferenças, ou seja, na medida em que as divisões efetuadas pela ideologia religiosa vêm recobrir (no duplo sentido do termo) as divisões sociais em grupos ou classes concorrentes ou antagônicas (BOURDIEU, 2011, p. 30).

A racionalidade religiosa, baseada no deus que recompensa o bem e pune o mal, no sentimento de pecado e no desejo de salvação, é inaugurada com as religiões monoteístas, a partir da formação de um corpo de sacerdotes, ao mesmo tempo em que ocorre a urbanização das cidades. A relação desse fenômeno induz à separação entre o saber sagrado e a ignorância profana, reforçado pela ideia de segredo (BOURDIEU, 2011).

A função da religião para Bourdieu (2011) é ideológica, uma função prática e política de absolutização do relativo e legitimação do arbitrário. Isso se dá a partir da construção de uma lógica que determina o que é passível de discussão e o que está fora da discussão e deve ser admitido. E, por outro lado, por meio da consagração, “consegue submeter o sistema de disposições, em relação ao mundo natural e ao social, a uma mudança de natureza, em especial o *ethos* de ação e de apreciação em

ética enquanto conjunto sistematizado e racionalizado de normas explícitas.” (BOURDIEU, 2011, p. 46).

Assim, a relação entre o campo religioso e o campo do poder reside no fato de que a legitimação da ordem estabelecida pela manutenção da ordem simbólica contribui para a manutenção da ordem política. A Igreja interfere nesse processo ao inculcar percepções de mundo capazes de conferir a legitimação suprema pelo processo de naturalização e também ao lançar mão da autoridade religiosa para combater visões de mundo dispostas a subverter a ordem simbólica. Dessa forma, o efeito da absolutização do relativo e da legitimação do arbitrário é produzido por um modo de pensamento hierárquico, contribuindo para a relação entre a hierarquia social e a hierarquia cosmológica. A educação implícita e explícita de respeito às disciplinas lógicas significa perpetuar as relações fundamentais que organizam a sociedade e constitui uma das formas mais eficazes de obter o reconhecimento e o desconhecimento das normas que garantem a ordem social (BOURDIEU, 2011).

O conceito de *habitus*, ou seja, a história incorporada, define-se como o “produto da aquisição histórica que permite a apropriação do adquirido histórico” (BOURDIEU, 2007, p. 83) e complementa o sentido dado à religião de conservação da ordem social. Para o autor, a relação social com o mundo para o qual e pelo qual somos feitos é uma relação de posse. Como no caso de um funcionário e sua função, o indivíduo entra na personagem social que dele se espera e que ele espera de si próprio – o que Bourdieu mesmo chama de *vocação* (grifo meu). Para esse indivíduo, o seu corpo, em que está escrita a história de sua vida, casa-se com a história daquela função, vista a partir de outros corpos semelhantes, e se identifica com a função a partir de seu *habitus*. Esse mecanismo histórico permite a conservação das posições sociais pré-determinadas (BOURDIEU, 2007).

2.2.2 O trabalho e a religião

Considera-se que o pensamento estruturante da civilização ocidental, baseado em princípios judaico-cristãos, remonta aos momentos finais do Império Romano, que em 391 DC torna o catolicismo sua religião oficial, e à queda do Império, quando ocorre a consolidação da Igreja Católica como principal instituição do território europeu medieval. Detentora dos conhecimentos clássicos da Antiguidade, a Igreja ocupou, ao lado dos monarcas, o primeiro estrato social, dominando a vida social, cultural e econômica na Idade Média.

Contudo, Weber (2013) estabelece a relação da religião com as bases do capitalismo e, conseqüentemente, com o ordenamento de classes tal qual é conhecido, a partir da Reforma Protestante, cunhada por Lutero em 1517. A concepção de trabalho como atividade espiritual no mundo surge com o protestantismo, que, ao contrário da crença católica de que a liberdade do cristão significava manter-se distante do mundo secular, leva para o cotidiano o exercício do cristianismo. Atribui-se, inclusive, o surgimento da palavra vocação à tradução da *Bíblia* feita por Lutero que, depois disso, passou a ser utilizada no cotidiano dos protestantes como sinônimo de função no trabalho.

A partir da Reforma Luterana, surgiram as novas linhas de protestantismo baseadas no ascetismo, que considera a disciplina, a retidão e o autocontrole estritos do corpo e do espírito como imprescindíveis para se chegar a Deus. Até a Reforma, a vida dos monges representava o ascetismo cristão, com indivíduos isolados das atividades do mundo e oferecendo sua existência para a salvação eterna. O ascetismo mundano, inaugurado pelos protestantes, leva essa visão de mundo para as atividades da vida cotidiana, como o trabalho e as relações pessoais.

Entre as correntes protestantes ascetas, o calvinismo foi o que mais influenciou as grandes lutas políticas e culturais dos países desenvolvidos entre os séculos XVI e XVII e é marcada pela Doutrina da Predestinação, que prega a ideia de que todos os eventos são determinados por Deus. João Calvino interpretou a predestinação bíblica com o significado de que Deus define a condenação eterna para algumas pessoas e a salvação para outras. Assim, o ascetismo mundano era sinal da graça de Deus, e o trabalho realizado gerava produtos para Sua glória. Aos condenados, não cabia reclamação: “queixar-se de seu destino seria a mesma coisa que animais demonstrarem desgosto por não terem nascido homens” (WEBER, 2013, p. 134).

Assim, a fé do homem, com o tempo, passou a ser testada na atividade mundana. Por efeito da doutrina da predestinação, foi substituída a aristocracia dos monges, acima do mundo, pela aristocracia dos santos, dentro do mundo, o que deslocou o abismo que separava o monge da Idade Média do resto da sociedade para a separação das relações sociais de forma brutal. A consciência da graça deu aos eleitos, no lugar da compreensão sobre o pecado dos outros, baseado na sua própria fraqueza, o ódio contra aqueles que demonstravam sinais de condenação eterna e, por isso, eram considerados inimigos de Deus. Prova disso foram as ofensivas de grupos protestantes contra festas promovidas pelos reis para o povo (WEBER, 2013).

No mais, o ascetismo e a vocação nos limites do protestantismo como constituintes do espírito do capitalismo residem no incentivo ao trabalho em ordem, contínuo e sistemático, e na condenação ao desperdício de tempo. Além disso, agiu contra o consumo, especialmente dos luxos, inculcando a ideia de que, quanto maiores as posses, mais responsabilidade sobre elas para a glória de Deus, o que impactou na acumulação de riqueza e agiu psicologicamente liberando a aquisição de bens. “A campanha contra as tentações da carne e a dependência em coisas externas [...] era contra o uso irracional da riqueza” (WEBER, 2013, p. 250).

Contudo, pensadores protestantes já vislumbravam um paradoxo com a ascensão da burguesia e o conseqüente desenvolvimento financeiro das famílias protestantes. Em um trecho retirado da obra de John Wesley (*apud* WEBER, 2013, p. 254), está destacado:

Eu temo, em toda parte em que os ricos se multiplicaram, que a essência da religião declinará na mesma proporção. [...] Pois a religião deve necessariamente produzir tanto a indústria quanto a frugalidade, e elas não podem senão produzir ricos. Entretanto, conforme os ricos aumentem, assim o farão a vaidade, o ódio e o amor ao mundo [...].

O esvaziamento espiritual do sentido do trabalho e da acumulação de riqueza ocorreu naturalmente, à medida que crescia a burguesia. Da mesma forma, a separação social entre escolhidos e condenados e outros aspectos do ascetismo, como a retidão, o autocontrole do corpo e a intolerância ao pecado, acompanharam o desenvolvimento da sociedade (WEBER, 2013).

O ascetismo mundano religioso deu ao homem a segurança de que a desigual distribuição dos bens do mundo era uma especial distribuição de Deus, com fins desconhecidos para os homens. Calvino chegou a declarar que a massa de trabalhadores e artesãos só se mantinha obediente quando estes eram pobres. (WEBER, 2013). Da mesma forma, o comportamento asceta como sinal de salvação e a luta contra os pecadores, condenados e, assim, inimigos de Deus, contribuiu para a divisão social e para a definição dos comportamentos a serem seguidos e a serem evitados.

Ao se estabelecer relações entre os mecanismos de poder, a estrutura social e econômica atual e a religião, a partir dos autores citados, é possível dimensionar o enraizamento das premissas religiosas na constituição do pensamento moderno. A

religião enquanto prática social e colaboradora das estruturas dominantes, manteve-se viva nas consciências, mesmo que de forma indireta, durante o desenvolvimento da sociedade dita secular. Como toda instância pertencente à teia social, a democracia também sente essa influência, componente da gama de interferências que a afastam do ideal participativo com vistas ao desenvolvimento da humanidade.

2.2.3 Conservadorismo e cultura

Os elementos que sociólogos, como Bourdieu (2007) e Weber (2013), apontam como influências da religião na vida social e, por consequência, na política, estão explícitos na obra de Edmund Burke (1969), considerado o pai do conservadorismo. Irlandês radicado na Inglaterra, protestante e parlamentar defensor da monarquia, o autor baseia sua obra a partir das críticas à Revolução Francesa, ocorrida em 1789, em comparação à Revolução Gloriosa, na Inglaterra, em 1688. Esta última, classificada como uma “revolução sem sangue”, via conciliação de interesses, foi uma mudança conduzida pelo alto, sem a presença das classes dominadas. Para ele, a revolução vinda de baixo, causada pela revolta jacobina, foi abrupta, desnecessária e violenta com as heranças da tradição, causando apenas desordem e decadência. Faz duras críticas a valores, ideais e princípios que orientaram a revolução na França, colocando conceitos como direitos humanos, igualdade e soberania popular como perigosos à ordem vigente, corrosivos de toda herança cultural e patrimonial das tradições europeias. Para isso, adere à concepção da destruição da razão ao identificar a racionalidade e o fazer teórico com a formulação de ideias abstratas e desacreditadas. Para ele, “a ciência deveria ter ficado satisfeita em se manter como instrumento e não aspirar a ser senhora” (BURKE, 1969, p. 91).

A influência da ética protestante destacada por Weber (2013) torna-se palpável na obra de Burke (1969), quando aciona sobre o ser social a concepção teológica de que o Estado e a sociedade constituem uma ordem natural, eterna e divinamente estabelecida. Sobre a luta jacobina e os valores contidos na Revolução Francesa, o autor destaca: “nenhuma designação, poder, função ou qualquer instituição artificial que seja, é capaz de fazer os homens que compõem algum sistema de autoridade serem algo diferente daquilo que Deus, a natureza, a educação e seus hábitos de vida lhe fizeram” (BURKE, 1969, p. 51). Para ele, os comerciantes não conheciam nada além de seus escritórios e os trabalhadores, assim, deveriam ser vistos como instrumentos e não feitos para exercer o controle. O autor afirma que a ascensão da

classe trabalhadora significaria a desagregação caótica da nação. Sua posição, em suma, é contra os direitos do homem, defendidos pelos iluministas, ante os direitos hereditários. Para ele, os direitos do homem constituem perigoso arsenal de conceitos antinaturais e abstrações infundadas, como igualdade, democracia, direitos inalienáveis, etc., que poderiam levar a sociedade ao declínio completo (BURKE, 1969).

O pensamento da direita conservadora ganhou força na esfera política contemporânea, desta vez deslocando o conflito de classes para o campo cultural. O conservadorismo ressurgiu nos Estados Unidos nos anos 1930 e atingiu seu ápice com a formação do Partido Republicano, na década de 1950, baseado nos valores judaico-cristãos, no liberalismo econômico, no anticomunismo e na defesa da cultura ocidental. Seu eixo principal é calcado na ideia de que o capitalismo e a divisão hierárquica de classes são naturais à sociedade, em um reforço às afirmações apresentada por Burke (SILVA, 2018).

Com o fim da Guerra Fria, na década de 1980, e a vitória do lado capitalista, difundiu-se mundialmente a ideia de hegemonia do pensamento capitalista e da cultura ocidental, baseada em valores judaico-cristãos. Isso acarretou o avanço do pensamento conservador, que já vinha se organizando para fazer frente aos movimentos sociais e culturais entre as décadas de 1960 e 1970, principalmente na América Latina.

Com a publicação da obra de Cueva (1989, *apud* SILVA, 2018), no Brasil, o assunto ganha destaque. Assim, à dominação no campo econômico segue-se um avanço no campo das ideias, indicando formas de consenso sobre a concepção da moral do mundo. O conservadorismo criaria bases para apagar as concepções de mundo progressistas, apontando como inimigos todos os que se opusessem à ideia hegemônica, resgatando o sentimento de anticomunismo e ampliando seu foco para progressistas, socialistas, humanistas e simpatizantes dos ideais igualitários (SILVA, 2018).

Ainda vacilante no campo político, que é protegido pela democracia, o conceito do novo anticomunismo recebeu pouca credibilidade por parte da esquerda à época e foi se desenvolvendo às margens da cultura. Uma ideia um tanto paradoxal, destacada por Silva (2018), é que o renascimento do sentimento anticomunista ocorreu ao mesmo tempo em que os comunistas europeus se deslocavam para o centro, mais próximos do ideal de social-democracia. Isso se torna decisivo para que o discurso anticomunista ressoe sem contraposição contundente.

Passados mais de vinte anos sem que o assunto ganhasse destaque, o mundo volta a viver uma onda de tomada de poder conservador, resultado do avanço no campo do comportamento e do crescimento do sentimento anticomunista, em uma chamada “guerra cultural”. O que se encontra em disputa, na verdade, é a ideologia que chega à classe trabalhadora.

Assim, toda forma de expressão que desafie a concepção conservadora da moral é considerada como uma cruzada para a implementação cultural do comunismo e suas variações. Utilizando como exemplo a sociedade estadunidense, Silva (2018) destaca a batalha de oposição de valores morais e sistemas de crenças em temas como aborto, separação entre Igreja e Estado, homossexualidade e financiamento das artes, como se houvesse uma disputa pela “alma da nação”. Dentro desse contexto, o conceito cunhado pela nova direita, chamado de marxismo cultural, é considerado responsável pela prática de posições subversivas à ordem natural da sociedade. Como parte dessa retórica, as ideias de Antonio Gramsci são apontadas como o cerne do marxismo cultural, “como se Gramsci ensinasse aos marxistas e estes aos seus alunos como se tornar comunista por osmose” (SILVA, 2018, p. 117).

A ideia de que o marxismo estaria corrompendo a educação foi inaugurada no Brasil em 1994, com a obra de Rothschild (1994). Segundo o autor, o problema reside em promover a liberação sexual como reforço ideológico e a ilusão do proletariado, discurso convergente com os documentos conservadores americanos da década de 1930. A retórica do “marxismo cultural” é apresentada nos moldes que a conhecemos, atualmente, por Olavo de Carvalho (2002), após publicação de artigo homônimo no jornal *O Globo*. O conceito já vinha sendo trabalhado em sua obra desde a publicação de *A Nova Era e a Revolução Cultural* (1994).

Amparado pela ideia do capitalismo como natural e pela defesa da cultura ocidental, que tem os valores judaico-cristãos como eixo principal, o discurso do marxismo cultural rapidamente tomou a mídias sociais na palavra de simpatizantes da direita e foi acolhido pelas Igrejas cristãs, sobretudo as neopentecostais e as alas da Igreja Católica identificadas com o conservadorismo. A afirmação contida no discurso é de que o marxismo soviético seria substituído pelo marxismo ocidental, promovendo uma correção política no primeiro modelo por meio da tese do multiculturalismo. A Escola de Frankfurt seria o grande celeiro das ideias marxistas culturais, a partir de Gramsci e Lucacks, que militariam a favor da inserção da educação sexual nas escolas. Também faz parte da narrativa apresentada pelos conservadores de que o marxismo cultural de fato existe a acusação de que as ideias de Marx teriam sido

cruzadas com Freud para naturalizar a homossexualidade ou, ainda, que Marcuse teria sido responsável pela teoria da sexualidade sem repressão. Esse conjunto de teorias atreladas à Escola de Frankfurt é apresentado como comprovação de um plano para acabar com a cultura ocidental (SILVA, 2018).

A guerra cultural mascara a luta de classes na medida em que a antiga polarização entre a direita liberal, que defende a meritocracia, e a esquerda que defende a intervenção do Estado para promover justiça social fica subordinada “ao novo antagonismo entre conservadorismo punitivo e progressismo compreensivo” (SILVA, 2018, p. 120).

Nessa guerra, a Igreja, uma das instâncias estruturantes da sociedade, reassume com força seu papel de guardião da ordem e da moral social. Além do sistema de ritos e crenças, padres e pastores ligados à ala conservadora de suas Igrejas lançam mão do discurso do marxismo cultural para reforçar a naturalidade da sociedade tal qual como é conhecida e rechaçar movimentos que proponham o questionamento de seu funcionamento, como é o caso do padre Paulo Ricardo, do pastor Eguinaldo Helio de Souza e do pastor Jonas Madureira, que dão palestras, entrevistas e ministram cursos sobre o assunto em Igrejas e canais direcionados ao público cristão do Brasil todo. O padre Paulo Ricardo, inclusive, ministra um curso em que denuncia a existência do marxismo cultural dentro da Igreja Católica a partir da Teologia da Libertação.

Sob a ótica do novo conservadorismo, a religião se impõe novamente no espaço político e busca legitimar preceitos relegados à esfera privada desde a secularização do Estado. Como visto, visões de mundo particulares sem respaldo na racionalidade não são comportadas por um regime democrático comprometido com a emancipação de seus cidadãos a partir de princípios de igualdade e respeito às subjetividades do indivíduo.

Neste capítulo, resgatamos as origens da relação entre religião e Estado, desvendando os meandros do poder exercido pela Igreja na estruturação dos corpos sociais e da sociedade como um todo. Em seguida, apresentamos o conceito de democracia e da supremacia do público sobre o privado. Finalizamos apresentando o movimento de raízes religiosas que tem ganhado cada vez mais espaço na política brasileira, o marxismo cultural.

2.3 O neopentecostalismo no Brasil: mídia e política

Neste capítulo, propõe-se a apresentação das principais características do pentecostalismo no Brasil, sua relação com as instâncias de visibilidade pública e a inserção na esfera política. O caminho é basilar para a compreensão da constituição do objeto desta pesquisa, pois apresenta as origens da relação que a religião estabeleceu com o governo atual.

O fenômeno do pentecostalismo no Brasil vem chamando a atenção de especialistas da área da sociologia, da política e da comunicação por seu crescimento acentuado e ocupação de espaços influentes na sociedade. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, data do último censo, os evangélicos já correspondiam a 22% da população, 69% eram católicos.

O instituto classifica os protestantes como evangélicos de missão ou tradicionais, caso de luteranos, metodistas, presbiterianos, entre outros, e evangélicos pentecostais, fiéis das Igrejas que propõem a renovação do cristianismo por uma experiência direta com Deus através do avivamento do Espírito Santo, a exemplo do que ocorreu em Pentecostes, quando o Espírito desceu sobre os apóstolos (BÍBLIA, At 2,1-11)¹. O crescimento consistente dos evangélicos se dá a partir do segundo grupo, conforme apontam os censos de 2000 e 2010. No início de 2020, o Instituto Datafolha realizou nova pesquisa referente à religião no país, e o percentual de evangélicos foi atualizado para 30%. Estima-se que, em 2030, corresponderão a 50% da população.

Freston (1994) classifica a história do pentecostalismo em três etapas, denominadas “as três ondas”. Em 1910, ocorre a primeira onda, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembléia de Deus (1911). As características dos grupos religiosos da primeira fase, chamada de pentecostalismo clássico, baseiam-se em uma pregação anti católica, na defesa do ascetismo mundano, como o enriquecimento e os prazeres da carne, e promoção do dom de línguas. Eram formados por fiéis de baixa renda, analfabetos e que sofriam preconceito por parte dos evangélicos tradicionais.

A segunda onda ocorre entre as décadas de 1950 e 1960, quando o campo se fragmenta e surgem diversas denominações pentecostais. Entre elas, destacam-se a Quadrangular (1951), a Brasil Para Cristo (1955) e a Deus É Amor (1962). Nesse

¹ Ver as páginas da passagem de *Pentecostes*.

período, chegam ao Brasil integrantes da Igreja americana Foursquare Gospel, difundindo nas rádios uma mensagem de cura divina e inaugurando o evangelismo em massa. O movimento, denominado por eles de Cruzada Nacional da Evangelização, provocou o surgimento de novas Igrejas e deu início à fragmentação do pentecostalismo. Os seguidores concentravam-se na população de baixa renda e nível cultural simples da região de São Paulo.

A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980) (FREESTON, 1994). Surge no Rio de Janeiro e é marcada pelas denominações fundadas pelos membros da Igreja Vida Nova Edir Macedo, R.R. Soares e Miguel Ângelo, que criam, respectivamente, a Igreja Universal do Reino de Deus, a Igreja Internacional da Graça de Deus e a Igreja Cristo Vive. Sua característica principal é a ênfase na libertação de demônios e na rejeição ao ascetismo mundano, incentivando a ascensão social. As denominações também oferecem mais liberdade aos fiéis com relação a vestimentas e embelezamento, principalmente feminino. Essa onda é chamada de neopentecostalismo.

A libertação de demônios, além da espetacularização apresentada nos cultos em rituais de cura e exorcismo, traduz-se na intolerância ao ecumenismo, principalmente aos rituais afro-brasileiros, na ênfase no diabo e na guerra espiritual e na agressividade de sua militância. Também privilegia a expressão emocional, propiciando catarse coletiva, e se utiliza de um grande contingente de misticismo. Genro (2019) esclarece que a ênfase no demônio é importante para explicar os problemas pessoais por que passam os fiéis, sejam econômicos, sejam sociais, de saúde, etc. “Ter um inimigo claro para justificar os problemas e uma estratégia de intolerância para combatê-lo traz um conforto diante da incerteza e da crise”. (GENRO, 2019, online). Essa autora também destaca um aspecto importante na constituição das Igrejas neopentecostais. A flexibilidade, ou seja, a capacidade de adaptação em diferentes comunidades. Ao contrário do catolicismo e das religiões evangélicas tradicionais, o pentecostalismo não exige formação teológica e seus líderes advêm da própria comunidade, o que aproxima pastor e fiel.

A Teoria da Prosperidade também se configura como elemento relevante para a configuração das Igrejas neopentecostais. Antagônica à Teologia da Libertação, ela defende que bênção financeira é desejo de Deus, que cumprirá sua promessa de segurança e prosperidade. Em contrapartida, o fiel deve colaborar com a sua doação aos ministérios de Deus, o dízimo. Baseada no livro de Malaquias, do *Antigo*

Testamento, a doutrina é vista por seus defensores como aspecto importante para a dominação cristã da sociedade, sob o argumento de que a promessa divina de dominação sobre as Tribos de Israel se aplica aos cristãos de hoje. A teologia estimula o empoderamento do indivíduo por meio do empreendedorismo, oferecendo a resposta da Igreja aos problemas econômicos. A doação financeira do fiel como ato de fé para alcançar as bênçãos materiais e divinas garante renda aos grupos religiosos, convertida em poder midiático, a partir da compra de espaços na mídia e aquisição de conglomerados midiáticos, e poder político, já que, com tamanha visibilidade na esfera pública e capital social nas comunidades locais, os líderes religiosos passam a ter influência sobre uma grande parcela da população. Por isso, importa aprofundarmos a questão da presença religiosa na mídia e nas instâncias de poder político.

2.3.1 *A presença da religião na cena midiática*

A reconfiguração religiosa do país, que começou no início da década de 1980 com o surgimento de grandes denominações evangélicas neopentecostais e a inserção dessas Igrejas na mídia, por meio de programas de televisão e rádio, tornou as duas áreas cada vez mais interdependentes. Martino (2016) afirma que a criação de interfaces com a religião pode ter ajudado a comunicação a se consolidar como área de estudos. Se, por um lado, muitos autores colocam o cristianismo e o marxismo como duas das origens mais importantes do pensamento de comunicação na América Latina, por outro, as pesquisas em comunicação passam a convergir a partir da aproximação entre a mídia e as novas Igrejas cristãs.

Até a década de 1980, embora houvesse presença religiosa na mídia, ela se restringia a alguns programas de TV e rádio sem muita divulgação ou adaptação à linguagem do meio. A partir daquela década, as Igrejas neopentecostais recém-fundadas introduziram a ideia de marcar o campo midiático, apresentando seus programas em espaços alugados e, se possível, obtendo concessões públicas para seus próprios canais. Segundo a lógica da terceira onda protestante, representada pelo segmento neopentecostal, evangelização é sinônimo de midiaticização. Para as emissoras, a proposta era financeiramente vantajosa e representou uma inesperada receita. Para as Igrejas, o espaço em mídias de grande alcance, sobretudo em uma época anterior às redes digitais, representava um enorme ganho de visibilidade.

Para além do aluguel de espaços nas emissoras, o trabalho político dos representantes do segmento evangélico pentecostal no Congresso Nacional,

presentes naquele cenário desde a redemocratização do país, articulou as concessões públicas de rádio e TV para as denominações religiosas. Isso foi possível graças ao sistema de operação das concessões, atribuído diretamente à presidência da república, o que facilitou a utilização dos critérios pessoais, como a amizade, para a escolha (FONTELES, 2007). A raiz dessa relação entre religião midiática e política remonta ao apoio das Igrejas à ditadura militar:

A censura tinha por objetivo organizar as ações da cultura, despolitizando todo o conteúdo das programações com o objetivo de fixar a ideologia do poder em voga, e também formar um tipo de ideal de cidadão útil ao tão conclamado progresso. Se a censura era moralista, a religião também o era, o que não provocava nenhum mal-estar neste sentido. O discurso dos programas religiosos vem enaltecer o espírito cívico, da ordem, da família e do serviço religioso, necessário para formar uma característica comportamental neste indivíduo: a passividade. Tal tipo de comportamento é um dos requisitos exigidos por aqueles que querem participar de um espetáculo e, neste sentido, as ações da nascente mídia evangélica atendiam aos critérios político-ideológicos do regime, e também às exigências da indústria cultural, que preparava um campo promissor de futuros consumidores (FONTELES, 2007, p. 6).

A retroalimentação entre ambiente físico e midiático faz parte da estratégia de crescimento das Igrejas. Dízimos e ofertas dos cultos patrocinaram a expansão desses grupos nas emissoras de TV e rádio ao sustentar a permanência da visibilidade midiática na grade das emissoras. Em um segundo momento, com domínio das técnicas televisivas e mais estrutura, a expansão visava ultrapassar os muros das denominações em busca de novos fiéis, em uma lógica da cultura de massa (FONTELES, 2007).

Em vez de disputar a atenção dos fiéis com a tecnologia, as Igrejas a utilizam como amplificador da mensagem. O caminho pode ser a complementação entre as duas frentes. Utilizar a mídia para incentivar o desenvolvimento de Igrejas locais tem se mostrado o método mais eficaz para aumentar o número de fiéis e, dessa forma, fortalecer constantemente o segmento.

Para alcançar êxito no novo meio, impactando espectadores com o intuito de angariar novos adeptos, as Igrejas adotam a lógica da mídia, como o *timing*, as chamadas, a variedade de assuntos, entre outros (MARTINO, 2016). Benetti (2000) investiga os programas da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) durante a década de 1990 e observa o comportamento da Igreja orientado para o comportamento midiático. A autora descreve o padrão da narrativa dos testemunhos

apresentados nesses espaços, baseados na dicotomia do bem versus o mal e na comparação entre passado e presente. Assim, os programas da IURD apresentam sempre a mesma lógica: depoimentos de fiéis falando sobre sua vida no passado, contendo diversos problemas de diferentes origens – financeira, amorosa, emocional, relacionada à saúde, entre outros – justificados pela ação do diabo, e a mudança de vida a partir do ingresso na Igreja, quando Deus os livra dos tormentos, finalizando com o relato da vida atual, que, de forma geral, é harmônica e feliz. Segundo ela, o que chama a atenção, tanto nos programas quanto em outros meios de divulgação da instituição, é a afirmação contínua de que a única forma de obter a salvação é por meio daquela denominação religiosa e que todas as outras religiões seriam obra do mal. Outro aspecto interessante é que os depoimentos contêm elementos da chamada “Jornada do Herói”, sequência lógica, usada, principalmente, na indústria cinematográfica, para contar uma história que prenda a atenção do público: o ponto de partida em uma realidade desagradável, a virada e o final feliz, com a salvação (MACCEDO, 2016). Evidência de que as Igrejas se adaptaram à linguagem midiática.

Os elementos materiais da relação com o sagrado têm se amplificado a partir dos canais midiáticos. Borelli (2012), em seu estudo sobre o consumo de mídia dos fiéis da Igreja Internacional da Graça de Deus, concluiu que os programas eram encarados como o espaço do templo, uma verdadeira ligação com o sagrado. Para ela, o processo de midiaticização também age sobre o campo religioso, reconfigurando-o e engendrando-o tecnologicamente. Por outro lado, o sentimento de pertença do fiel se torna difuso, na medida em que não está mais alocado em um espaço físico que pode ser considerado extensão das práticas de seu grupo.

Ainda hoje, mesmo com o advento da internet e das mídias sociais, o formato tradicional de televisão e rádio é o parâmetro para identificar o quanto as Igrejas valorizam a mídia. Segundo Martino (2016), ainda é importante observar a presença religiosa nas emissoras de televisão, pois isso indica um esforço maior de midiaticização, já que o custo para a ocupação de espaço e produção de programa na TV é muito maior do que na internet. O autor propõe, assim, a classificação entre alta mediação, em que o investimento em mídias é maior, e baixa mediação, quando é menor. Em 2018, 21% da grade televisiva era destinada à religião. A emissora campeã no tempo dedicado ao gênero é a Rede TV!, com 43% do seu tempo destinado a programas religiosos. A Record TV, de Edir Macedo, bispo da IURD, 21%; a Band, 16%; a TV Brasil, 1,66%; e a Globo, 0,58%, aparecem na sequência. Entre os 50 veículos de maior audiência no país, nove são de propriedade de grupos religiosos. A imagem 1 apresenta a quais Igrejas pertencem os maiores veículos religiosos do país.

Imagem 1 – Veículos de mídia de propriedade de denominações religiosas



Fonte: Le Monde Diplomatique (2018, online).²

Acompanhando a mudança de cenário, as mídias sociais da internet são objeto de estudo e de ação para grandes Igrejas como a IURD e a Assembléia de Deus e cada vez mais ganham a atenção de líderes religiosos.

O resultado da exposição religiosa nas TVs e nas rádios em formato adequado é a visibilidade pública de tais denominações na esfera midiática. É possível traçar um paralelo dessa inserção com a configuração religiosa do país. Em 1980, os evangélicos no Brasil representavam 6,8% da população. Em 2010, de acordo com o último censo, esse percentual passou para 22%. A partir disso, infere-se que o aumento no número de fiéis tenha relação com os programas de TV religiosos. Martino (2016) destaca essa relação circular: a visibilidade dada pela mídia às Igrejas gera mais adeptos, aumentando, assim, sua visibilidade, o que aumenta sua representação e importância na esfera pública.

A influência na esfera pública reflete-se nas decisões sobre temas de interesse público. Nesse sentido, os grandes conglomerados das Igrejas evangélicas neopentecostais parecem ter uma estratégia eficaz de utilização da cena midiática para inserir argumentos baseados na moralidade religiosa no debate público.

²BANDEIRA, Olívia. Igrejas cristãs no topo da audiência. *Le Monde Diplomatique*, 16 abr. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2EXgUgW>. Acesso em: 16 maio 2020.

2.3.2 *A escalada político-religiosa*

A presença de atores religiosos na política nacional remonta à formação da Assembleia Nacional Constituinte, em 1986, quando ocorreu a eleição de parlamentares para elaborarem a Carta Constitucional do Brasil democrático, depois de 20 anos de ditadura militar. Diferentes forças passaram a ocupar o espaço político do Brasil, entre elas, a dos evangélicos pentecostais e neopentecostais. O grupo havia surgido naquela década ocupando a esfera midiática, o que, gradativamente, foi lhes dando poder de mobilização. O espaço ocupado na esfera pública pelos evangélicos foi traduzido em poder político e refletiu na composição da constituinte. Desde então, a bancada evangélica é marcada pela afirmação conservadora no campo moral, em aliança com outros representantes tradicionais da política, com o objetivo de apresentar uma pauta oposta às propostas progressistas, como direitos humanos e sociais.

Após 30 anos de atuação evangélica na política brasileira, é possível identificar três fases pelas quais passou a configuração da coalizão religiosa na política (CAMURÇA, 2020). A primeira fase é marcada pelo apoio à eleição de Fernando Collor, em 1989, em suporte às forças políticas de direita e à demonização da esquerda. Em um segundo momento, moveram-se para a centro-esquerda, apoiando os governos Lula e Dilma a partir de sua aliança com o PMDB, nos anos 2000. A terceira fase, recente, é marcada pelo abandono do apoio ao governo para se articularem no impeachment de Dilma, alçando Michel Temer ao poder. O desdobramento da terceira fase foi apoio unânime à candidatura de Jair Bolsonaro, deslocando o grupo para a extrema-direita. O espectro político muda, assim como mudam os governos, já a permanência dos atores religiosos nas franjas do poder é constante desde a redemocratização do país.

Desde 1986, os evangélicos descobriram que é possível transferir a crescente presença religiosa para as urnas. Machado (2006) credita o sucesso de religiosos nas disputas eleitorais a um processo estruturado de formação de lideranças e à intensa socialização de fiéis nas Igrejas. O fato torna-se relevante diante da debilidade da consciência cívica brasileira, atestada por especialistas (MACHADO, 2006). A autora apresenta os resultados de sua pesquisa sobre candidatos evangélicos nas eleições municipais do Rio de Janeiro em 2000 e no pleito de 2002, em âmbito estadual (MACHADO, 2006). Seus dados mostram que há um planejamento por parte de grandes instituições religiosas, como a Igreja Universal do Reino de Deus e a

Assembleia de Deus, para se firmarem como grandes atores da política. Suas ações coordenadas selecionam os potenciais candidatos, preferencialmente entre aqueles que já possuem algum cargo de prestígio na comunidade cristã, montam estratégias de atuação para diferentes regiões em que suas Igrejas estão fixadas e interferem diretamente na campanha de seus candidatos. Por meio do discurso de valores cristãos e do assistencialismo, muitos pastores utilizam as Igrejas como via de acesso à vida política. Como fatores responsáveis pelo êxito político-eleitoral das Igrejas, aparecem o poder centralizador, o carisma dos líderes, o uso da “máquina da Igreja”, a disciplina dos pastores e a obediência dos fiéis (MARIANO, 1999, p. 91 apud CAMURÇA, 2020, p. 3). Soma-se a isso a estratégia centralizada de desenvolver lideranças e lotear as Igrejas locais por candidato, transformando as sedes nas comunidades em distritos eleitorais.

Genro (2019) salienta a relação de mútua vantagem desse movimento. Com contingente engajado de fiéis cada vez maior, torna-se atraente para os políticos tradicionais formarem alianças com grupos evangélicos. No outro lado, os líderes de grupos religiosos buscam transformar o poder religioso em poder político para conformar a sociedade aos valores cristãos, focados nos *temas sensíveis* e polêmicos, como aborto, casamento homossexual e imposição das diretrizes cristãs de comportamento como universais.

De 2002 para cá, esse movimento se tornou mais forte e inteligente, extrapolando a presença evangélica do Legislativo para o Executivo, com as eleições de figuras conhecidas do segmento, como Marcello Crivella (PRB) e Wilson Witzel (PSC), curiosamente para a prefeitura e governo do estado do Rio de Janeiro, respectivamente, o que demonstra a pertinência do estudo de Maria das Dores Machado, que já em 2002 antevia a ascensão de candidatos evangélicos.

Embora não tenha emergido das bases evangélicas, a eleição de Jair Bolsonaro como presidente da república reflete diretamente a articulação das organizações religiosas, que se uniram para levar à instância política máxima alguém que compactuasse com seus princípios e objetivos e, assim, também elas fossem levadas por ele a atuar no processo democrático do país.

2.3.3 A Frente Parlamentar Evangélica

Presente no Congresso Nacional desde a redemocratização do país, a Frente Parlamentar Evangélica chegou a 2020 como uma das maiores e mais influentes

frentes do Congresso. A cada nova legislatura, a bancada evangélica aumenta em número de membros, acompanhando o crescimento da população de fiéis do segmento.

Em 1986, 32 deputados evangélicos ajudaram a escrever a Constituição; destes, 17 eram pentecostais. Em 2014, na 55ª legislatura, a frente religiosa era composta por 87 deputados e três senadores. Em 2020, o número subiu para 199 deputados e 4 senadores, o que mostra o impressionante crescimento de 126% de 2014 para hoje³

A concepção da Frente demonstra que o caráter religioso é suprapartidário. O grupo é formado por parlamentares de 24 partidos que, em votações sobre *temas sensíveis*, votam de acordo com a orientação da Frente e não dos partidos, como afirma a professora Magali Cunha, em entrevista concedida a Dip (2017). Segundo ela, as pautas relacionadas ao controle do corpo e à moralidade sexual são as que unem os grupos conservadores que estão no Congresso (DIP, 2017, p. 50). A atuação dos religiosos direciona-se mais no sentido de manutenção do *status quo* do que de criação de novas leis, formando uma barreira à aprovação de projetos inovadores, como a alteração do Estatuto da Família, que ainda reconhece a família como o núcleo formado a partir da união entre um homem e uma mulher, mesmo que o último censo do IBGE, em 2010, já tenha mostrado que outros arranjos familiares constituem 50% dos lares brasileiros.

Como grupo organizado, a Frente Evangélica conta com presidência, coordenação e equipe de assessoria, ocupando uma sala onde realiza reuniões semanais. A equipe monitora a tramitação dos projetos por palavras-chave e encaminha as informações aos deputados integrantes para análise e elaboração de estratégias para interromper a tramitação de projetos que conflitem com seus preceitos religiosos. Segundo Trevisan (2013, p. 36) “a formação jurídica de muitos parlamentares e assessores evangélicos os capacita a buscar brechas na lei para justificar seus posicionamentos”. Assim, os parlamentares evangélicos revestem as justificativas de seu posicionamento com argumentos técnicos e jurídicos.

Ao longo dos anos, a Frente Parlamentar vem sendo ocupada por religiosos mais capacitados e deputados inseridos em outros segmentos sociais, como advogados, dentistas, professores, mas que seguem a religião, mesmo que não sejam pastores nem fiéis indicados pelas Igrejas. A manobra qualifica a atuação da Frente e

³ CONGRESSO NACIONAL, 2020. Disponível em <https://www.congressonacional.leg.br/>. Acesso em 20/11/2020.

amplia a sua abrangência, integrando cada vez mais religião e conservadorismo ao parlamento.

O pastor Ariovaldo Ramos, outro entrevistado de Dip (2017), foi presidente da Associação Evangélica Brasileira (AEVB) e é um dos fundadores da Frente dos Evangélicos pelo Estado de Direito. Ele afirma que os partidos de direita se aproveitaram do crescimento evangélico e da proximidade das Igrejas com os *temas sensíveis* para formar alianças, apontando o PT como culpado pela perda moral da sociedade e caracterizando o partido como promotor da imoralidade e da promiscuidade. Foi uma estratégia bem-sucedida para conseguir o apoio dessa população que, do ponto de vista econômico e social, estava sendo beneficiada pelos programas sociais da esquerda, já que é composta, em sua maioria, por pessoas de camada social mais baixa. A adesão dos evangélicos à proposta da direita e da bancada evangélica, além de fortalecer o conservadorismo no Legislativo, o impulsionou para a esfera governativa, ajudando Jair Bolsonaro a chegar ao poder.

2.4 Democracia e Estado laico

Para compreender a atuação da religião no campo da política, é necessário revisitar a estruturação e os elementos que constituem a democracia como sistema de participação dos cidadãos nas decisões que dizem respeito à vida social e política.

No início do século XVIII, durante o período monárquico, já haviam surgido na Europa ideias e práticas políticas que se tornariam importantes elementos nas convicções democráticas posteriores. Em muitas áreas da Europa medieval, a lógica da igualdade estimulou a criação de assembleias locais em que os homens livres pudessem participar dos governos, lançando a questão de que era preciso o consenso dos governados para legitimar a ação dos governantes. Ainda assim, esses movimentos se configuravam apenas como promessa de democratização, pois as grandes desigualdades, a restrição de liberdade de expressão, especialmente de oposição ao rei, e o fato de que os representantes do povo, nos casos em que havia parlamento, não representavam propriamente o povo impediam que houvesse, de fato, um sistema democrático em suas mínimas condições (DAHL, 2001).

Com a ascensão da burguesia e o desenvolvimento paralelo das ideias iluministas, no século XVIII, a participação efetiva do povo nas decisões dos governos começou a ser reivindicada. Formada pelos indivíduos que controlavam a economia, mas que estavam excluídos do debate público, a burguesia buscou converter a

autoridade em autoridade racional, criando uma esfera do raciocínio público e do uso público da razão, em contraste com as decisões baseadas em supostas ordens divinas, canalizadas nas figuras do monarca e do representante eclesiástico (MARTINO, 2016). A Revolução Francesa foi o marco simbólico dessa mudança em que os burgueses, a massa trabalhadora e os camponeses se uniram para acabar com os privilégios da monarquia e do alto clero, realizando a Assembleia Nacional Constituinte, que aprovou a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão baseada nos ideais revolucionários de liberdade, igualdade e fraternidade. Em contraposição aos direitos naturais, os direitos do homem apresentam-se como universais, válidos e exigíveis em todos os lugares, retirando da concepção de governo o poder ungido por Deus e separando Igreja e Estado ao definir a racionalidade como legitimadora das decisões governamentais. A Revolução Francesa instituiu a República na França e abriu espaço para a democracia no mundo moderno.

2.4.1 Democracia entre o público e o privado

Nos dias atuais, o ato do voto em uma disputa eleitoral é visto como símbolo da democracia. Contudo, a democracia tal qual idealizaram os republicanos, e que é útil ao desenvolvimento da sociedade, pressupõe a participação dos membros de uma comunidade em todos os processos de decisão que dizem respeito ao interesse público, a questões que afetam a vida e que influenciam no futuro da coletividade.

Dahl (2001) faz um resgate do que seria a democracia ideal e por que escolher a democracia no contexto moderno. São conceitos importantes para entendermos a concepção do espaço democrático e para que seja possível apontar quais princípios são prejudicados pela interferência religiosa na política. O autor estabelece cinco critérios para satisfazer a exigência de que todos os membros estejam igualmente capacitados a participar nas decisões sobre política. O primeiro é a participação efetiva, pois todos os membros envolvidos devem ter condições iguais de manifestar sua opinião sobre determinado assunto. Em seguida, é apresentado o critério de igualdade de voto, ou seja, que nenhum voto tenha vantagem sobre outro. O terceiro é o de entendimento esclarecido, já que os participantes devem ter acesso a todas as informações sobre as alternativas à questão discutida e sobre suas consequências para tomarem as melhores decisões. O quarto, proporcionado pela frequência de eleições, por exemplo, diz respeito ao controle do planejamento, já que os cidadãos envolvidos devem ter a oportunidade de ajustar o que foi definido e decidir o que será colocado no planejamento, tornando o processo cíclico. Por fim, o critério de inclusão

dos adultos, em que, dentro do possível, todos os adultos tenham direitos iguais à participação efetiva no processo democrático (DAHL, 2001).

Tão importante quanto entender o que é democracia é saber por que devemos escolhê-la. Para responder a essa questão, Dahl (2001) traz uma lista de consequências desejáveis acarretadas pela democracia. A primeira razão é que a democracia evita a tirania, pois os governos são submetidos a eleições frequentes. Ela também garante direitos, blocos essenciais da constituição democrática e precedem o processo deliberativo. Da mesma forma, a liberdade é uma garantia das democracias. A liberdade pessoal para expressão e escolhas de modos de vida é inerente àqueles que consideram a democracia desejável e argumento sólido para contrapor a tirania da maioria, por exemplo. Complementar aos pontos anteriores, a ideia de que a democracia ajuda as pessoas a garantirem seus próprios interesses pessoais também está ligada ao direito de proteção de seus desejos fundamentais, ou seja, de certa gerência sobre seus próprios objetivos, gostos, valores, compromissos e convicções. Em contraposição, é preciso adequá-los aos interesses e aos objetivos das outras pessoas e, para tanto, é necessário o processo de deliberação, para que as sociedades cheguem a um consenso.

A autonomia moral é uma das justificativas das democracias que mais conflitam com a presença religiosa em governos. Significa tomar decisões baseadas em seus próprios princípios morais, após reflexão pessoal e consciente das considerações e das consequências. Dahl (2001) ainda cita o desenvolvimento humano e a igualdade política como justificativas para optar-se pela democracia e ainda destaca que, dentro de regimes democráticos, é possível buscar a paz e a prosperidade.

Ao analisar os itens apresentados, é possível identificar que, em vários pontos, a incidência de preceitos religiosos em questões de interesse público fere o princípio da democracia. Sobre a afirmação de que a democracia evita a tirania, ou seja, governos de líderes autocráticos movidos por interesses pessoais, como ideologias e religião, paira uma questão problemática a respeito das decisões por voto, a tirania da maioria. Muitas vezes, o voto é utilizado como argumento para justificar decisões que, embora tenham o apoio da maioria, ferem o interesse público e o bem comum, eliminando os direitos e as liberdades de grupos minoritários. A realidade política atual nos mostra esse cenário, em que grupos religiosos, ao considerarem o tamanho da sua população de fiéis, se sentem legitimados a impor sua visão a respeito de assuntos que dizem respeito a toda a sociedade, ferindo os direitos e as liberdades de quem não segue seus preceitos. Liberdade pessoal para expressão e escolhas de

modo de vida e autonomia moral, outros resultados desejáveis da democracia, são os mais atingidos pela imposição de preceitos religiosos em decisões sociais, já que o indivíduo é tolhido de agir e expressar-se de acordo com a própria consciência em relação a questões comportamentais, por exemplo.

Bobbio (2007) aborda a dicotomia entre público e privado. O autor ressalta que, assim como a família, a relação entre Deus e os homens, embora esteja inserida na esfera privada, difere das relações de igualdade estabelecidas nessa esfera, principalmente pelo mercado, e constitui uma sociedade de desiguais, à semelhança da relação entre governo e governados, ou de “detentores do poder de comando e destinatários do dever de obediência” (BOBBIO, 2007, p.16). O autor esclarece que as duas dicotomias não são superpostas. A família, por exemplo, é reconduzida à esfera privada e lá superada pela sociedade e pelo governo. Da mesma forma, a relação entre Deus e os homens, institucionalizada na estrutura das religiões, apesar de desigual, também faz parte da esfera privada e é superada pela sociedade e pelo Estado.

O chamado primado do público sobre o privado diz respeito à concepção de que o interesse individual deve ser subordinado – e, quando necessário, suprimido – ao interesse coletivo e à irredutibilidade do bem comum diante das somas dos bens individuais (BOBBIO, 2007). Na prática, o primado do público significa maior intervenção estatal na regulação das relações privadas, em uma reação à visão liberal do Estado e à derrota do Estado mínimo, formando o que é chamado por Bobbio (2007) de publicização do privado. O processo inverso também ocorre no desenvolvimento das sociedades industriais, a privatização do público. As relações contratuais, que deveriam ser relegadas à dimensão privada, estabelecem-se no interior do grande sistema, que é o Estado, articulando interesses como organizações semissoberanas. O autor cita partidos políticos e grandes sindicatos para exemplificar o que chamou de novo feudalismo. As organizações religiosas, nesse contexto, e sua articulação por apoio e poder dentro do próprio sistema democrático e partidário também se caracterizam por promover a privatização do público, deslocando, novamente, os interesses religiosos para o sistema estatal, em uma subversão do Estado laico. “O direito privado toma a dianteira sobre o direito público e esta prevaricação da esfera inferior sobre a superior revelaria um processo em curso de degeneração do Estado” (BOBBIO, 2007, p. 27).

A privatização do público descrita por Bobbio, considerando a esfera privada sendo dominada pela economia, prevê a sobreposição dos interesses do mercado ao

interesse público por meio da estrutura estatal, colocando os princípios capitalistas acima do bem comum. Já a privatização do público feita pelas Igrejas sobrepõe interesses de ordem privada no que diz respeito à verdade amparada na doutrina, à liberdade e à responsabilidade moral dos indivíduos sociais, impondo seus conceitos sobre valores e formas de projetar a vida como universais para a sociedade, constituindo uma complementação da degeneração feita pela presença do interesse econômico no Estado.

A esse respeito, Rosanvallon (2020) aborda o populismo como o elemento que revoluciona a política do século XXI. O autor procura lançar o olhar para compreender para distinguir o fenômeno para além das amálgamas simplificadoras. Assim, propõe a definição da anatomia do populismo moderno a partir de cinco elementos constitutivos: A concepção de povo como “nós X eles”, a teoria da democracia direta, polarizada e imediata, o homem-povo como modelo de representação, o nacional-protecionismo como filosofia e política da economia e o regime de paixões e emoções.

O povo social, entendido como a camada humilde da sociedade, e o povo corpo cívico, enquanto organização popular para a busca de direitos, formavam a concepção de povo entendida dentro de uma democracia. A individualização do social como consequência das transformações de vida e a atrofia do corpo eleitoral desconstituíram a organização, deslocando a disputa social dos meios de produção para outros campos. No populismo do capitalismo neoliberal, a luta existe cada vez que a ordem social é considerada injusta apela para a construção de um novo sujeito de ação coletiva, o povo. O projeto populista opera numa radicalização da política, acionando a relação “amigo X inimigo” para caracterizar conflitos quando não pode existir uma saída racional e pacífica. Na lógica populista, o inimigo comum do povo não se apoia em interesses ou na busca pelo poder. Tem a dimensão instintiva da percepção de uma distância, de falta de empatia. Esses movimentos reforçam a ideia de que existem mundos estranhos que constituem barreiras entre nós e eles, assimilando o povo anônimo aos olhos de quem se considera importante. A palavra “povo” adquire duplo sentido: ao mesmo tempo em que resume a ideia de uma certa grandeza moral, justifica os ódios mais turbulentos, construindo a política de modo que o adversário não possa ser outra coisa a não ser inimigo.

A democracia é entendida, dentro da visão populista, como direta. Os regimes populistas tendem a recorrer a referendos para assentar sua legitimidade e aumentar seu poder de ação. Assim, a eleição se impõe como único meio da expressão democrática, o que inculca a ideia de que a democracia se define pelo procedimento

eleitoral e não por uma dimensão que avalie a qualidade das instituições. O imediatismo da democracia populista destaca a celebração da aclamação popular ao mesmo tempo em que se criticam as ilusões do ideal liberal-representativo. Nesse sentido, a crítica aos meios é central para a formação desse discurso, já que eles perturbam a expressão da vontade geral e não colaboram para sua formação. A mídia é descredibilizada pela justificativa de que existiriam interesses particulares mobilizados por poder e dinheiro nas suas ações.

Em contraponto, o homem-povo é aclamado como modelo de representação. Com as mudanças da sociedade e as relações sociais fragmentadas, o novo modelo político operado pelo populismo recorre a uma verticalidade. Para criar uma vontade coletiva a partir de demandas heterogêneas, surge um personagem capaz de representar a unidade. Assim, segundo o autor, não é possível haver um movimento populista sem um líder. O líder é despersonalizado, representante, totalmente absorvido em sua funcionalidade, o puro órgão do populismo. Não é só um representante delegado, mas, no sentido figurado, dá rosto e forma ao povo. (ROSANVALLON, 2020).

A perspectiva protecionista do populismo entende o império do livre-câmbio e a globalização que o acompanha não como questões puramente econômicas, e sim como vetores de destruição da vontade política, uma transferência do poder de governar a mecanismos anônimos. A concepção de justiça e igualdade se compõe de duas formas: como o modo de entender as posições entre os indivíduos e como a qualidade da relação entre indivíduos e a comunidade. Em outras palavras, não é possível haver uma comunidade de iguais quando suas condições de vida são desiguais. Assim, na perspectiva populista, o enfoque da igualdade tanto se polariza pela distância dos 1% aos 99% em matéria de igualdade distributiva, tendendo a secundarizar as diferenças no interior dos 99%, quanto acentua a dimensão cívica da igualdade, valorizando as noções de igualdade e homogeneidade para descrever as noções de uma boa sociedade, e é essa visão que se enlaça com a ideia nacional-protecionista.

Por fim, o quinto elemento constitutivo do populismo moderno, por Rosanvallon (2020), é o regime de paixões e emoções, questionando a distância entre razão e emoção. Com a complexidade da nova realidade, em que as categorias de captação da realidade já não são bem delimitadas, a visão de progresso está colapsada e, onde reina a incerteza, as determinações pessoais e a variabilidade das situações são decisivas para caracterizar a vida dos indivíduos. Assim, no populismo, as emoções

são acionadas em três níveis. Primeiro, a emoção de posição, referente à sensação de rejeição, abandono, em um ressentimento democrático. Em segundo lugar, a emoção intelectual, que traz a perspectiva da informação e da desinformação, manipulando os sentimentos de opacidade e impotência pública como tentativas de racionalização imaginária. É nesse nível que se inscrevem as visões conspiratórias e a proliferação de notícias falsas. “O caos informacional faz com que dados objetivos e verificados coexistam com simples opiniões e rumores, que, via de regra, são transmitidos por grupos sociais menos instruídos que encontram assim uma maneira de orientar-se no mundo.” (ROSANVALLON, 2020, p. 71). O autor ainda destaca que a maior disponibilidade da massa ininterrupta de informações, a partir do advento da internet, reforçou as visões conspiratórias e facilitou a aparição de vias interpretativas opostas.

A proposta teórica de Rosanvallon traz subsídios para o entendimento da complexidade da realidade vivida no Brasil atualmente. O populismo subverte a ordem democrática e redimensiona as delimitações da constituição da vontade coletiva. Nesse sentido, o Estado laico também é afetado, na medida em que obedece à lógica estruturada da democracia ideal. Para compreender de que forma a religião é entendida no contexto democrático, é preciso revisitar a definição de laicidade e apresentar quais são os aspectos religiosos normativamente aceitos em uma sociedade que se define pela participação e pela acessibilidade igualitárias ao debate social.

2.4.2 O Estado laico brasileiro

O pleno funcionamento da democracia pressupõe que a religião não tenha interferência em assuntos de interesse público. Sendo a religião conflitante com as consequências desejáveis de uma democracia, justifica-se o fato de que, como pressuposto para a implantação de um sistema democrático eficiente, seus preceitos devam ser restritos ao universo privado, distantes das decisões que competem à sociedade.

Por isso, junto à República nasce o Estado laico, que obedece ao princípio da secularização da sociedade, processo pelo qual a religião perde a sua influência sobre as variadas esferas da vida social. Estado laico é aquele que não adota religião oficial e garante a liberdade religiosa, sem interferir em assuntos religiosos e, em contrapartida, sem ser influenciado por nenhum viés unilateral religioso.

No Brasil, a laicidade do Estado foi determinada logo após a proclamação da República, em 1890, por meio de decreto de Rui Barbosa. A atual Constituição brasileira, promulgada em 1988, garante a laicidade do Estado, por meio do artigo 5º, em que está escrito: “é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e suas liturgias”. Na sequência, cita-se, no artigo 19: “É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: I – estabelecer cultos religiosos ou Igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público” (BRASIL, 1988).

A Constituição preza pela neutralidade do Estado em relação à questão religiosa, de modo que não se mostre a favor ou expresse apoio à manifestação de nenhuma religião específica e que promova espaços iguais para a liberdade de todas as religiões. Apesar disso, a própria Constituição brasileira tem, em seu preâmbulo, a menção a Deus, indicando que a laicidade pode ser uma questão de difícil aplicação prática (GABRIEL, 2018).

É comum haver má interpretação a respeito do tema em situações que, de um lado, a opinião pública critica ou tenta inibir a expressão religiosa de um determinado grupo e, de outro, é possível observar associações religiosas agindo de forma arbitrária sob a alegação da liberdade religiosa. Gabriel (2018) destaca que a religião está arraigada fortemente nas heranças culturais brasileiras e faz parte da vida de 92% dos brasileiros. Os cristãos, entre católicos e evangélicos, representam 87% da população, de modo que os próprios ocupantes dos cargos públicos seguem alguma religião e, não raras vezes, são representantes de denominações religiosas, eleitos pelos fiéis de determinada Igreja. Assim, na praxis do funcionamento político, os atores e personalidades de origem ou com alianças religiosas pleiteiam abertamente o reconhecimento, e até mesmo a imposição, de suas crenças em decisões que afetam toda a sociedade. Para os representantes legislativos, a defesa do viés religioso entra em embate com argumentações racionais de políticos de outras correntes, o que cria uma barreira para a interferência privada nas decisões de interesse público. Porém, quando o ator político religioso alcança um cargo no Executivo, corre-se o risco maior de que a sociedade seja afetada por decisões baseadas em convicções religiosas, sem que haja deliberação racional e argumentos reconhecidos e validados por todos os membros da comunidade.

2.5 Democracia e comunicação pública

A prevalência de princípios morais e religiosos na governabilidade interfere diretamente na comunicação pública de nossa sociedade, tanto na comunicação realizada pelo governo, de forma vertical à população, quanto no debate entre os cidadãos, acarretando, como consequência mais danosa, a perda de qualidade da democracia. Para entender de que forma se dá esse processo, é necessário retomar os conceitos sobre comunicação pública e, assim, identificar quais princípios norteadores são atingidos com a legitimação de argumentos religiosos na comunicação do governo. Portanto, neste subcapítulo, apresentaremos os principais conceitos relacionados ao tema, destacando termos fundamentais para o entendimento da proposta deste estudo.

O entrelaçamento das teorias abordadas com os conceitos de comunicação pública configura o direcionamento do presente trabalho. Compreender os fenômenos de comunicação apresentados à luz das teorias de comunicação pública, tendo como balizadores os conceitos fundantes da sociedade e a trajetória religiosa no contexto social em que vivemos, traduz a importância desta pesquisa e amplia o caráter elucidativo proposto pela análise dos produtos comunicacionais do governo Bolsonaro.

2.5.1 *Comunicação pública*

O conceito de comunicação pública tem permeado os estudos sobre as relações entre Estado e sociedade. De forma geral, a comunicação pública é delimitada pelas manifestações entre a opinião pública e o Estado que são norteadas por temas de interesse público capazes de aglutinar grupos de forma organizada (WEBER, 2017). Esteves (2011) pontua que a relação intrínseca da comunicação pública com espaço público e opinião pública evidencia a sua relevância social. Para o autor, as evoluções das sociedades modernas são marcadas pelas mudanças ocorridas em relação aos públicos que as constituem, e, assim, pode-se dizer que a comunicação realizada no espaço público pela (ou para a) opinião pública assume lugar central do ponto de vista da epistemologia e prescinde, em termos sociais, de outros tipos de comunicação, “exercendo como que um efeito estruturante sobre outras práticas comunicacionais e simbólicas” (ESTEVES, 2011, p. 146).

Considerando o espaço público como o local de ordenamento coletivo e a comunicação pública como o processo pelo qual é realizado o debate entre membros

desse espaço para a formação e a veiculação da opinião dos públicos sobre assuntos de interesse público, a democracia tem uma relação de interdependência com a comunicação pública a partir de seus dois fatores fundamentais, a informação e a participação, que são obtidos por processos de visibilidade e acessibilidade (WEBER, 2017). Essa é, portanto, a comunicação das democracias, pois, conforme a autora, “abriga o conceito e a práxis capazes de imprimir qualidade às democracias” (WEBER, 2017, p. 23).

Gomes (2008) elucida a importância da instância de deliberação em uma democracia. Para o autor, mesmo que se admita a relação entre as eleições regulares e os índices de democracia em uma sociedade, esses números não indicam a qualidade dessa democracia, que depende, essencialmente, do quanto a discussão pública ocorre na esfera pública, principalmente nas instâncias gerais, em que o interesse comum se transforma em coisa pública (GOMES, 2008). Para ele, a democracia é:

O sistema no qual a legitimação das questões relativas ao bem comum se dá por meio de práticas de discussão pública autêntica. Nesse sentido, é importante não só que a instância deliberativa mais geral – o parlamento – funcione como esfera pública; mas sim que, quanto mais as micro-redes de decisão no interior do tecido social se apoiem numa argumentação pública, mais democrática seja essa sociedade, mais enraizada seja a cultura democrática na alma dos indivíduos (GOMES, 2008, p. 129).

O caráter de qualificador democrático atribuído à comunicação pública, a partir dos conceitos apresentados, conflita com a ideia de que sejam admitidos na democracia argumentos que, antes de priorizarem o bem comum, impõem determinações baseadas na arbitrariedade de dogmas morais e religiosos. Por isso, faz-se necessário alargar o diálogo acerca desses conceitos e entender as razões pelas quais eles não podem ser confundidos.

2.5.2 Interesse público e interesses privados

Conceito basilar e propósito final da comunicação pública, o interesse público é o princípio que sustenta a república e as sociedades modernas. A organização social, a partir da queda do poder monárquico e eclesiástico, e sua consequente racionalização, estruturam uma nova concepção de público e privado, considerando

como domínio do privado a concepção familiar e sua projeção para o exterior, em termos culturais, econômicos e também políticos, e o domínio do público como aquele do que é comum aos indivíduos, seus interesses e necessidades (ESTEVEVES, 2011).

O bem comum é relacionado ao desenvolvimento da nação, à promoção da qualidade de vida, aos direitos e deveres dos cidadãos e, por isso, ao beneficiar todos, beneficia cada indivíduo, mesmo que ele não seja completamente contemplado (WEBER, 2017). Assim, defender o interesse público como instância fundamental para a democracia é garantir que a sociedade consiga se desenvolver a partir do olhar para a coletividade, levando em conta as subjetividades e as diferenças sociais, culturais e econômicas existentes. Weber (2017) elucida o caráter central do interesse público para as sociedades democráticas: “É na emancipação de uma sociedade pela igualdade e participação que é possível identificar se o interesse público de um governo democrático está sendo cumprido” (WEBER, 2017, p. 32).

Weber (2017) propõe a classificação da comunicação a partir da circulação de temas de interesse público nas dimensões normativa, fática e crítica. A dimensão normativa remete ao ideal republicano da busca pelo bem comum de ética na política, com foco na emancipação social. Já a dimensão fática diz respeito à visibilidade das ações de projetos políticos, políticas públicas que mostram a governabilidade em ação. Assim, abriga a comunicação necessária à democracia, mas também aquela estruturada, com o objetivo de promover a imagem pública favorável do partido político ou do governante e que, para tanto, utiliza equipe capacitada, recursos financeiros e tecnologia. Já a dimensão crítica aborda o debate público, envolvendo públicos e instituições em reação e contribuição às ações dos poderes do Estado. Na dimensão crítica, ocorrem os pactos e as disputas próprios da democracia, ampliando o interesse público em benefício da cidadania ou reduzindo-o a interesses privados. Por essa razão, a dimensão crítica atua com a função de vigilância do Estado, para que se cumpra o objetivo em benefício do interesse público (WEBER, 2017).

Quanto ao teor dos temas de interesse público que mobilizam a sociedade em torno da exposição, da abordagem e da circulação de informações, é possível identificar três tipos. Os *temas sensíveis* são aqueles relacionados ao comportamento, à questão moral e cultural das sociedades, como religião, aborto, casamento homossexual, etc. Temas vitais dizem respeito a assuntos que afetam o cotidiano dos cidadãos, como acesso a saúde, educação, alimentação, emprego, segurança, etc. Já os temas políticos mantêm a sociedade em alerta sobre o que ocorre na esfera política, como cargos, corrupção, mudanças governamentais, etc. (WEBER, 2017).

Esses assuntos mobilizam redes internas da esfera pública de acordo com seus interesses.

As redes de comunicação que se mobilizam em torno dos temas de interesse público são classificadas por Weber (2017) a partir de três âmbitos. No âmbito do Estado, funcionam as redes com poder legal de governar e intervir, sendo elas: redes de comunicação do Poder Executivo, redes de comunicação do Poder Legislativo, redes de comunicação do Poder Judiciário e os sistemas de comunicação e radiodifusão públicos. No âmbito da sociedade, estão as redes com poder de organização e mobilização, como as redes de comunicação política, redes de comunicação social, redes de comunicação mercadológica, redes de comunicação científico-educacional e redes de comunicação religiosa. Já em relação aos sistemas de comunicação midiática, com poder de visibilidade e encenação, estão as redes de comunicação midiática.

Os sujeitos da esfera pública que se organizam em redes de comunicação buscam promover, desenvolver ou incidir sobre as decisões a respeito dos temas de interesse público. Contudo, a retórica em torno do interesse público pode mascarar a presença de interesses privados, como a promoção pessoal de políticos, privilégios para familiares e pessoas próximas, ganhos financeiros, poder e manipulação de grupos, etc. No caso da religião, são acionados argumentos que dizem respeito ao domínio do privado. A busca das redes de comunicação religiosa pela hegemonia da opinião dos públicos envolvidos e influência nas decisões relativas ao público configura a prevalência de interesses privados sobre interesses públicos, uma vez que a justificativa desses argumentos não está calcada no desenvolvimento da coletividade, considerando as subjetividades de todos os indivíduos, e sim em uma visão de mundo específica do sujeito religioso.

Uma vez destacada a centralidade do interesse público na comunicação pública, vale abordar as especificidades do processo comunicacional em questão. Esteves (2011), ao considerar o espaço público e a opinião pública, configura três processos comunicacionais como meios por excelência para a produção da vontade coletiva: a publicidade, a crítica e o debate.

2.5.3 A publicidade e o uso público da razão

A publicidade, entendida como o ato de dar-se a conhecer ações, opiniões, fatos e pessoas, dá visibilidade a informações e exerce a função de mediação moral

da política. Para Esteves (2011), quanto mais a política for objeto de publicitação, adequando-se às exigências da publicidade, mais se apresentará em um modo de vida moral pautado por critérios éticos. A publicidade “permite projetar e dimensionar a política de acordo com as exigências, expectativas e aspirações desses mesmos sujeitos cidadãos” (ESTEVES, 2011, p. 190-191). Outra relação com a publicidade refere-se ao uso público da razão. A vinculação entre publicidade e racionalidade reside no fato de que, em termos de comunicação pública, os argumentos que serão colocados em público necessitam de elaboração para que sejam compreendidos por todos, ou seja, como um fenômeno de construção de sentido. Assim, mesmo que ligada ao sujeito, a razão assumida na publicidade diz respeito ao âmbito geral, levando em conta os outros participantes do debate, e não à racionalidade do sujeito em relação a si mesmo (ESTEVES, 2011).

Sob esse mesmo aspecto, Maia (2008) apresenta dois sentidos para a publicidade. No sentido fraco, a publicidade está em oposição ao segredo, oferecendo visibilidade a intenções, planos e situações ao alcance de todos. Dessa forma, ela cria espaço para a deliberação, pois somente a partir da exposição dos atos e opiniões é possível criar o processo de troca de razões com vistas à solução de um problema de interesse do público.

Em seu sentido forte, a publicidade diz respeito às normas para a negociação de entendimentos em público. Ou seja, não basta dar visibilidade a alguma situação, é preciso que haja regras para que as ideias sejam aceitas como argumentos capazes de serem debatidos e criticados. Sob essa perspectiva, a publicidade governa o processo de deliberação, uma vez que os participantes do debate precisam assumir responsabilidade por sua fala e orientá-la de acordo com as condições da comunicação de caráter público, a partir de um conhecimento prévio acerca do vocabulário e dos pontos de vista dos participantes. As razões feitas em público precisam ser compreendidas e aceitáveis, isto é, justificáveis, em uma dada situação e em um dado contexto (MAIA, 2008).

Segundo Martino (2016), os argumentos devem contrapor-se reciprocamente, de forma a produzir opiniões razoáveis e direcionadas ao consenso acerca das questões consideradas. Assim, um dos pressupostos para a participação nos assuntos públicos é a utilização de argumentos racionais e em uma situação de igualdade entre todos os participantes da discussão. Por argumentos racionais, entendem-se aqueles que sejam reconhecidos como válidos, ou seja, que podem ser compreendidos e discutidos por todos, como uma ideia possível que obedeça à lógica.

Habermas (2006) aborda a racionalidade em relação à religião. Para o autor, a mudança da consciência religiosa pode ser uma resposta aos desafios da modernidade. Por outro lado, essa é a chave do pensamento pós-metafísico em que a consciência secular, vivendo em uma sociedade pós-secular, ganha para tornar mais sofisticada a articulação. Por isso, para ele, fé e saber não precisam estar em lados opostos, pois possuem ferramentas para o aprendizado mútuo. Arranjos sociais justos só podem ser construídos se as partes envolvidas considerarem a perspectiva do outro. Contudo, é preciso preservar o princípio do uso público da razão. A sociedade moderna parte do princípio de que o debate sobre os assuntos de interesse público levados à arena pública precisa ser válido, ou seja, com argumentos reconhecidos como legítimos e lógicos por todos os participantes. Isso não impede que atores religiosos participem da esfera pública, mas exige que sua fala seja traduzida para uma linguagem secularizada, racionalmente aceita e válida para aqueles que não aceitam os preceitos ditados pelas religiões (HABERMAS, 2006).

Assim, a publicidade produz um padrão de julgamento dos acordos feitos a partir do debate público. Maia (2008, p. 171) afirma que ela “permite descortinar as limitações das razões em jogo e as restrições presentes no próprio processo deliberativo”. Para a autora, razões convincentes são aquelas dirigidas a uma audiência inclusiva, ou seja, em que todos tenham condições de entender o argumento e que, dessa forma, sustentam-se nas situações de diálogo, em que o assentimento e o dissenso possam ser livremente expressos.

Por essa razão, a perspectiva kantiana trazida pela autora cita a publicidade como uma espécie de teste para a política justa, ao utilizar o constrangimento para coibir argumentos que não digam respeito ao interesse público. “Todas as ações que se relacionam com o direito de outro homem são contrárias ao direito e à lei se sua máxima não permite publicidade” (KANT, 1949, p. 470 *apud* MAIA, 2008, p. 168). Por certo, no sentido fático, as formas de poder da sociedade contemporânea estão assentadas, em grande parte, no segredo. A retórica da comunicação dos governantes utiliza-se de argumentos aceitáveis publicamente para justificação de atitudes que têm por objetivo interesses privados. “Intenções de corrupção, chantagem, malversação precisam ser mantidas em segredo, para que não se inviabilize a realização desses mesmos atos, ou a série deles” (MAIA, 2008, p. 169).

A discussão sobre publicidade e o uso público da razão configura-se central para o desenvolvimento desta pesquisa. Uma vez que se busca entender quais os efeitos da incidência religiosa em assuntos de interesse público para a comunicação

pública, levantar a questão da racionalidade e da elaboração de argumentos que sejam válidos a todos os participantes colabora para a mensuração da distorção causada por argumentos de ordem moral ou religiosa no debate público.

2.5.4 *A crítica e a opinião pública*

Já a crítica, outro processo comunicacional destacado por Esteves (2011), tem forte vinculação com a publicidade e com a racionalidade, já que tem por função aferir o que foi publicizado. Em termos gerais, a crítica consiste na tomada de posições sobre assuntos tornados públicos, em um exercício de juízo diante das diferentes opiniões apresentadas. Por isso, vincula-se diretamente à opinião pública, pois se trata de uma opinião que superou o crivo da crítica interna e para a qual os sujeitos puderam contribuir em termos intercompreensivos, ou seja, compreensíveis a todos os participantes (ESTEVES, 2011).

A opinião pública está no centro das disputas do espaço público. A produção da opinião e da vontade nas democracias está garantida a todos os cidadãos que queiram participar do debate sobre questões de seu cotidiano e pode ser realizada tanto institucionalmente, a partir dos representantes dos parlamentos, por exemplo, quanto informalmente, na esfera pública autônoma e própria do mundo da vida. Normativamente, a esfera pública opera em torno dela, por meio da comunicação pública, utilizando estrutura informal de comunicação para debater as questões de interesse público e obter o consenso que forma a opinião pública para, assim, influenciar sobre as decisões políticas (GOMES, 2008). Segundo o autor, “a opinião pública é a vontade expressa como posição obtida numa argumentação racionalmente conduzida, é a vontade que se legitima como razão” (GOMES, 2008, p. 41).

A opinião pública tem suas raízes na vida social, a partir de uma comunicação não estratégica, e é configurada como tal quando resulta da discussão pública. Além disso, é própria daquele que traz consigo as marcas da cooperação argumentativa, ou seja, que esteja disposto a debater os pontos em questão de forma a produzir uma opinião coletiva a respeito do assunto (GOMES, 2008).

A crítica, aqui entendida como a aferição das ações expostas em público, só pode ser considerada a partir do debate que forma a opinião dos públicos. Caso tenhamos a publicidade sem o uso da razão, a crítica não é possível, pois não é passível de ser construída a partir do crivo argumentativo da opinião pública, e deixa de produzir uma verdadeira opinião pública.

2.5.5 O debate público

Completando a tríplice das práticas comunicacionais, está o debate. Esteves (2011) argumenta que o debate é a concatenação entre publicidade e crítica, que dá forma final à comunicação pública. Para o autor, sua presença no espaço público ocorre a partir de diferentes formas de associações dos indivíduos em que é possível reunir sujeitos privados em torno de uma questão relativa à coletividade, tanto associações, configuradas ou não para esse fim, quanto a imprensa, que cria uma nova instância de debate a ser introduzida na esfera pública, congregando opiniões pulverizadas (ESTEVES, 2011).

O debate próprio da comunicação pública é apresentado por Gomes (2008) dentro da definição da esfera pública moderna proposta por Habermas. De forma normativa, o debate público se configura a partir dos seguintes princípios: a argumentação e o debate aberto, feito por cidadãos comuns. A argumentação se diferencia da mera conversação a partir de duas premissas. Em primeiro lugar, é dominada pelo uso da razão, ou seja, a racionalidade argumentativa, e, ainda, tem um objetivo a ser perseguido, que é a obtenção do consenso. O debate aberto pressupõe visibilidade dos argumentos e informações acerca do assunto a ser debatido, o que exige disponibilidade de todas as informações sobre o assunto e a acessibilidade dos participantes às informações. Ainda, o debate é conduzido pelos cidadãos comuns, eximidos de poderes provenientes de cargos do Estado, Igreja, família ou instituições particulares. Esse princípio garante que não sejam considerados no debate argumentos que não atendam o interesse público, como aqueles que privilegiam o dinheiro, o poder ou a força. O autor destaca, ainda, que essa privacidade dos indivíduos se converte em civilidade na contemporaneidade, com a ancoragem da esfera pública na esfera da cidadania, a esfera civil (GOMES, 2008).

O debate confere um sentido próprio à comunicação pública e a vincula ao caráter essencialmente racional, tanto no plano cognitivo, com o esclarecimento das ideias, quanto no plano moral, como uma forma de emancipação. Também é o elemento que liga os diferentes polos do espaço público, constituindo a comunicação pública em si (ESTEVES, 2011). A perspectiva apresentada pelos autores a respeito do debate público nos permite compreender que a falta de racionalidade inviabiliza o debate, esvaziando o objetivo da comunicação no espaço público.

2.5.6 *Esfera de visibilidade pública e cena pública*

O conceito de comunicação pública e o entendimento acerca de seu funcionamento como a comunicação gerada em um espaço público entre opinião pública e Estado, tendo em vista o interesse público, não pode ser compreendido sem que se leve em conta o papel da mídia e da comunicação de massa no processo. Considerando a perspectiva habbermasiana de que a nova esfera pública se constitui de fluxos de comunicação condensados e que, dessa forma, repousa sobre a comunicação mediada pelos meios de massa, é possível relacionar os conceitos de acessibilidade e discutibilidade, ou seja, a partir da entrada dos *media*, a esfera pública ganha em acessibilidade e abstração e perde em discutibilidade (GOMES, 2008).

São formulados dois sentidos para a expressão “esfera pública”, levando-se em conta a publicidade social. O primeiro refere-se à esfera de visibilidade pública, ou seja, aquela dimensão da vida social que é visível, disponível ao público, a dimensão expositiva da esfera pública. Seu papel nas democracias de massa é ainda mais importante, uma vez que não há como estabelecer consensos em relação a temas de interesse público sem que as informações pertinentes sejam socializadas. A visibilidade age contra a ameaça do poder exercido ocultamente e, portanto, contra a submissão a qualquer controle. “A visibilidade é instrumento de perda de altura e de aura por parte do poder” (GOMES, 2008, p. 134). O segundo sentido diz respeito à esfera da discussão pública, aqui compreendida como a esfera argumentativa, na qual se mantém a visibilidade, mas para gerar acessibilidade aos fatos e às informações disponíveis para que os participantes da discussão pública possam fazer uso em sua argumentação. A sua base calcada no debate é o que constitui a democracia moderna (GOMES, 2008).

Se, por um lado, não há democracia sem debate público, a disponibilidade e a acessibilidade aos termos da deliberação, trazidas pela esfera de visibilidade, são essenciais à esfera pública, de modo que “a associação entre as duas esferas é tão intensa que qualquer perda em uma das dimensões constitui uma perda na qualidade da democracia” (GOMES, 2008, p. 134). Por outro lado, quem confundir a cena pública com o debate público incorre em erro conceitual. Ao contrário do que Habermas havia postulado, Gomes esclarece que a publicidade comporta, para além do debate público, as representações, os cerimoniais, o entretenimento, a propaganda, em uma lógica voltada à captura de atenção (GOMES, 2008).

Com a conversão da esfera pública em esfera pública midiática, a produção das decisões fica fora do alcance do debate público e a legitimação das decisões acontece na esfera pública mediante climas induzidos de opinião (GOMES, 2008). Assim, é feita a relação entre cena pública e bastidores, ou seja, fatores que correm na intransparência e na invisibilidade, distantes da cena pública, e esforçam-se para manter o controle operacional da esfera de visibilidade pública, influenciando, dessa forma, o debate público (GOMES, 2008, p. 137). Sistemas políticos e midiáticos, por exemplo, podem cooperar para que as decisões não públicas apareçam publicamente de forma a obter a legitimação dos cidadãos.

A esfera de visibilidade pública, que comporta a cena pública midiática, pode ser entendida a partir de três dimensões: como as instituições e veículos que a compõem, como as tecnologias envolvidas no processo comunicacional – por exemplo, as redes sociais – ou como sistemas de expressão. Para Gomes (2008, p. 143), “É justamente o sistema expressivo formado pelo conjunto da emissão dos meios de comunicação que constitui a esfera de visibilidade pública, tornando disponível ao público uma espécie de quadro do mundo”.

Os conteúdos desses sistemas expressivos podem ou não contribuir para o debate e, por isso, passam por mais uma classificação. De um lado, os materiais destinados ao entretenimento, à publicidade, entre outros formatos, como artísticos e culturais. De outro, os materiais informativos, de onde se extraem os subsídios para o debate público. Dentro dos materiais informativos, é possível identificar três tipos de discurso: as opiniões em perspectiva, que tratam das posições particulares, de visões singulares sobre a vida, mas admitem que possam existir outras opiniões; o discurso dogmático, que trata da posição defendida como verdade, como resultado de um debate que gerou um consenso sólido; e, por fim, o discurso argumentativo, o único entre os três que é capaz de gerar esfera pública dentro dos *media*, é aquele que se desenvolve em um confronto coerente e leal entre as partes, admitindo correções de ponto de vista e esclarecendo as partes reciprocamente (GOMES, 2008). O discurso dogmático é capaz de transformar a opinião em perspectiva em uma nova forma de discurso dogmático, uma vez que, ao encontrar uma fala competente que corrobore a sua visão de mundo, a opinião deixa de admitir visões diferentes, assumindo sua posição como verdade. Aqui, é possível identificar a dinâmica da comunicação midiática das Igrejas interferindo na opinião de seus fiéis, que, com suas opiniões corroboradas em público, tendem a se fechar ao discurso argumentativo.

O discurso informativo da cena pública não se constitui como esfera pública, mas pode ser editado como tal. O processo de edição do discurso informativo da cena pública em esfera pública, que ocorre, quando o espectador isola e analisa diferentes tipos de informações a fim de compor a sua própria opinião, ou quando os diversos pontos apresentados são levados para associações para intervenção em um debate já em andamento ou para propor nova discussão. Para tanto, é preciso que os consumidores da cena pública tenham condições e interesse em fazê-lo (GOMES, 2008).

Reflexo dessa nova dinâmica, a opinião pública formada no espaço público do século XXI já não reflete os ideais de sua concepção: o público e a igualdade. A redução da autenticidade da esfera pública aumenta na medida em que a visibilidade se impõe sobre a discutibilidade, fenômeno promovido em grande parte pelos *media*, que, ao ocuparem grande espaço na esfera de visibilidade pública, levam a esfera pública à abstração e apresentam, muitas vezes em forma de discurso dogmático, a sua interpretação sobre o mundo.

Esteves (2011) credita ao que ele chama de neutralização da cidadania – resultado de uma mudança de configuração do espaço público em que há maior intervenção e regulação do Estado sobre a vida pública, acarretando o formalismo e a burocratização da participação dos cidadãos – a transformação da opinião pública em uma opinião pública técnica, que, antes de ser orientada por valores e normas sociais, atende a princípios de eficácia. A “tecnicização da opinião pública consiste em uma conformação do universo simbólico da cultura à lógica da reprodução material da sociedade (o mundo do trabalho e da economia)” (ESTEVES, 2011, p. 246). Gomes (2008) avalia que essa mudança reflete na concepção do termo: opinião pública passa a ser aquela capaz de capturar a adesão do público.

A entrada dos meios de massa configura esse novo cenário e dá um caráter antiético à comunicação, pois passa a moldá-la como o meio propriamente dito dos valores e das normas sociais processadas pela opinião pública. A publicidade passa a agir não a partir da lógica da acessibilidade, de natureza ilustrativa, mas em caráter autoritário, com natureza demonstrativa dos meios simbólicos, com o objetivo de inculcar seu quadro da vida nas consciências (ESTEVES, 2011).

Considerar a lógica do caráter antiético da comunicação leva a aceitar que os interesses privados fazem parte dos meios de comunicação. Contudo, mesmo com todo o poder da publicidade autoritária, os *media* precisam manter algum diálogo aparente com o público. Ao surgir algum público ativo, disposto a reivindicar sua voz

pública, os meios de massa não podem ignorar o público ativo que surge, constituindo um certo grau de abertura (ESTEVEZ, 2011).

Assim, quem deseja exercer influência política por meio da opinião pública deve mobilizar convicções, crenças e valores dentro da esfera pública. Para tanto, é necessário disputar o espaço de visibilidade midiática. Grupos organizados e pessoas que alcançaram algum tipo de prestígio em esferas públicas especiais assumem essa disputa para promover influência sobre seus posicionamentos acerca de assuntos de interesse público, levando a público os argumentos baseados em razões e valores. Interesses particulares ou escusos, como dinheiro e influência em cargos políticos, por exemplo, não são aceitos. Ao travestir interesses não públicos em públicos, os atores que disputam influência sobre a opinião pública podem ser descredibilizados e descartados (GOMES, 2008), o que contribui para a ideia de que a opinião pública pode ser manipulada, mas não comprada publicamente ou chantageada.

Baldissera (2009) discorre sobre a comunicação a partir do ponto de vista da organização. Partindo da perspectiva dos princípios do paradigma da complexidade, de Morin, o autor analisa a comunicação da organização sob três aspectos: a comunicação comunicada, ou autorizada, a comunicante e a falada. A comunicação comunicada é a planejada, que costuma ser valorizada em detrimento das outras perspectivas. A comunicação comunicante configura-se na comunicação que se atualiza a partir do momento em que qualquer sujeito estabelecer relação com a organização, transpondo a comunicação estratégica para a informalidade e acontecendo mesmo que a organização não tenha conhecimento. Por fim, ocorre a comunicação falada, ou seja, os processos de comunicação informais indiretos. São as conversas que surgem sobre a organização em grupos, entre vizinhos e familiares e ajudam a formar a imagem da organização (BALDISSERA, 2009).

A entrada da religião na esfera de visibilidade pública midiática é um marco para a influência religiosa na política. Na disputa por influência na esfera pública, líderes religiosos com prestígio em suas Igrejas utilizam seu poder mobilização dos públicos e poder econômico para ocupar cada vez mais espaço na cena midiática e, com isso influenciar as decisões políticas. A comunicação comunicada das Igrejas reverbera na cena midiática e ajuda a constituir a comunicação falada. Importa analisar de que forma se dá esse processo e como foi o caminho percorrido pelas Igrejas na mídia até alcançarem os domínios do poder do Estado.

No capítulo 2, foram abordados os principais conceitos teóricos fundamentais que tratam da política e da presença da religião em nossa sociedade e resgatadas a

trajetória e as implicações do fenômeno político-religioso no contexto social brasileiro. Por fim, a comunicação pública foi apresentada a partir de conceituações fundamentais que oferecem subsídios para entender as implicações da presença da moral e da religiosidade na comunicação do governo Bolsonaro do ponto de vista normativo da comunicação. As três esferas de abordagem, teórica, política, religião e comunicação pública, direcionam a leitura dos produtos comunicacionais selecionados para análise e oferecem base teórica para que seja possível olhar o fenômeno de comunicação do governo a partir de um viés crítico e com consistência argumentativa.

3 GOVERNO BOLSONARO, COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO, O OBJETO DE PESQUISA

O objeto da presente pesquisa configura-se na triangulação entre o Governo de Jair Bolsonaro, as dimensões da comunicação do Governo e do presidente e as características religiosas e morais.

Para apresentar os pontos de intersecção entre esses elementos, são apresentadas características do governo Bolsonaro e a religião, da trajetória política do presidente, da burocracia de governo e das estruturas de comunicação.

3.1 O governo Bolsonaro, religião e eleições

A relação entre o governo Jair Bolsonaro e a religião é resultado de elementos que compõem a trajetória pessoal e política do presidente e se refletiram na aliança que resultou na vitória das eleições de 2018. As eleições, a trajetória de Jair Bolsonaro e a burocracia estatal dão conta de apresentar a relação entre o presidente e a religião.

3.3.1 Eleições

Neste subcapítulo, discorre-se sobre as eleições presidenciais de 2018, que levaram Jair Bolsonaro ao poder. Serão levantados dados pertinentes ao contexto da época, à corrida eleitoral, aos candidatos envolvidos, à estratégia de Bolsonaro como postulante ao cargo máximo da República e à movimentação das lideranças evangélicas na disputa.

O Brasil chegou às eleições presidenciais de 2018 em um ambiente bastante polarizado. Reflexo do movimento que se iniciou em 2013, com as chamadas jornadas de junho (FABRINO, 2013). De lá até as eleições, o país passou pelo impeachment da presidenta Dilma Rousseff e por um processo de consolidação do trinômio PT/ esquerda/ Lula como inimigo da nação no imaginário social. Colaborou o trabalho realizado pela imprensa nos cinco anos anteriores, que mostrou exaustivamente os

meandros do sistema de corrupção do país capitaneado pelos governos do período, muito embora fosse praticado pelos anteriores, que limitavam as investigações⁴.

O cenário pré-eleições de 2018 também sofreu influências de uma tendência mundial de crise da democracia e do capitalismo, o que fortaleceu os governos de direita e de caráter fascista. O descontentamento com os social-democratas, turbinado pelas denúncias seletivas de corrupção contra o grupo que ocupava o poder, culminou com uma predisposição, em geral, do eleitor para escolher candidatos que se opusessem a esses atores e, conseqüentemente, com o modelo seguido por eles (WEBER *et al.*, 2019). Assim, o país chega ao período de eleições influenciado fortemente pelo contexto.

A campanha eleitoral presidencial de 2018 teve início no dia 16 de agosto. Em 31 de agosto, iniciou-se o horário de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. O segundo turno foi realizado no dia 28 de outubro. O pleito contou com um grande número de candidatos. Além disso, todos os espectros políticos estavam representados, o que, teoricamente, poderia pulverizar os votos, diluindo a polarização. No quadro 1, são apresentados todos os candidatos e suas orientações partidárias:

⁴OLIVEIRA, Regiane. Por trás do verdadeiro mecanismo de corrupção do Brasil. *El País*, 28 mar. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Z57UQ5l>. Acesso em: 22 maio 2020.

Quadro 1 – Candidatos à presidência do Brasil nas eleições de 2018

Candidato	Partido	Espectro político
Álvaro Dias	Podemos	Centro
Cabo Daciolo	Patriotas	Direita
Ciro Gomes	PDT	Centro-esquerda
Geraldo Alckmin	PSDB	Centro
Guilherme Boulos	PSOL	Esquerda
Henrique Meirelles	PMDB	Centro
Jair Bolsonaro	PSL	Extrema-direita
João Amoêdo	Novo	Direita
João Goulart	PPL	Esquerda
José Maria Eymael	DC	Direita
Marina Silva	Rede	Centro-esquerda
Vera Lucia Salgado	PSTU	Esquerda
Lula / Fernando Haddad	PT	Esquerda

Fonte: Elaboração própria (2021).

O PT teve dois momentos da candidatura. Lula, ao candidatar-se, estava cumprindo pena em regime fechado, acusado de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Por isso, o TSE impugnou sua candidatura e ele foi substituído por Haddad.

Quatro candidatos tinham o discurso ligado à religião: Cabo Daciolo, José Maria Eymael, Jair Bolsonaro e Marina Silva. Todos se declaravam cristãos, sendo que a candidata da Rede e o do Patriotas eram evangélicos e Eymael e Bolsonaro, católicos, apesar de este último ter uma relação muito próxima com lideranças evangélicas neopentecostais.

Entre os nomes fortes à presidência, Marina Silva era a única que se declarava evangélica. Missionária da Assembléia de Deus desde 1997, ela foi rejeitada pelas lideranças do segmento por não se posicionar em pautas morais, como aborto, casamento gay e as questões de gênero.

Já Bolsonaro, mesmo católico, teve como uma de suas principais bandeiras o combate aos direitos LGBT e à chamada ideologia de gênero, termo popularizado por ele mesmo. Com o tempo, Bolsonaro foi agregando ao seu discurso outros aspectos conservadores que agradavam à comunidade evangélica e também aos católicos de linha conservadora.

3.1.2 O candidato Jair Bolsonaro

A candidatura de Jair Bolsonaro a presidente da República pelo PSL foi oficializada no dia 22 de julho de 2018. Com o slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, ele chegou à disputa presidencial trazendo a relação entre ordem, política e religião. Nessa tríade, apresentou-se como um candidato que iria implantar um governo liberal na economia, conservador nos costumes e firme no combate à corrupção e à criminalidade. Deputado federal por 27 anos, ele sempre se posicionou a favor da classe dos militares e, ao longo dos seguidos mandatos, foi ampliando suas pautas para a defesa da família e dos bons costumes.

A estratégia da campanha dá nova roupagem aos posicionamentos pregressos do candidato. Sua predileção pela ditadura e defesa da tortura é embalada em um discurso a favor de mais segurança e punição a criminosos, já as declarações homofóbicas são ajustadas para a imagem de um defensor da família, da moral e dos bons costumes, e os ataques públicos e agressivos contra petistas tornam-se uma prova de seu empenho no combate à corrupção.

Todas essas questões formam a imagem de um enviado de Deus, predestinado a acabar com a corrupção do PT e a salvar o país. O caráter, ora divino, ora épico, fica visível nos nomes pelos quais é chamado. Messias, seu segundo nome, é utilizado quando o intuito é chamar a atenção para o aspecto mágico de sua candidatura, e o bordão criado por seus apoiadores antes mesmo da eleição, “mito”, presta-se a exaltar a questão fantástica de sua figura. Na eleição, Bolsonaro se mostra dócil e afetuoso com os eleitores, tem um discurso convincente, apresentando evidências que comprovariam o que diz, mesmo quando está mentindo. Faz questão de aparentar espontaneidade e é bem-humorado, inserindo tom de piada mesmo para falar dos adversários, e aposta na simplicidade para tratar de suas ideias políticas.

Em relação a propostas, o plano de governo do candidato previa a possibilidade de ensino à distância, inclusive para o ensino fundamental, a liberação do porte de armas e a redução da maioria penal de 18 para 16 anos. O plano também propunha a fusão dos Ministérios de Agricultura e Meio Ambiente para

eliminar atrasos e burocracias no licenciamento de empreendimentos em áreas de proteção ambiental e no ajuste das demarcações de terras indígenas.

Por causa do seu partido, o PSL, Bolsonaro tinha direito a oito segundos de TV na Propaganda Eleitoral Gratuita. Assim, a campanha de Jair Bolsonaro no primeiro turno foi focada nas redes sociais. A estratégia eleitoral rompeu com paradigmas do marketing eleitoral, deslocando a audiência da mídia tradicional para o ambiente digital a tal ponto que a desvantagem de espaço na TV e no rádio não impactou na eleição. A partir de *lives* diárias, era possível entender as dores e as demandas da população e alinhar suas ações e discursos ao que o público estava esperando, gerando conteúdos compartilháveis nas redes sociais e, principalmente, em aplicativos de mensagens como o WhatsApp.

Outro fator de desequilíbrio na disputa eleitoral a favor de Bolsonaro sob o aspecto religioso é o discurso de viés cristão-messiânico apresentado pela campanha. Nos vídeos acessados de cultos em que pastores apoiam a sua candidatura, há a menção de que Deus o escolheu para “levantar a nação”. Também são encontradas na internet profecias de pastores sobre Bolsonaro, identificando-o como candidato escolhido da nação de Deus⁵. Depois do ferimento à faca, que será apresentado a seguir, esse argumento é utilizado com ainda mais frequência, justificando que, pela gravidade do ataque, seria provável que ele tivesse morrido. Os pastores evangélicos e os discursos do candidato ao longo do período da campanha destacam uma possível interferência divina em sua recuperação, afirmando que havia sido dada uma segunda chance para que ele pudesse salvar o país.

O caráter messiânico da candidatura de Bolsonaro influenciou os fiéis para o voto em diferentes níveis. Grupos fundamentalistas do segmento promoveram vídeos com tom de adoração a Bolsonaro, como aquele em que eleitores gritam palavras de ordem a favor do candidato no rio Jordão, em Israel⁶.

3.1.3 A disputa eleitoral

A corrida presidencial iniciou-se com incertezas a respeito do líder das pesquisas. A candidatura de Lula foi barrada pelo TSE no dia 31 de agosto, 17º dia da campanha. O Partido dos Trabalhadores recorreu e apenas no dia 11 de setembro apresentou a candidatura de Fernando Haddad para a presidência, tendo como vice

⁵ATENTADO a Bolsonaro & A volta de Cristo – Paulo Junior. 10 set. 2018. 1 vídeo (69 min 50 s). Publicado no canal Defesa do Evangelho Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6gFZ-zle5dg>. Acesso em: 22 maio 2020.

⁶VÍDEOS de evangélicos na web alimentam tom de adoração por Jair Bolsonaro. Portal do Holanda, 4 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3ILNu6e>. Acesso em: 22 maio 2020.

Manuela D'Avila. Nesse período, o PT não usufruiu do seu espaço no programa eleitoral gratuito.

A demonstração pública de aproximação entre Jair Bolsonaro e o segmento evangélico durante a campanha ocorreu apenas quatro dias após o seu início oficial. No dia 20 de agosto, durante o culto na Igreja Batista Atitude, da qual sua esposa, Michelle Bolsonaro, é membro, o candidato subiu ao palco para receber uma bênção do pastor Josué Valandro Jr., que declarou seu voto e convidou os fiéis presentes para orar pela candidatura do deputado.

Imagem 2 –Vídeo de Bolsonaro orando em culto na Igreja Batista Atitude



Fonte: Canal Alberto Santos (2018).⁷

As pesquisas Datafolha de intenção de voto apresentaram a instabilidade política das eleições de 2018. Diante da incerteza sobre a continuidade da candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva, pelo PT, por estar cumprindo pena em regime fechado, a primeira pesquisa, realizada no dia 22 de agosto, perguntou aos eleitores sua intenção de voto em um cenário com Lula e sem Lula. O resultado é apresentado no quadro 2.

⁷IGREJAComeça a orar por Jair Bolsonaro que se emociona e recebe força e coragem para a missão!.19 ago. 2018. 1 vídeo (1 min 41 s). Publicado pelo canal Alberto Santos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VU9DsmN9cc8>. Acesso em: 22 maio 2020.

Quadro 2– Primeira pesquisa Datafolha de intenção de votos – resultado global

Cenário com Lula		Cenário sem Lula	
Candidato	Percentual	Candidato	Percentual
Bolsonaro	19%	Bolsonaro	22%
Lula	39%	Haddad	4%
Marina Silva	8%	Marina Silva	16%
Geraldo Alckmin	6%	Geraldo Alckmin	10%
Ciro Gomes	5%	Ciro Gomes	10%

Fonte: Elaboração própria (2020).

Com os dados disponibilizados pelo Instituto, foi possível mensurar as intenções de voto de cada candidato sob o aspecto das diferentes religiões do Brasil e também entre os ateus. Os resultados podem ser observados na tabela 1.

Tabela 1 – Comparativo da primeira pesquisa Datafolha de intenção de votos a presidente do Brasil entre religiões

Com Lula				Sem Lula			
	Católica	Evangélica	Ateus		Católica	Evangélica	Ateus
Lula	43	30	29	Jair Bolsonaro	19	26	26
Jair Bolsonaro	16	24	26	Marina	15	17	7
Marina	6	11	3	Ciro	11	9	16
Ciro	5	5	11	Alckmin	9	8	5
Alckmin	6	6	5	Alvaro Dias	5	4	1
Alvaro Dias	4	3	1	Haddad	4	3	7
João Amoêdo	1	2	4	João Amoêdo	2	2	9
Henrique Meirelles	1	1	4	Henrique Meirelles	1	2	4

Fonte: Gazeta Online (2018).⁸

Em 28 de agosto, Jair Bolsonaro foi o entrevistado do *Jornal Nacional*, que estava realizando sabatinas com todos os candidatos à presidência da República⁹. Na ocasião, ele apresentou o que seria o “Kit Gay”, material que, segundo ele, teria sido distribuído a alunos da rede pública de ensino no período em que Fernando Haddad era ministro da Educação do Governo Dilma. O livro apresentado foi “Aparelho Sexual e Cia.”, de autoria de Philippe Chappuis (conhecido como Zep) e da francesa Hélène

⁸DATAFOLHA: ateus, católicos e evangélicos. *Gazeta do Povo*, 22 ago. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3ILA3Dt>. Acesso em em: 23 maio. 2020.

⁹JAIR Bolsonaro (PSL) é entrevistado no *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro, 28 ago. 2018. 1 vídeo (32 min). Publicado pela plataforma Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6980200/>. Acesso em: 12 jun. 2020.

Bruller. Pouco tempo depois, soube-se que a acusação era falsa, o livro nunca fora comprado pelo Governo. Mesmo falso, o “Kit Gay” acabou sendo a maior arma de Bolsonaro contra Fernando Haddad.

O pastor Silas Malafaia, que havia declarado apoio a Bolsonaro em seu canal do YouTube no dia 18 de janeiro de 2018, voltou a manifestar-se publicamente a favor do candidato do PSL em 30 de agosto. Ele rebateu a acusação de que Bolsonaro teria praticado crime de racismo no episódio envolvendo a cantora Preta Gil¹⁰ e inaugurando uma série de vídeos que fazia no canal em favor da candidatura de Bolsonaro durante o período de campanha.

Atribui-se considerável peso na vitória de Bolsonaro ao apelo aos valores cristãos e à disseminação de notícias falsas. O movimento de reforço de valores conservadores ligados à moral dentro das Igrejas teve início anos antes da eleição e se intensificou no ano de 2017. Jair Bolsonaro, assim, apresenta-se como o único candidato disposto a defender todas as pautas caras aos evangélicos. Para reforçar sua imagem como representante do segmento na eleição, passa a ser visto com mais frequência, junto com a esposa Michelle, nos cultos da Igreja Batista Atitude e também concentra esforços para posicionar o principal adversário, Fernando Haddad (PT), como grande defensor das questões rechaçadas pelos evangélicos.

A notícia falsa de que Fernando Haddad teria distribuído às escolas da rede pública de ensino um material de cunho erótico incentivando o homossexualismo, o chamado “Kit Gay”, citado na entrevista ao Jornal Nacional do dia 28 de agosto, foi utilizada amplamente nas redes sociais do candidato e circulou por grupos de listas de transmissão de seus eleitores. Após ação da campanha Haddad, a Justiça determinou a suspensão de links de sites e redes sociais com o termo e a retirada do ar de materiais relacionados publicados pela campanha de Bolsonaro¹¹. A notícia foi citada como influenciadora de voto por todos os entrevistados em pesquisa realizada pela BBC News. Outra notícia recorrente no levantamento foi a de que o PT teria prometido distribuir mamadeiras em formato de pênis para as crianças¹².

¹⁰PASTOR Silas Malafaia comenta: Bolsonaro cometeu crime de racismo? Analise!. 30 ago. 2018. 1 vídeo (2 min 47 s). Publicado no canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://bit.ly/2F62A5D>. Acesso em: 12 jun. 2020.

¹¹TSE diz que “kit gay” não existiu e proíbe Bolsonaro de disseminar notícia falsa. *Congresso em Foco*, São Paulo, 16 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3lJVswN>. Acesso em: 23 maio 2020.

¹²MACHADO, Leandro; FRANCO, Luiza. Eleições 2018: os valores e “boatos” que conduzem evangélicos a Bolsonaro. BBC Brasil, 23 out. 2018. Disponível em: <https://bbc.in/2YZxB2f>. Acesso em: 23 maio 2020.

3.1.3.1 O atentado ao candidato Bolsonaro

Fato considerado decisivo para a eleição foi o atentado à faca sofrido pelo candidato Bolsonaro. No dia 6 de setembro, ele participava de um comício em Juiz de Fora, MG, e, no momento em que estava sendo carregado, em meio à multidão, recebeu golpes de faca na região do abdômen. O autor do ataque, Adélio Bispo de Souza, foi preso em flagrante. No boletim de ocorrência, Adélio afirmou que agiu sozinho e que estava “a mando de Deus”.

No dia 7 de setembro, um dia depois do atentado, Bolsonaro foi transferido para o hospital israelita Albert Einstein¹³, em São Paulo. No mesmo dia, o pastor Silas Malafaia publicou em seu canal a visita feita ao amigo e a oração por sua recuperação, acompanhado do pastor, à época também senador, Magno Malta, da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo.

Imagem 3 – Vídeo da visita de Magno Malta e Silas Malafaia a Bolsonaro no hospital



Pastor Silas Malafaia - Orando por Bolsonaro no hospital!

Fonte: Canal Silas Malafaia Oficial (2018).¹⁴

Com a justificativa de sua recuperação, Jair Bolsonaro não compareceu a nenhum debate durante a campanha, apesar de conceder entrevistas a emissoras de televisão.

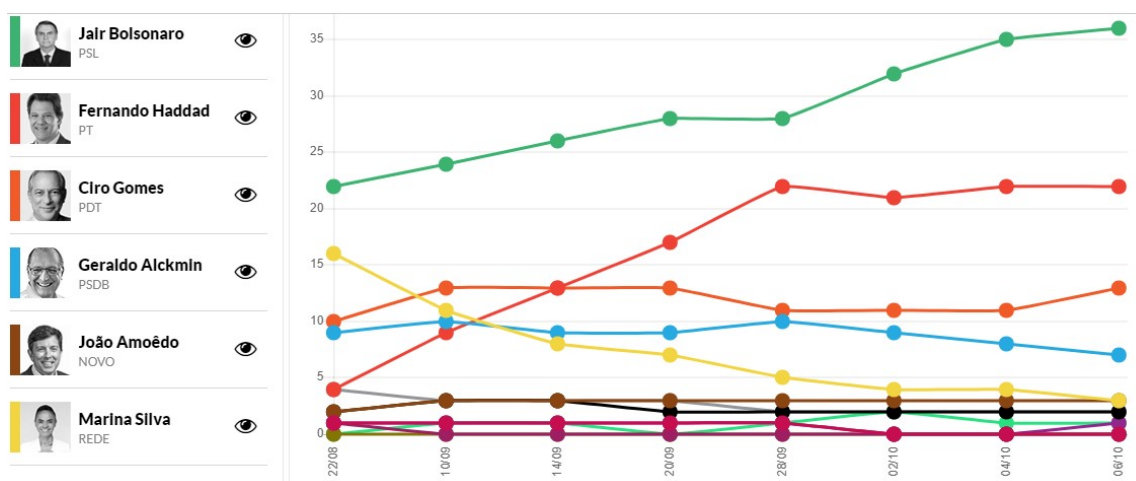
As pesquisas de intenção de voto apresentaram as preferências do eleitor ao longo de toda a campanha, com espaços curtos entre uma aferição e outra. Com os

¹³EM SETEMBRO, Bolsonaro foi transferido para hospital em SP. G1, Rio de Janeiro, 28 dez. 2018. Disponível em: <https://glo.bo/2Ghz0uD>. Acesso em: 22 maio 2020.

¹⁴PASTOR Silas Malafaia – Orando por Bolsonaro no hospital!. 7 set. 2018. 1 vídeo (1 min 4 s). Publicado no canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://bit.ly/2QO2wdy>. Acesso em: 22 maio 2020.

dados divulgados, foi possível traçar a curva de desempenho de cada candidato no período e fazer cruzamentos de informações importantes para analisar a dinâmica da campanha presidencial de 2018. Após a definição de Fernando Haddad como candidato do PT, a divulgação dos números da pesquisa de intenção de votos pelo Datafolha indicava um crescente aumento da polarização entre ele e Bolsonaro, conforme mostra o gráfico 1.

Gráfico 1 – Comparativo das pesquisas de intenção de votos ao longo da campanha presidencial – resultado global



Fonte: Godoy (2018).¹⁵

Ao longo do primeiro turno da campanha, o percentual de intenção de votos em Bolsonaro entre os evangélicos permaneceu acima da média global¹⁶, como mostra o quadro 3.

Quadro 3 – Quadro comparativo das pesquisas de intenção de votos em Bolsonaro entre a população evangélica

Data	20/set	28/set	02/out	04/out
Percentual	26%	34%	47%	48%

Fonte: Elaboração própria (2020).

¹⁵GODOY, Marcelo. Eleição 2018. São Paulo, *Estadão*, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3INZbcQ>. Acesso em: 23 mai. 2020.

¹⁶BALOUSSIER, Anna. Metade dos evangélicos vota em Bolsonaro, diz Datafolha. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 4 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2QPgxHM>. Acesso em: 23 maio 2020.

Interessante observar que, tão logo era publicada a pesquisa Datafolha, uma grande liderança ou entidade religiosa evangélica neopentecostal declarava apoio público a Bolsonaro, conforme é possível observar na listagem abaixo:

- a) 20 de setembro– A Confederação de Pastores do Brasil (CPB) decide apoiar Bolsonaro, por ser o único candidato que se posicionou pela bandeira da vida e da família¹⁷;
- b) 29 de setembro– Edir Macedo declara publicamente apoio a ele em seu perfil oficial no Facebook. O PRB, partido da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), da qual Macedo é líder, era coligado a Geraldo Alckmin, mas, internamente, já ensaiava apoio a Bolsonaro no segundo turno¹⁸;
- c) 4 de outubro– A Frente Parlamentar Evangélica, composta por 203 congressistas, entre deputados e senadores, e que tinha como presidente o deputado Hidekazy Takayama (PSC), pastor da Assembléia de Deus, emite nota de apoio à candidatura de Bolsonaro¹⁹;
- d) 6 de outubro – Um dia antes da votação em primeiro turno, foi a vez de R.R. Soares, líder da Igreja da Graça, manifestar-se publicamente em apoio a Bolsonaro²⁰;
- e) 8 de outubro– Nos primeiros dias da campanha do segundo turno, foi Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus, com mais de 300 mil fiéis, que declarou seu apoio²¹.

¹⁷ POSICIONAMENTO Concepab em apoio a Jair Bolsonaro. Brasília, DF: CONCEPA, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/350lhTg>. Acesso em: 23 maio 2020.

¹⁸ EDIR Macedo declara apoio a Bolsonaro. *Exame*, São Paulo, 30 set. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3hUkFIO>. Acesso em: 23 maio 2020.

¹⁹ “A Frente Parlamentar Evangélica (FPE), através de seu presidente, Deputado Takayama, vem por meio desta carta declarar, oficialmente, apoio a candidatura de Jair Messias Bolsonaro (PSL) à presidência da República. A Frente reúne 199 deputados e 4 senadores e entende que Jair é o candidato mais adequado para lutar em prol das pautas defendidas por seus membros. Mais que uma questão natural, é uma questão espiritual. Está acima de qualquer doutrina partidária. É a defesa dos valores da família Cristã. Entendemos que a defesa dos valores cristãos, da vida e da família estão acima de tudo! Proteger nossas crianças de um futuro desastroso é nosso dever como legisladores e homens de bem. Portanto, certos de nosso compromisso com os quase 86,8% de cristãos de todo o território nacional, declaramos nosso amplo apoio aos candidatos da Frente em todo o Brasil, bem como o nosso apoio a Jair Messias Bolsonaro. Nosso intuito é evitar que candidatos filiados a extrema esquerda assumam, mais uma vez, a direção do país causando ainda mais crises do que as que atravessamos nos últimos anos. Deputado Takayama - Presidente da FPE” (ROVERAN, Ricardo. Bancada Evangélica anuncia apoio a Jair Bolsonaro. *Terça Livre*, 4 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3lLFzGe>. Acesso em: 23 maio 2020).

²⁰ R.R SOARES, líder da Igreja da Graça se posiciona em apoio à Jair Bolsonaro. 6 out. 2018. 1 vídeo (1 min 16 s). Publicado no canal Veja Aqui Agora. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SrkuafVCm5o>. Acesso em: 23 maio 2020.

²¹ É OFICIAL Igreja mundial apoia Bolsonaro 17. 9 out. 2018. 1 vídeo (7 min 19 s). Publicado no canal Deus acima de todos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PVFL4lyUj0c>. Acesso em: 23 maio 2020.

O primeiro turno da eleição foi finalizado com 36% dos votos válidos para Jair Bolsonaro e 22% para Fernando Haddad, levando a definição do vencedor para o segundo turno, que seria realizado em 28 de outubro. Haddad aproximou-se da Igreja Católica e recebeu apoio público da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) no dia 11 de outubro, depois de firmar compromisso com pontos exigidos pela instituição católica²². Também recebeu apoio de líderes de Igrejas evangélicas tradicionais, como a Metodista e a Presbiteriana²³.

As pesquisas divulgadas pelo Datafolha no segundo turno indicam a preferência dos eleitores evangélicos por Bolsonaro estabilizada na casa de 70%²⁴ conforme tabela 2:

Tabela 2– Resultado da última pesquisa Datafolha de intenção de votos para o segundo turno das eleições presidenciais entre as religiões

Distribuição do eleitorado por tipo de religião e percentagem de intenção de voto, de acordo os dados da pesquisa Datafolha (25/10/2018), aplicado ao total de votos válidos no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras

Religião	Peso da religião amostra	Número de votos válidos por religião	Intenção voto de Bolsonaro	Intenção voto de Haddad	Estimativa de votos válidos Bolsonaro	Estimativa de votos válidos Haddad
Total	100,00	104.838.753	0,56	0,44	58.709.702	46.129.051
Católica	0,56	58.709.702	0,51	0,49	29.941.948	28.767.754
Evangélica	0,30	31.451.626	0,69	0,31	21.701.622	9.750.004
Afro-brasileiras	0,01	1.048.388	0,3	0,7	314.516	733.871
Espiritas	0,03	3.145.163	0,55	0,45	1.729.839	1.415.323
Outra religião	0,01	1.048.388	0,68	0,32	712.904	335.484
Sem religião	0,07	7.338.713	0,45	0,55	3.302.421	4.036.292
Ateu/agnóstico	0,01	1.048.388	0,36	0,64	377.420	670.968

Fonte: Pesquisa Datafolha divulgada 25 de outubro de 2018

Fonte: Alves (2018).²⁵

Após a abertura das urnas, a preferência por Jair Bolsonaro se confirmou, totalizando 55,6% dos votos válidos, em um número absoluto de 57.797.847 votos, o

²²SAMPAIO, Cristiane. CNBB recebe Haddad e se posiciona em defesa da democracia. *Brasil de Fato*, 11 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3bogXOR>. Acesso em: 25 maio 2020.

²³HADDAD recebe apoio de lideranças evangélicas. 11 out. 2018. 1 vídeo (1 min 14 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ptHJah8d7eA>. Acesso em: 25 maio 2020.

²⁴DATAFOLHA de 25 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e orientação sexual. *G1*, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/26/datafolha-de-25-de-outubro-para-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-regiao-religiao-e-orientacao-sexual.html>. Acesso em: 20 mar. 2020.

²⁵ALVES, José Eustáquio Diniz. O voto evangélico garantiu a eleição de Jair Bolsonaro. São Leopoldo, *Instituto Humanitas Unisinos*, 1 nov. 2018. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/584304-o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro>. Acesso em: 25 maio 2020.

que o elegeu como o trigésimo oitavo presidente do Brasil. Haddad recebeu 44,87% dos votos, ou 47.040.906, uma diferença de 10.756.941 votos. A título de comparação, a estimativa da última pesquisa antes da eleição indicava uma diferença entre a população evangélica de 11.951.618 votos a mais para Bolsonaro, número muito próximo da diferença global ocorrida na eleição, o que leva à conclusão de que os evangélicos tiveram um peso decisivo para o resultado das eleições presidenciais em 2018.

3.2 O presidente Jair Bolsonaro

Neste item, serão abordados os aspectos que identificam Jair Bolsonaro na sua vida pessoal, carreira militar, trajetória política e polêmicas em que se envolveu no Congresso e declarações na mídia. São apresentados aspectos de sua vida pregressa que foram importantes para conformar sua conduta atual. Além disso, evidenciam-se as principais características pessoais, a construção da imagem do candidato e a forma como seu deu a aproximação entre ele e religiosos conservadores.

A vida de Jair Bolsonaro e sua forma de governar têm gerado interesse de jornalistas, historiadores e escritores. A busca no site da Amazon²⁶ resultou em pelo menos trinta livros com títulos relacionados a Bolsonaro ou bolsonarismo. Entre eles, Saint-Clair (2018) e Carvalho e Trinco (2019) fazem o resgate da trajetória do atual presidente do ponto de vista jornalístico. Já Flávio Bolsonaro (2016), como membro da família, relata a história de vida de Jair pela visão de seus apoiadores. Os registros históricos das três obras orientam a construção deste item.

Jair Messias Bolsonaro nasceu em Glicério, SP, em 1955. Com 11 anos, chegou com a família ao município de Eldorado Paulista, no Vale do Ribeira, interior de São Paulo. À época, a economia da cidade girava em torno da Fazenda Caraitá, pertencente a Jaime Paiva, que também foi prefeito de Eldorado por duas ocasiões. Jaime é pai do deputado Rubens Paiva, que, em 1962, havia sido eleito deputado federal pelo PTB e, após o golpe de 64, tornou-se um dos maiores opositores do regime; sequestrado e morto sob tortura em 1971, integra a lista de desaparecidos políticos. A primeira fase da vida de Jair Bolsonaro é marcada pelo episódio da passagem de Carlos Lamarca pela cidade.

O primeiro contato de Jair Bolsonaro com o militarismo aconteceu a partir do episódio da fuga de Carlos Lamarca, em 1970. O ex-capitão do Exército desertou para

²⁶AMAZON. Disponível em: <https://amzn.to/32VMxQf>. Acesso em: 12 jun. 2020. (Busca pela palavra-chave: "Bolsonaro").

liderar um grupo paramilitar opositor ao regime da ditadura, chamado Vanguarda Popular Revolucionária (VPR), e instalou um posto de treinamento na região próxima a Eldorado Paulista.

Ao saber do local em que se encontrava Lamarca, o Exército mobilizou um grande contingente à cidade de Eldorado para as buscas. O confronto entre militares e revolucionários ocorreu na praça da cidade e foi presenciado por Bolsonaro e seus colegas de escola. Nas três semanas seguintes, as tropas militares permaneceram em Eldorado à caça do grupo de Lamarca e, nesse período, começaram a criar vínculos com os moradores. Um desses soldados teria dado um panfleto de divulgação do alistamento a Bolsonaro, que, depois da passagem de Lamarca e da convivência com os militares, passou a sonhar com o ingresso no Exército. O episódio foi decisivo para a definição da carreira de Jair. Três anos depois, já fazia parte da Academia Militar das Agulhas Negras, em Resende, Rio de Janeiro.

3.2.1 A carreira militar

Jair Bolsonaro entrou no Exército em 1973 e ingressou na Academia Militar das Agulhas Negras (AMAM) em 1974. Nos anos de 1974 a 1977, período em que Bolsonaro esteve na AMAM, muitos dos instrutores do curso eram ex-combatentes da Guerrilha do Araguaia, realizada contra guerrilheiros do Partido Comunista do Brasil (PCdoB) (CARVALHO; TREICH, 2019).

Mesmo acumulando elogios e medalhas por sucessivas conquistas dentro de competições internas, a história de Bolsonaro é marcada por rusgas e episódios de insubordinação. Em 1977, chamou um coronel de mentiroso e, em 1983, foi repreendido por praticar garimpo.

Em 1986, quando tinha 31 anos de idade e 13 de Exército, Bolsonaro publicou um artigo na seção *Ponto de Vista*, na revista *Veja*, naquela época líder de mercado e referência em assuntos políticos, reclamando dos baixos salários dos soldados. No texto, ele falava de uma “situação crítica” dos militares com relação aos salários, que segundo o então capitão, estavam defasados por conta da inflação e da falta de reajustes.

Imagem 4 – Artigo de Bolsonaro na revista Veja – 3 set. 1986

Ponto de Vista

O salário está baixo

Capitão Jair Messias Bolsonaro

Há poucos dias a imprensa divulgou o desligamento de dezenas de cadetes da Academia Militar das Agulhas Negras por homossexualismo, consumo de drogas e uma suposta falta de vocação para a carreira. Em nome da verdade, é preciso esclarecer que, embora tenham ocorrido efetivamente casos residuais envolvendo a prática do homossexualismo, consumo de drogas e mesmo indisciplina, o motivo de fundo é outro. Mais de 90% das evasões se deram devido à crise financeira que assola a massa dos oficiais e sargentos do Exército brasileiro. Uma crise e uma falta de perspectiva profissional cujos reflexos de desestímulo já atingem a Academia das Agulhas Negras, celeiro histórico da oficialidade da força terrestre — que hoje se encontra ameaçada.

É de conhecimento de todos que o funcionalismo público vem sofrendo muito nos últimos anos. Já no subterfúgio da concessão da semestralidade, a inflação anual referente a 1983 foi dividida: uma parte do reajuste foi concedida em 1.º de janeiro de 1984 e a outra em 1.º de julho do mesmo ano. Esta última data serviu de base da nova referência para os reajustes seguintes. Com isso, a inflação do primeiro semestre de 1984 foi simplesmente considerada absorvida — ou zerada — para os funcionários públicos. Agora, na Nova República, novamente sofremos uma grande perda salarial: a maioria dos trabalhadores, através de lutas sindicais que nos são expressamente proibidas, gozava de adiantamentos, trimestralidade, bônus e outros ganhos que foram incorporados aos salários. Como não tínhamos esse privilégio, perdemos novamente o equivalente a três meses de inflação na época em que ela corria consideravelmente o poder aquisitivo da população. Curiosamente, a reposição que nos foi negada beneficiou a quase totalidade dos funcionários das empresas estatais.

Como capitão do Exército brasileiro, da ativa, sou obrigado pela minha consciência a confessar que a tropa vive uma situação crítica no que se refere a vencimentos. Uma rápida passada de olhos na tabela de salários do contingente que inclui de terceiros-sargentos a capitães demonstra, por exemplo, que um capitão com oito a nove anos de permanência no posto recebe — incluindo soldo, quinquênio, habitação militar, indenização de tropa, representação e moralidade, descontados o fundo de saúde e a pensão militar — exatos 10 433 cruzados por mês. Um terceiro-sargento, com o mesmo tempo de permanência e os mesmos adicionais, não passa dos 4 124 cruzados. Estes números, aliás, pertencem a um universo salarial cuja mobilidade — ou perspectiva de ascensão profissional e hierárquica — pode ser medida com dois exemplos: um sargento, para atingir a faixa salarial de um aspirante a oficial, deve ter no mínimo 24 anos de serviço. E um aspirante a oficial, para chegar a major, deve necessariamente ter, no mínimo, quinze anos de quartel, contados a partir da data de sua declaração a aspirante.



Descontentes e sem perspectivas, os cadetes estão abandonando a Academia das Agulhas Negras

Esse quadro é a causa sem rotineiros da evasão, até agora, de mais de oitenta cadetes da AMAN. Eles solicitaram desligamento. Não foram expulsos, como sugere o noticiário. Afinal, um homem que dedica os melhores anos de sua vida à carreira militar, enfrentando, nos corpos da tropa, um ritmo de trabalho não inferior a 48 horas semanais, com serviços aos sábados, domingos e feriados, instruções noturnas, marchas, acampamentos e outras atividades típicas da vida dos quartéis, não pode simplesmente pensar em patriotismo — como querem muitos — quando não pode sequer sonhar em constituir condignamente uma família.

Nas constantes transferências a que somos submetidos, para os mais distantes pontos do Brasil, sempre estamos sujeitos a aluguel residencial. Com exceção de Brasília, raras são as unidades que oferecem residência a oficiais e sargentos. Como o aluguel, no mercado, quase nunca é inferior a 5 000 cruzados, um capitão casado se vê diante da sombra de um catastrófico quando planeja seu orçamento familiar. Com cerca de 60% do salário comprometido apenas com a moradia, restam-nos 4 500 cruzados para educação dos filhos, alimentação, transporte, lazer, vestuário, fardamento etc. Isso é deprimente para um oficial que tem curso superior e, quase sempre, vários cursos militares.

Não pleiteio aumento salarial. Reclamo — como fariam, se pudessem, meus colegas — um vencimento digno da confiança que meus superiores depositam em mim. Muitos reclamam da não tributação do imposto de renda sobre os vencimentos brutos dos oficiais e sargentos. Ora, se isso ocorresse, departaríamos com a inconcebível circunstância de um aspirante a oficial do Exército — homem de elite e cheio de sonhos de carreira — ter que sobreviver com menos de 5 000 cruzados mensais. Um salário inferior ao de muitos técnicos e funcionários sem qualificação de muitas estatais, como o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal e a Petrópolis.

Torno público este depoimento para que o povo brasileiro saiba a verdade sobre o que está ocorrendo na massa de profissionais preparados para defendê-lo. Corro o risco de ver minha carreira de devoto militar seriamente ameaçada, mas a imposição da crise e da falta de perspectiva que enfrentamos é maior. Sou um cidadão brasileiro cumpridor dos meus deveres, patriota e portador de uma excelente folha de serviços. Apesar disso, não consigo sonhar com as necessidades mínimas que uma pessoa do meu nível cultural e social poderia almejar. Amo o Brasil e não sofro de nenhum desvio vocacional. Brasil acima de tudo.

Jair Messias Bolsonaro é capitão de artilharia do 8.º Grupo de Artilharia de Campanha, pára-quedista, 31 anos, casado e pai de três filhos.

154 VEJA, 3 DE SETEMBRO, 1986

Fonte: Revista Veja (2017).²⁷

No último parágrafo, o autor cita que corria risco de sofrer punições pelo ato, demonstrando que a atitude não foi impensada e podendo sugerir que já tinha planos de ingressar na política. O artigo mal recebido entre os militares da alta patente, que o puniram com 15 dias de prisão por infração a seis artigos do regulamento disciplinar da corporação. Além das infrações, os militares identificaram um reflexo indireto do artigo de Bolsonaro: em uma investida para infiltração no Exército, o Partido Comunista do Brasil alertou seus integrantes para explorar o descontentamento salarial externado, apoiando o militar que se pronunciasse (SAINT-CLAIR, 2018).

Um ano depois, 1987, em reportagem da jornalista Cassia Maria, a revista *Veja* publicaria a notícia de que Bolsonaro e colegas planejavam detonar bombas em alguns quartéis caso não houvesse um aumento superior a 60% em seus salários. Com a iminência da expulsão, Bolsonaro pediu licença de três meses do quartel e registrou sua candidatura como vereador, em 26 de julho de 1988, pelo Partido Democrata Cristão (PDC) (SAINT-CLAIR, 2018).

²⁷O ARTIGO em VEJA e a prisão de Bolsonaro nos anos 1980. *Revista Veja*, São Paulo, 30 jul. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3bqBPoA>. Acesso em: 30 jul. 2020.

3.2.2 Trajetória política

Jair Bolsonaro tornou-se capitão da reserva ao mesmo tempo em que ingressava na vida pública. A exposição conquistada com o artigo e com a reportagem de *Veja* rendeu-lhe certo reconhecimento público, e ele foi eleito vereador com uma votação expressiva, 17.674 votos. Não chegou a cumprir todo o mandato, já que, no pleito de 1990, seria eleito deputado federal, tendo como bandeira a defesa dos interesses de militares e seus familiares.

Foi deputado federal pelo Rio de Janeiro durante seis mandatos completos e um incompleto, de 1990 a 2018, quando renunciou ao cargo para concorrer à Presidência da República. Ao longo desse período, mudou de partido diversas vezes e, gradualmente, de bandeiras de campanha. Do PDC até chegar ao Partido Social Liberal (PSL), ele passou por outros seis partidos: PPR, PPB, PTB, PFL, PP e PSC. Em 2016, com planos de lançar-se candidato à presidência, filiou-se ao PSL, partido que se configura como liberal na economia, mas conservador nos costumes, sendo definido como um partido da extrema-direita.

Se, em sua primeira eleição, as bandeiras de campanha estavam ligadas aos interesses dos militares, a cada pleito a relação era ampliada para temas como segurança e conservadorismo. Ainda assim, as votações do deputado mantiveram-se relativamente estáveis nas primeiras cinco eleições. Na eleição de 2014, contudo, o número de votos deu um salto, tornando-o o deputado mais votado do Rio de Janeiro, como mostra o quadro 4.

Quadro 4 – Votações de Jair Bolsonaro como deputado federal ano a ano²⁸

Ano	Nº de votos
1990	67.000
1994	135.000
1998	102.893
2002	88.945
2006	99.700
2010	120.646
2014	464.000

Fonte: Elaboração própria (2020).

²⁸BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral (TSE). [Site oficial]. Brasília, 2019. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/>. Acesso em: maio2020.

Embora tenha conseguido aprovar apenas dois projetos de lei (PLs) em 27 anos de atuação no Congresso – um estende o benefício de isenção do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI) para produtos de informática e outro autoriza o uso da fosfoetanolamina sintética, a chamada “pílula do câncer” –, Bolsonaro apresentou em torno de 170 propostas. Além das propostas, o voto de Bolsonaro em projetos decisivos também diz muito sobre sua carreira política. Ele foi o único deputado que votou contra a criação do Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza, proposto pelo Governo Federal e financiado pela Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF), no ano de 2000. Votou a favor da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) do teto de gastos, de 2016, que congelou os gastos do governo por 20 anos, e a favor da retirada de direitos dos trabalhadores na Reforma Trabalhista proposta pelo Governo Temer em 2018 (BRASIL, 2019).

Embora tenha feito parte, como titular e suplente, de diversas comissões permanentes e temporárias, Bolsonaro não chegou a presidir nenhuma comissão ao longo de seus 27 anos de mandato. Sua participação na Comissão de Direitos Humanos enfrentou a reação negativa de vários setores da sociedade.

3.2.3 Polêmicas

O que mais fez Bolsonaro se destacar durante seu tempo na Câmara foi o posicionamento polêmico e o envolvimento em diversos conflitos. Suas posições geraram revolta entre colegas de Legislativo e, em inúmeras situações, o então deputado Jair Bolsonaro foi alvo de processos no Comitê de Ética da Câmara e de pedidos de cassação. No quadro 5, são apresentados alguns desses episódios²⁹:

Quadro 5 – Episódios polêmicos de Jair Bolsonaro no Congresso

Ano	Acontecimento	Consequência
1994	Defende publicamente o regime de exceção e o fechamento temporário da Câmara e do Senado, pelo fato de, segundo ele, as instâncias atrapalharem o exercício do poder.	Processo no Comitê de Ética. Arquivado.
1999	Declara que “a situação do país seria melhor se a ditadura tivesse matado mais gente”, incluindo o presidente na época, Fernando	Não houve.

²⁹DA ACADEMIA Militar ao Planalto: ano a ano, conheça a trajetória de Jair Bolsonaro. UOL, São Paulo, 1 jan. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2GuGHxX>. Acesso em: 17 maio 2020.

	Henrique Cardoso.	
1999	Em almoço com militares, defende o fuzilamento de Fernando Henrique Cardoso.	Pedido de suspensão. Afastado por um mês.
2003	Em uma discussão com a deputada Maria do Rosário (PT-RS), o deputado diz que não a estupraria, pois ela não merecia, empurrou-a e a chamou de "vagabunda".	Processo por danos morais. Condenado a pagar multa indenizatória de R\$ 10 mil.
2003	Ofensas a Luiz Inácio Lula da Silva e a Dilma Rousseff	Processo no Comitê de Ética. Arquivado.
2009	Em reação à busca dos mortos na Guerrilha do Araguaia, fixa um cartaz na porta de seu gabinete: "Desaparecidos do Araguaia. Quem procura [osso] é [cachorro]".	Processo no comitê de Ética. Arquivado.
2010	Protesta contra o parecer favorável da Comissão de Direitos Humanos sobre o projeto Escola sem Homofobia. Segundo ele, o material era, na verdade, de estímulo à homossexualidade e seria distribuído a alunos de 7 a 10 anos.	Não houve.
2012	Durante a campanha para eleições municipais, dedica o Grande Expediente para protestar contra a candidatura de Haddad à prefeitura de São Paulo tendo em vista seu posicionamento favorável à causa homossexual. "Onde começou o Kit Gay? Começou no Diário Oficial da União de 12 de abril de 2010 – Haddad, pare de mentir! Fernando Haddad, pare de mentir –, em despacho de V.Exa., à época Ministro da Educação e Cultura. Está aqui no Diário Oficial da União" ³⁰ .	Não houve.
2016	Ao declarar seu voto favorável à cassação do mandato de Dilma Rousseff, ele homenageia o coronel Brilhante Ustra, o maior torturador da	A OAB-RJ entrou com pedido de cassação do mandato do deputado no STF por

³⁰BOLSONARO, Jair. Inconveniência de eleição do Sr. Fernando Haddad para o cargo de Prefeito Municipal de São Paulo, tendo em vista o seu posicionamento favorável à causa homossexual. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/2DvuiIS>. Acesso em: 10 jun. 2020.

	ditadura militar: “Contra o comunismo, pela nossa liberdade, contra a Folha de S.Paulo, pela memória do Cel. Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff!”.	apologia à tortura e ele foi alvo de processo do Conselho de Ética. Ambos os processos foram arquivados.
2017	Durante um evento no Clube Hebraica, no Cosme Velho, Zona Sul do Rio de Janeiro, disse que “quilombolas não servem para nada, nem para procriar” e que, ao visitar uma comunidade do grupo, percebeu que o “mais leve pesava sete arrobas”.	Condenado pela Justiça do Rio de Janeiro a pagar multa indenizatória de R\$ 50 mil.

Fonte: Elaboração própria (2020).

Ao todo, entre processos no Conselho de Ética, pedidos de suspensão, cassação e representações contra, foram mais de 30 processos arquivados pela Câmara ao longo da carreira como parlamentar. Somam-se a isso dois processos civis em que foi condenado a pagar multa indenizatória, nos casos da deputada Maria do Rosário e dos quilombolas.

A mídia foi palco para declarações de Bolsonaro ao longo de toda a sua carreira e o projetou para a popularidade. Durante a trajetória militar, a já mencionada publicação em *Veja* o levou ao cargo de vereador da cidade do Rio de Janeiro, como representante das baixas patentes do Exército.

Como deputado, procurou fazer parte dos noticiários e de programas de entretenimento com opiniões controversas e que reforçavam sua imagem junto à camada conservadora da sociedade. A seguir, apresenta-se o quadro 6, com alguns dos episódios mais polêmicos veiculados pela mídia durante seu mandato como deputado.

Quadro 6 – Declarações polêmicas na mídia

Ano	Veículo	Declaração de Bolsonaro
1993	<i>The New York Times</i>	Declarou ser a favor da ditadura e afirmou que não acreditava ser possível resolver os problemas nacionais com o que chamou de “democracia irresponsável”, vigente na época ³¹ .

³¹BROOKE, Jameas. Conversations/JairBolsonaro; A Soldier Turned Politician Wants To Give Brazil Back to Army Rule. *The New York Times*, New York, 1993. Disponível em: <https://nyti.ms/354EbZu>. Acesso em: 10 jun. 2020.

2000	<i>Isto É Gente</i>	Defendeu publicamente a pena de morte para traficantes, disse que não admitiria um casal gay se beijando na porta de seu apartamento e falou sobre sua primeira mulher: “Tive vontade de fuzilá-la várias vezes” ³² .
2010	Programa <i>Participação Popular</i> , da TV Câmara	Declarou-se contrário à “Lei da Palmada”, projeto de lei que proíbe punição corporal às crianças, justificando que a palmada serviria, entre outras coisas, para corrigir o comportamento homossexual: “Se o filho começa a ficar assim, meio gayzinho, [ele] leva um couro e muda o comportamento dele”, afirmou ³³ .
2011	Programa CQC, da TV Bandeirantes	Quando a cantora Preta Gil perguntou: “O que você faria se seu filho se apaixonasse por uma negra?”, ele respondeu: “Preta, não vou discutir promiscuidade”. Acusado de racismo, disse, posteriormente, que entendeu a pergunta errado. Na participação, ele também disse que sentia saudades de Medici e Geisel, que na época da ditadura havia mais “respeito” e “ordem” ³⁴ .
2011	Revista <i>Época</i>	Respondeu a perguntas de leitores. O título trazia uma de suas declarações durante a entrevista: “Sou preconceituoso com muito orgulho” ³⁵ .
2011	Programa <i>Superpop</i> , da Rede TV	Discutiu com Felipeh Campos sobre a questão da homossexualidade, defendendo sua posição de homofóbico ³⁶ .
2013	<i>A Liga</i> , da TV Bandeirantes	Criticou o uso de recursos públicos para a Parada Gay ³⁷ .

³² MARIANO, Marcelo. “Tive vontade de fuzilá-la várias vezes”, disse Bolsonaro sobre 1ª mulher em 2000. *Jornal Opção*, Goiás, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Z3NdIC>. Acesso em: 10 jun. 2020.

³³ PARTICIPAÇÃO Popular discute Lei da Palmada. Câmara dos Deputados, Brasília, DF, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/32VPekP>. Acesso em: 10 jun. 2020.

³⁴ RESPOSTA de Jair Bolsonaro para Preta Gil no CQC (Sem cortes). 6 abr. 2011. 1 vídeo (5 min 54 s). Publicado no canal Portal de Paulina, 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lkZv3iyZdkA>. Acesso em: 10 jun. 2020.

³⁵ JAIR Bolsonaro: “Sou preconceituoso com muito orgulho”. São Paulo, *Época*, 2 jul. 2011. Disponível em: <https://glo.bo/2Z1Reagl>. Acesso em: 10 jun. 2020.

³⁶ GAY homofóbico, Bolsonaro xavecado por homens e o lixo atômico do Super Pop. 23 dez. 2019. 1 vídeo (6 min 37 s). Publicado no Canal do Fishuk. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=iSHSgk_BGR4. Acesso em: 12 maio 2020.

³⁷ BOLSONARO diz que é contra Parada Gay e vira alvo de tuiteiros. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 jun. 2012. PAINEL do Leitor. Disponível em: <https://bit.ly/32XgWh4>. Acesso em: 11 jun. 2020.

2013	Documentário de Stephen Fry sobre o avanço da homofobia no mundo.	“Nossa cultura aqui é no Brasil é diferente, nós não estamos preparados para ter um filho gay, nenhum pai tem orgulho ou fica feliz com um filho gay”, afirmou. Homossexual assumido, Fry comenta a entrevista em seu documentário: “Foi um dos mais estranhos e sinistros encontros que já tive na vida” ³⁸ .
------	---	---

Fonte: Elaboração própria (2020).

Os episódios descritos indicam uma postura pública agressiva e antidemocrática de Bolsonaro. Desde o início da sua carreira no Exército, existem registros de preocupação dos oficiais quanto ao seu comportamento. Em 1977, o coronel Carlos Alberto Pellegrino, em registro na ficha de Bolsonaro, cita aspectos sobre o comportamento agressivo do então tenente, afirmando que ele “tinha a intenção permanente de liderar seus subalternos, o que era repellido, tanto pelo tratamento agressivo dispensado quanto pela falta de lógica, racionalidade e equilíbrio na apresentação de seus argumentos” (PELLEGRINO *apud* SAINT-CLAIR, 2019, p. 28).

Sobre o episódio em que ele havia levado soldados à Bahia para a região do garimpo em busca de ouro, o coronel também falou da ambição de Bolsonaro: “Deu mostras de imaturidade ao ser atraído por empreendimento de ouro. Necessita ser colocado em funções que exijam esforço e dedicação, a fim de reorientar sua carreira. Deu demonstrações de excessiva ambição em realizar-se financeiramente” (PELLEGRINO *apud* CARVALHO, 2019, p. 43). O depoimento de Pellegrino ainda traz a declaração de que o coronel tentou dissuadir Bolsonaro da ideia, mas notou sua grande vontade em desfrutar das comodidades de uma grande fortuna. Na ficha de Bolsonaro, há também vários relatos elogiosos sobre a dedicação em suas tarefas, sobretudo nas atividades que exigiam força física (CARVALHO, 2019).

A religião esteve presente na carreira política de Bolsonaro desde sua primeira eleição, quando se candidatou pelo Partido Democrata Cristão (PDC). Apesar de ser oficialmente católico, em 2011 declarou-se apenas cristão e disse que frequentava a Igreja Batista havia dez anos. A seguir, é apresentada a listagem dos principais episódios de aproximação entre Bolsonaro e a Igreja evangélica neopentecostal:

- a) Março de 2013 – A relação de Bolsonaro com o segmento evangélico se torna pública a partir de seu casamento com a atual mulher, Michelle

³⁸STEPHENFry entrevista Jair Bolsonaro – Out There. 3 out. 2015. 1 vídeo (5 min). Publicado no canal Pedro Surreaux. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o3ZBeX9uC8s>. Acesso em: 10 jun. 2020.

Bolsonaro, em cerimônia presidida pelo pastor Silas Malafaia, da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. Ele passa a ir aos cultos da Igreja Batista Atitude junto com a mulher, membro da Igreja³⁹;

- b) Outubro de 2014 – Pastor Moisés Fermiano, cuja Igreja não foi identificada, publica um vídeo de Bolsonaro criticando a audiência pública sobre o projeto Diversidade na Escola, o que, segundo ele, seria a volta do “Kit Gay”⁴⁰. É o primeiro registro no YouTube de um pastor replicando conteúdo postado por Bolsonaro;
- c) Outubro de 2015– Bolsonaro é convidado para proferir palestras sobre o tema “Família”, como na oportunidade em que esteve na Igreja Imaculado Coração, na cidade de Ceilândia (DF), a convite do padre Paulo Ricardo⁴¹. O padre católico já tinha sido convidado para se pronunciar na Comissão de Direitos Humanos sobre o Estatuto do Nascituro, em 2013, quando Marco Feliciano (sem partido) era o presidente da comissão;
- d) Março de 2016– Bolsonaro deixa o Partido Progressista para filiar-se ao Partido Social Cristão (PSC)⁴², dando mais um passo em direção à união com a comunidade evangélica.
- e) Maio de 2016– Enquanto ocorre a votação no Senado pelo afastamento da presidenta Dilma, Bolsonaro é batizado no Rio Jordão, em Israel, pelo pastor Everaldo⁴³, presidente do PSC, que havia sido candidato a presidente da república nas eleições de 2014;
- f) Setembro de 2017– O deputado estadual do Rio Grande do Sul Tiago Simon realiza uma turnê da palestra *Família educa, escola ensina*, do procurador da República Guilherme Shelb, que se autointitula defensor da infância, em Igrejas do Estado. Na palestra, Shelb acusa a esquerda de promover a ideologia de gênero nas escolas e de tentar corromper as crianças para destruir a família brasileira. O conteúdo, que aparentemente tratava da

³⁹SILAS Malafaia celebra casamento do deputado Bolsonaro na Mansão Rosa. *Circuito Mato Grosso*, Cuiabá, 31 nov. 2021.. Disponível em: <http://circuitomt.com.br/editorias/variedades/27746-silas-malafaia-celebra-casamento-do-deputado-bolsonaro-na-mansao-rosa.html>. Acesso em: 10 maio 2020.

⁴⁰DEPUTADO Jair Bolsonaro | Volta do Kit Gay | Ix Seminário LGBT para a Infância. 29 out. 2014. 1 vídeo (6 min 53 s). Publicado no canal Moisés Fermiano. Disponível em: <https://bit.ly/2EW2hKN>. Acesso em: 20 maio 2020.

⁴¹PADRE Paulo Ricardo e Jair Bolsonaro Falam Pela Família. 23 out. 2015. 1 vídeo (18 min 27 s). Publicado no canal Jair Bolsonaro. Disponível em: <https://bit.ly/32O8TTO>. Acesso em: 20 maio 2020.

⁴²JAIR Bolsonaro: biografia. Brasília: Câmara dos Deputados, [2015]. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>. Acesso em: 11 jun. 2020.

⁴³JAIR Bolsonaro é batizado no Rio Jordão. 12 maio 2016. 1 vídeo (43 s). Publicado no canal Felipe Vieira. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XmDE6jGtfRU>. Acesso em: 11 jun. 2020.

educação das crianças, faz uma doutrinação à teoria do marxismo cultural, atribuindo à esquerda e ao que o próprio palestrante chamou de “ditadura do politicamente correto” o esfacelamento de valores da sociedade⁴⁴. O dado é importante, pois demonstra como os setores conservadores articularam discursos antiesquerda nas Igrejas;

- g) Dezembro de 2017 – Pesquisa Datafolha aponta Bolsonaro como o candidato com mais intenção de votos entre os evangélicos em um cenário sem Lula. Naquela data, ele teria 16% de intenção de votos no público geral, enquanto entre os evangélicos esse percentual subiria para 21%⁴⁵;
- h) Janeiro de 2018 – O então pré-candidato Bolsonaro intensifica a aproximação. O pastor Silas Malafaia, que realizou a cerimônia de casamento entre Jair e Michelle Bolsonaro, declara seu apoio e passa a publicar vídeos de opinião em seu canal do YouTube em defesa do deputado, comentando as notícias da mídia⁴⁶. Só no canal, foram 20 vídeos em defesa de Bolsonaro no ano de 2018, relativizando as declarações polêmicas, atacando a imprensa e orientando seus seguidores sobre o voto.

A partir do resgate histórico de situações que aproximaram Jair Bolsonaro dos evangélicos, é possível perceber que a imagem do presidente da República junto ao segmento foi sendo construída, ao longo dos anos, pela influência de diferentes atores religiosos.

3.3 Estrutura e burocracia do governo

Neste subcapítulo, apresentam-se os aspectos morais-religiosos contidos no funcionamento governamental. São destacados aspectos da estrutura ministerial, cargos de chefia, políticas públicas e relações com outros poderes. Além disso, é realizado levantamento dos itens de comunicação do governo que contêm conteúdo moral-religioso.

Assim que assumiu, o Governo Jair Bolsonaro implantou uma série de mudanças na organização dos ministérios. A medida ia ao encontro da proposta

⁴⁴FAMILIA educa, escola ensina. Curso online. c2018. Disponível em: <https://bit.ly/3537k7i>. Acesso em: 10 jun. 2020.

⁴⁵ATENTADO a Bolsonaro & A volta de Cristo – Paulo Junior. 10 set. 2018. 1 vídeo (69 min 51 s). Publicado no canal Defesa Do Evangelho. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6gFZ-zle5dg>. Acesso em: 12 jun. 2020.

⁴⁶SILAS Malafaia comenta: A vergonhosa reportagem sobre Bolsonaro. 8 jan. 2018. 1 vídeo (3 min 31 s). Publicado no canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://bit.ly/2QNTZrb>. Acesso em: 22 maio 2020.

eleitoral de diminuição do número de ministérios para enxugamento da máquina pública. A fusão de ministérios com temáticas afins deu origem aos chamados superministérios. Fazenda, Planejamento, Comércio Exterior e parte do Ministério do Trabalho foram fundidos no Superministério da Economia, assim como o Superministério da Justiça foi resultado da junção do Ministério da Segurança Pública, do Controle de Operações das Atividades Financeiras (COAF), da Controladoria-Geral da União (CGU) e parte do Ministério do Trabalho. Porém, em relação à pasta de Direitos Humanos, o perfil da mudança foi diferente e ocorreu, especificamente, na nomenclatura e na estrutura do ministério, que passou a se chamar Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.

O governo Jair Bolsonaro deu protagonismo à ala religiosa em seu governo. Dos 23 órgãos com status de ministério, sete são comandados por ministros evangélicos, o equivalente a 30%. No quadro 7, são apresentados os ministros religiosos no período estudado e sua relação com a Igreja, além de elementos que indicam a intenção de aplicar a doutrina no funcionamento das pastas⁴⁷:

Quadro 7 – Ministros vinculados a denominações religiosas

Ministério	Ministro	Relação com a Igreja
Mulher, Família e Direitos Humanos	Damares Alves	Foi pastora da Igreja do Evangelho Quadrangular e da Igreja Batista da Lagoinha, em Belo Horizonte, MG. Assessorou o pastor Magno Malta, foi coordenadora do projeto Proteger, do procurador da República Guilherme Shelb, e membro da Associação de Juristas Evangélicos, conhecida por defender o projeto Escola Sem Partido. ⁴⁸
Relações Exteriores	Ernesto Araújo	Católico da ala conservadora, conhecido por oposição ao que chama de "marxismo cultural". ⁴⁹
Secretaria de Governo	Luis Eduardo Ramos Baptista Pereira	Conhecido por sua atuação militar, também é religioso e foi indicado pela bancada evangélica. ⁵⁰

⁴⁷ CHAGAS, Inara; Moraes, Isabela. Ministérios do governo Bolsonaro: saiba o que mudou! *Polítizei*, 18 fev. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3ILSNma>. Acesso em: 25 maio 2020.

⁴⁸ TUDO sobre Damares Alves. São Paulo, *Estadão*, [2019]. Disponível em: <https://bit.ly/3jMyKm6>. Acesso em: 27 ago. 2020.

⁴⁹ FUTURO chanceler diz que vai libertar o Itamaraty do "marxismo cultural". São Paulo, *Exame*, 28 nov. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/31UrbmX>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁵⁰ BERMÚDEZ, Ana Carla. Quem é o general Ramos, que assume a Secretaria de Governo. *UOL*, 13 jun. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3bo4Lxy>. Acesso em: 15 jun. 2020.

Cidadania	Onix Lorenzoni	Político de carreira e membro da Igreja Luterana. ⁵¹
Turismo	Marcelo Álvaro Antonio	Deputado federal mais votado em Minas Gerais e membro da Igreja Maranatha. ⁵²
Justiça	André Luiz Mendonça	Reverendo da Igreja Presbiteriana. ⁵³
Educação	Milton Ribeiro	Pastor da Igreja Presbiteriana e ex-vice-reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie. ⁵⁴

Fonte: Elaboração própria, com dados do portal gov.br (2020).

Para ampliar a compreensão sobre como a presença da religião está sendo implantada nas estruturas de governo, faz-se necessário elencar não só ministros e pessoas do alto escalão, como também as chefias de órgãos estratégicos para as pautas do segmento evangélico. No quadro 8, apresentam-se exemplos.

Quadro 8 – Chefias de órgãos estratégicos com vínculo religioso

Setor	Nomeado	Período de gestão	Vinculação religiosa
Índios Isolados e de Recente Contato (CGIIRC) da Fundação Nacional do Índio – FUNAI	Ricardo Lopes Dias	Fevereiro/2020 – Atual	Missionário evangelizador, fez parte da Missão Novas Tribos do Brasil (MNTB), organização criada em 1950 que busca a conversão dos povos indígenas ao cristianismo. No mesmo mês de sua nomeação, áudios do filho do presidente da MNTB, Edward Gomes da Luz, comprovaram <i>lobby</i> para a indicação de alguém que trabalhasse em prol da conversão ao cristianismo

⁵¹ONYX Lorenzoni visita IELB. IELB, 5 set. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2DshXoF>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁵²SHALDERS, André. Bolsonaro: Quem é Marcelo Álvaro Antônio, ministro na mira do escândalo de 'laranjas' do PSL. *UOL*, São Paulo, 21 fev. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3bnGLdY>. Acesso em: 15 jun. 2020

⁵³SAIBA quem é André Mendonça, advogado, pastor e novo ministro da Justiça. São Paulo, *UOL*, 28 abr. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3hXZq2E>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁵⁴MENDONÇA, Ana. Saiba quem é o pastor Milton Ribeiro, novo ministro da Educação. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3jKvYxol>. Acesso em: 15 ago. 2020.

			dos índios isolados à chefia da CGIIRC ⁵⁵ .
Fundação Nacional das Artes – Funarte	Dante Mantovani	Dezembro/2019 a Março/2020 Maio/2020 a Junho/ 2020	Afirmou em suas redes sociais que o rock leva ao satanismo: “O rock ativa a droga, que ativa o sexo, que ativa a indústria do aborto. A indústria do aborto por sua vez alimenta uma coisa muito mais pesada, que é o satanismo”. Durante sua gestão, a Funarte excluiu o gênero rock do edital do Prêmio Funarte de Apoio a Bandas de Música.
Agência Nacional de Cinema – Ancine	Edilásio Barros	Fevereiro/2020- atual	No início de 2020, Bolsonaro indicou para a diretoria o pastor Edilásio Barros e Verônica Brendler, diretora do Festival Internacional de Cinema Cristão. Após sabatina do Senado, o pastor Edilásio conquistou a vaga na diretoria colegiada ⁵⁶ .
Coordenação de Programas de Pós-Graduação Strictu Sensu – Capes	Benedito Guimarães Neto	Janeiro/2020- Atual	Ex-reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, é evangélico e defendeu, em evento na universidade em 2019, um contraponto à teoria da evolução com a teoria do design inteligente, que, segundo especialistas, seria uma nova roupagem do criacionismo.

Fonte: Elaboração própria, com dados do portal gov.br (2020).

Como exemplo, a imagem 5 apresenta um trecho do áudio do presidente da Missão Tribos Brasil comentando a indicação de Ricardo Lopes Dias ao cargo e argumentando sobre a importância de evangelizar os índios isolados da Amazônia.

⁵⁵LISBOA, Silvia; MILANEZ, Felipe. Áudios comprovam que pastor assumiu área sensível da Funai para converter índios isolados. São Paulo, *The Intercept Brasil*, 13 fev. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3306HJ8>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁵⁶AGENCIA NACIONAL DE CINEMA. *Quem é quem*. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/ancine/quem-e-quem>. Acesso em: 25 maio 2020.

Imagem 5 – Vídeo do áudio do presidente da Missão Tribos Brasil a respeito da evangelização de indígenas isolados



Fonte: Rede TVT (2020).⁵⁷

Com os exemplos acima, é possível ter uma noção de como a visão de mundo religiosa está presente no aparato estatal. Esse grupo cresceu e transbordou dos poderes Legislativos para o Executivo, aproximando-se do cargo máximo da República.

Além da estruturação de áreas importantes para decisões relacionadas a comportamento e modo de agir em sociedade, como cultura e educação, em torno de chefias com perfil religioso, a relação entre o Executivo e os outros poderes do Estado traz elementos que evidenciam a crescente diluição das fronteiras entre público e o privado na gestão bolsonarista. Por isso, serão apresentados os episódios em que a religião relacionou o governo ao Legislativo e ao Judiciário.

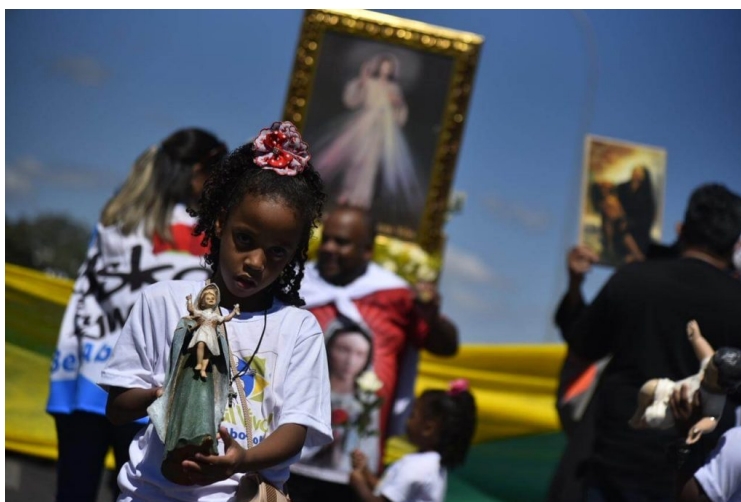
3.4 Governo Bolsonaro e a religião

A relação de Bolsonaro com o Legislativo e o Judiciário foi se tornando desestabilizada e resultou em uma grave crise institucional para o país no primeiro semestre de 2020. Em fevereiro daquele ano, ele compartilhou um vídeo de convocação para um ato contra o Supremo Tribunal e o Congresso Nacional para o

⁵⁷ÁUDIOS comprovam: pastor assumiu área da Funai para converter índios isolados. 14 fev. 2020. 1 vídeo (2 min 46 s). Publicado no canal Rede TVT. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=r8i0D4rrLcs>. Acesso em: 24 maio 2021.

dia 15 de março e compareceu ao protesto, cumprimentando manifestantes, mesmo com a reação negativa da opinião pública e as orientações, já vigentes, de isolamento social devido à pandemia de Covid-19. O mesmo ocorreu em abril, no Dia do Exército, e no dia 3 de maio de 2020, atos em que manifestantes empunhavam faixas e cartazes pedindo a intervenção militar⁵⁸. Nessa última, havia uma ala religiosa que levava imagens e cartazes de santos, em uma representação simbólica do apoio de religiosos, conforme é ilustrado na imagem 6.

Imagem 6 – Grupo religioso presente no ato antidemocrático do dia 03 mai. 2020



Fonte: Fuzeira (2020).⁵⁹

A base de apoio de Bolsonaro na Câmara é a Bancada da Bíblia. O presidente faz questão de tornar pública a sua relação com os deputados da Frente Parlamentar Evangélica, grupo composto por políticos religiosos ou que se identificam com as pautas defendidas pelo segmento. Em julho de 2019, foi notícia internacional a participação dele em um culto na Câmara dos Deputados⁶⁰. No final daquele ano, reuniu do Palácio do Planalto mais de 500 políticos e religiosos em um culto pelo Dia de Ação de Graças⁶¹.

⁵⁸BOLSONARO discursa em ato em frente a quartel com pedidos de intervenção militar. São Paulo, *CNN Brasil*, 19 abr. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3hXbJfo>. Acesso em: 25 maio 2020.

⁵⁹FUZEIRA, Victor. Deputado petista aciona GDF para impedir “ocupação” em ato antidemocrático. *Metrópolis*, 7 maio 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3IPwmwm>. Acesso em: 25 maio 2020.

⁶⁰BOLSONARO, protagonista de un ritual evangélico enelCongreso. 11 jul. 2019. 1 vídeo (13 min 11 s).Publicado no canal La Nación. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7kkUe7gZi-8> . Acesso em: 26 maio 2020.

⁶¹VARGAS, Mateus. Bolsonaro reúne lideranças evangélicas em culto no planalto. São Paulo, *Estadão*. Disponível em: <https://bit.ly/3bnwtdX>. Acesso em: 26 mai. 2020.

No início do mandato, o clima era de aclamação ao novo governo e reforço das bandeiras defendidas⁶², como o projeto Escola Sem Partido, o Estatuto do Nascituro e o Estatuto da Família (que considera como família apenas a união de um homem com uma mulher). Ao final do primeiro ano de gestão, no entanto, já se via um desgaste interno e, em meio à pandemia e ao clima bélico contra o Congresso, o presidente da FPE, Silas Câmara (PSD), declarou à imprensa que “ele não alimentaria a paz”⁶³ e enviou uma comitiva ao Planalto para orar com o presidente⁶⁴. Ainda assim, políticos evangélicos, como o vice-líder do governo na Câmara, bispo da IURD, Igreja Marco Feliciano (sem partido), permanecem na linha de frente do apoio ao presidente. Ao final de 2019, ele foi expulso do Podemos por apoiar Bolsonaro e acompanhou, junto com o também bispo Marcio Marinho (PSL), o chanceler Ernesto Araújo em viagem à África. Segundo o Itamaraty, a ida ao continente africano tratou de comércio e investimentos entre o Brasil e quatro países da África Ocidental. Especialistas afirmam, contudo, que a presença de dois bispos da IURD na excursão buscava facilitar a penetração de missionários da Igreja nessas nações.

Desde o início do mandato, o presidente Jair Bolsonaro se relaciona publicamente com as Igrejas evangélicas, sobretudo as neopentecostais. Sua presença na Marcha Para Jesus, ato organizado nacionalmente pelo segmento e que, desde 2009, faz parte do calendário oficial de eventos do país, foi amplamente noticiada por ser ele o primeiro presidente da República a prestigiar a iniciativa – e o fez em duas cidades, São Paulo e Brasília. No discurso, no evento de São Paulo, admitiu que pretendia disputar a reeleição e falou ao público que “Deus nos deu a presidência”. Também defendeu a liberação da posse e do porte de armas. Foi aclamado ao som das palavras de ordem “mito” e “messias”.

⁶² BANCADA evangélica aclama novo presidente e renova apoio a Bolsonaro. São Paulo, *Folha de S. Paulo*, 27 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2GkwOm8>. Acesso em: 26 maio 2020.

⁶³ SOUZA, Marcos de Moura e. Bolsonaro não alimenta a paz, diz líder evangélico. São Paulo, *Valor*, 6 maio 2020. Disponível em: <https://glo.bo/2Z1BB2z>. Acesso em: 26 maio 2020.

⁶⁴ FRENTE PARLAMENTAR EVANGÉLICA. *Liderança da frente parlamentar evangélica ora pelo presidente Jair Bolsonaro*. Brasília, DF, 20 maio 2020. Facebook: [fparlamentarevangelica](https://www.facebook.com/fparlamentarevangelica). Disponível em: <https://bit.ly/3ILKDub>. Acesso em: 26 maio 2020.

Imagem 7 – Bolsonaro no evento Marcha para Jesus de São Paulo



Fonte: Castro (2019).⁶⁵

Em suas aparições diante do público evangélico, Bolsonaro reforça narrativas contra seus inimigos. Em agosto de 2019, durante a comemoração dos 25 anos da Igreja Fonte da Vida, em Brasília, criticou a imprensa, a quem chamou de oposição⁶⁶. Em outro culto, na Igreja Batista Atitude, afirmou que pretendia varrer o comunismo do Brasil⁶⁷.

Em mais um ato simbólico de aliança com o segmento, no desfile oficial de 7 de setembro de 2019, ocorrido em Brasília, em comemoração à Independência do Brasil, estava ao lado do presidente no palanque o bispo Edir Macedo, liderança máxima da Igreja Universal do Reino de Deus, que é dona do grupo Record. Além dele, outros 14 pastores ocupavam o palanque. Uma semana antes do desfile, Bolsonaro visitou o Templo de Salomão, da IURD, em São Paulo, e foi recebido pelo bispo Macedo. A visita foi amplamente noticiada pela Rede Record.

Diante da perda de popularidade percebida no primeiro semestre de 2020 e da crise do coronavírus, Bolsonaro convocou a população cristã para um “jejum santo”, no dia 5 de abril, em nome do fim da pandemia, após sugestão de um grupo de pastores. Rapidamente, a campanha tomou as redes sociais com cartazes e um vídeo em que 34 pastores das principais Igrejas evangélicas neopentecostais, entre eles Edir Macedo e Silas Malafaia, convocavam seus fiéis a participar.

⁶⁵ CASTRO, Luiz Felipe. “Deus nos deu a Presidência”, diz Bolsonaro em marcha de evangélicos”. São Paulo, *Veja*, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/deus-nos-deu-a-presidencia-diz-bolsonaro-em-marcha-de-evangelicos/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁶⁶FERNANDES, Augusto. Presidente taxa imprensa de oposição ao participar de evento em Igreja. Brasília, DF, *Correio Braziliense*, 4 ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2DqVkkB>. Acesso em: 26 maio 2020.

⁶⁷BOLSONARO se emociona em igreja – “Vamos varrer o comunismo do Brasil”. Publicado no canal Rodrigo Lima. Disponível em: <https://bit.ly/3gZ67Qy>. Acesso em: 26 maio 2020.

Imagem 8 – Frame de vídeo da convocação pelo jejum nacional em nome do fim da pandemia⁶⁸



Fonte: Canal Igreja Batista Getsêmani (2020).⁶⁹

Dois personagens religiosos protagonizam a mediação entre Bolsonaro e as Igrejas. A intensificação da aproximação do presidente com o segmento depois da posse aconteceu logo no início do mandato, em março de 2019, quando o pastor e deputado Marco Feliciano tuitou que o presidente estava governando sozinho e que, daquela forma, era um “gigante com pés de barro”⁷⁰. A ligação dos dois havia se iniciado em 2013, quando ambos fizeram parte da Comissão de Direitos Humanos, e estava abalada diante da tentativa do presidente de não ceder a todos os pedidos da bancada evangélica, como a indicação do senador Magno Malta para algum ministério. A partir do tuíte, Feliciano se tornou o vice-líder do governo, e sua assessoria passou a articular a presença de Bolsonaro em cultos e eventos religiosos. Levantamento mostrou que, nos três primeiros meses do mandato, o presidente concedeu 12 audiências no seu gabinete a deputados, senadores e líderes religiosos do setor. Somente em abril, Bolsonaro participou de 15 agendas com evangélicos, chegando a 18 compromissos em maio e a 17 em agosto de 2019⁷¹. Já o desconforto com a questão de Magno Malta foi amenizado com a indicação de Damare Alves para o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.

⁶⁸CLAMOR e jejum pelo Brasil - 05 abril - convocação do presidente Jair Messias Bolsonaro. 4 abr. 2020. 1 vídeo (4 min 33 s). Publicado no canal Igreja Batista Getsêmani. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MV7vR1ZX19Q>. Acesso em: 26 maio 2020.

⁶⁹CLAMOR e jejum pelo Brasil - 05 abril - convocação do presidente Jair Messias Bolsonaro. 4 abr. 2020. 1 vídeo (4 min 33 s). Publicado no canal Igreja Batista Getsêmani. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MV7vR1ZX19Q>. Acesso em: 26 maio 2020.

⁷⁰TRINDADE, Naira; FORMENTI, Ligia Formenti. Evangélicos expõem críticas ao governo Bolsonaro. São Paulo, *Estadão*, 9 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/352lswg>. Acesso em: 1 jun. 2020.

⁷¹FRAZÃO, Felipe; MORAES, Rafael; FORMENTI Ligia. Evangélicos influenciam atos da gestão Bolsonaro. São Paulo, *Estadão*, 19 set 2019. Disponível em: <https://bit.ly/32N4Tmk>. Acesso em: 1 jun. 2020.41

Outro pastor central na relação entre evangélicos e o governo é Silas Malafaia, que atua como uma espécie de porta-voz de Bolsonaro para seu público. Ao todo, foram catalogados no YouTube oficial do pastor, na seção *Fala Malafaia*⁷², 66 vídeos com a menção ao nome Bolsonaro – 20 em 2018, 16 em 2019 e 30 vídeos até maio de 2020. Além de defender Bolsonaro, em 2020 Malafaia também intensificou o ataque aos inimigos do presidente. Desde o início da pandemia de coronavírus, ele publicou 41 vídeos criticando adversários do governo – 21 contra a imprensa, incluindo uma sequência intitulada *30 segundos para você não ser manipulado pela imprensa*, nove contra o STF, seis contra o ex-juiz e ex-ministro Sérgio Moro, quatro falando do governador João Doria e um vídeo em que diz provar que há um golpe sendo arquitetado contra o presidente da República.

Imagem 9– Vídeo do pastor Silas Malafaia sobre opositores do governo Bolsonaro



PR. SILAS MALAFAIA: RODRIGO MAIA, DORIA, IMPRENSA, STF E OAB QUEREM FERRAR BOLSONARO.

Fonte: Canal Silas Malafaia Oficial (2018).⁷³

A presença constante de Bolsonaro em eventos religiosos e os pastores que orbitam em torno orientam a análise sobre a construção da imagem junto ao segmento evangélico, com apresentação de características como homem de Deus, seguidor dos preceitos bíblicos e, principalmente, de valores morais identificados por esse grupo como prioritários para a condução da política.

⁷²SEÇÃO #falaMalafaia. 6 out. 2018. 1 vídeo (1 min 16 s). Publicado no canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://bit.ly/2EZIB91>. Acesso em: dez. 2019.

⁷³SEÇÃO #falaMalafaia. Publicado no canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://bit.ly/2EZIB91>. Acesso em: dez. 2019.

3.5 A comunicação do governo Bolsonaro

O sistema de comunicação do governo federal é composto pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM). A secretaria gerencia o *Portal Brasil*, que unifica os sites dos ministérios, as redes sociais do governo e os aplicativos para acesso do cidadão a serviços úteis. Também faz parte do sistema de comunicação do governo a Empresa brasileira de Comunicação (EBC), que contempla a TV Brasil e as rádios públicas, e os setores de comunicação de cada um dos 22 ministérios, que têm autonomia para produzir campanhas publicitárias e, em alguns casos, possuem assessoria de imprensa própria.

A SECOM também é responsável, entre outras coisas, pela agenda de autoridades, visitas institucionais e assessoria de imprensa. A relação entre o presidente e a imprensa é fundamental para o entendimento a respeito do quanto a moral religiosa e a dimensão privada afetam a governabilidade. Por isso, neste item, será feita a descrição dos itens a serem analisados referentes à relação entre Bolsonaro e a imprensa.

No Portal Planalto, consta o registro de 78 entrevistas coletivas concedidas pelo presidente⁷⁴. O número se refere tanto a entrevistas previamente organizadas no Palácio do Planalto com imprensa credenciada quanto abordagens espontâneas dos jornalistas em visitas oficiais e eventos. Os momentos de perguntas e respostas diários, na saída do Planalto, que são comumente divulgados pela imprensa, não constam nos registros oficiais⁷⁵.

Para além da cobertura a respeito da participação religiosa no governo, Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) registra levantamento sobre a relação em geral. Em pesquisa realizada entre 1º de janeiro e 30 de novembro de 2019, foram contabilizados 111 ataques de Bolsonaro à imprensa, média de um a cada três dias de governo. Só nos primeiros quatro meses do ano, o número total foi de 179 ataques, sendo 28 ocorrências de agressões diretas a jornalistas, duas à FENAJ e 149 tentativas de descredibilização da imprensa⁷⁶.

⁷⁴BRASIL. *Últimasnotícias*. Brasília, DF, 13 maio 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bnQ5yu>. Acesso em: 20 jul. 2020.

⁷⁵BRASIL. *Acompanhe o planalto – entrevistas*. Brasília, DF, 2020. Disponível em <https://bit.ly/3bnQ5yu>. Acesso em: 20 jul. 2020.

⁷⁶PRESIDENTE é o maior responsável por ataques à liberdade de imprensa no país. Federação Nacional dos Jornalistas, Brasília, DF, 3 maio 2020. Disponível

Por outro lado, considerando as quatro emissoras de maior audiência no Brasil, Globo, Record TV, SBT e Band, apuraram-se as entrevistas e as intervenções exclusivas concedidas pelo presidente a cada emissora. A contagem geral pode ser observada no quadro 9.

Quadro 9 – Entrevistas exclusivas e intervenções concedidas por Bolsonaro

Mídia exclusiva	Data	Veículo	Título
Entrevista	28/08/2018	Globo	Jair Bolsonaro (PSL) é o entrevistado do Jornal Nacional
Entrevista	28/10/2018	Record	Primeira-dama, Michelle Bolsonaro, concede entrevista exclusiva para a Record TV
Entrevista	29/10/2018	SBT	Entrevista completa de Jair Bolsonaro no SBT
Entrevista	03/01/2019	SBT	Jair Bolsonaro concede ao SBT a primeira entrevista após posse – Parte 1 SBT Brasil
Entrevista	01/04/2019	Record	Em entrevista exclusiva, Bolsonaro fala da aproximação com Israel
Entrevista	03/05/2019	SBT	Entrevista com o presidente Jair Bolsonaro
Cobertura	01/09/2019	Record	Jair Bolsonaro visita Templo de Salomão e é recebido por Edir Macedo
Entrevista	16/09/2019	Record	Bolsonaro concede entrevista exclusiva ao Jornal da Record antes de deixar hospital
Entrevista	29/10/2019	Record	Bolsonaro concede primeira entrevista à Record TV como presidente do Brasil
Entrevista	30/10/2019	SBT	Jair Bolsonaro rebate denúncia em entrevista exclusiva ao SBT
Entrevista	30/10/2019	Band	Em entrevista exclusiva à Band, Bolsonaro nega envolvimento no caso Marielle
Entrevista	03/11/2019	Record	Em entrevista exclusiva à Record TV, presidente Jair Bolsonaro fala que deve sair do PSL e pretende criar um novo partido
Entrevista	02/12/2019	Record	Em entrevista exclusiva para o JR, presidente Bolsonaro faz balanço do primeiro ano de governo
Entrevista	23/12/2019	SBT	Em entrevista ao SBT, Bolsonaro diz que governo em 2019 foi nota 7
Intervenção	08/03/2020	Record	Carioca se transforma em presidente da República e encontra Bolsonaro no Palácio da Alvorada
Entrevista	22/03/2020	SBT	Ratinho entrevista presidente Jair Bolsonaro

Entrevista	23/03/2020	Record	Bolsonaro fala sobre o coronavírus em entrevista à Record TV
Entrevista	27/03/2020	Band	Bolsonaro fala em quarentena abusiva durante entrevista a Datena
Entrevista	08/04/2020	Band	Em entrevista a Datena, Bolsonaro afirma que se acertou com Mandetta
Entrevista	17/04/2020	SBT	Entrevista exclusiva com Nelson Teich e Jair Bolsonaro

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Soma-se à descrição do quadro o fato, já mencionado, de Jair Bolsonaro ter convidado Edir Macedo e Silvio Santos, donos, respectivamente, das emissoras Record e SBT, para ocuparem o palanque presidencial no desfile de 7 de setembro de 2019. O ato deixa clara a relação próxima entre eles.

A dinâmica comunicacional inaugurada pelo governo de Jair Bolsonaro diz respeito à inserção de canais privados do presidente como parte da comunicação do governo. Além dos canais de comunicação institucionais, os perfis digitais vinculados à figura do presidente da república veiculam notícias e posicionamentos governamentais em meio a postagens de cunho pessoal do presidente. Bolsonaro gerencia quatro redes sociais, Youtube ⁷⁷Facebook ⁷⁸Instagram e ⁷⁹Twitter⁸⁰.

Em seu canal do Youtube, o presidente realiza *lives* semanais, em que se dirige diretamente à audiência e trata de assuntos do governo de forma descontraída e coloquial, com mais liberdade para a expressão de suas opiniões. Além disso, são postados vídeos referentes a notícias do governo e a posicionamentos do presidente. Nas demais redes, dá andamento à publicização de ações governamentais e posicionamentos próprios, primando pela interação com o público.

A partir do objeto apresentado, que apresentou o contexto para a entrada de Jair Bolsonaro à presidência, as principais características do presidente, sua relação com grupos religiosos e a comunicação do governo, é possível partir para o aprofundamento da pesquisa, definindo o *corpus* a ser analisado para relacioná-lo com as teorias que norteiam este trabalho. Dissertar sobre aspectos da comunicação governamental que privilegiam os vieses moral e religioso do governo Bolsonaro é um desafio, tendo em vista a amplitude do objeto e abrangência das teorias, mas relevante para a área de pesquisa trabalhada. No capítulo 4, será detalhada a

⁷⁷Disponível em: <https://www.youtube.com/user/jbolsonaro>. Acesso em: 8 abr. 2021.

⁷⁸Disponível em: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro>. Acesso em: 8 abr. 2021.

⁷⁹Disponível em: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 abr. 2021.

⁸⁰Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro>. Acesso em: 8 abr. 2021.

estratégia metodológica capaz de dar conta da complexidade proposta pela pesquisa a partir dos três eixos do objeto.

4 O PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo, será apresentado o caminho metodológico escolhido para o desenvolvimento da análise do *corpus* de pesquisa, constituído por produtos da comunicação pública realizada pelo governo federal. Por comunicação pública do governo, consideram-se tanto os meios oficiais vinculados ao sistema de comunicação institucional, quanto os meios gerenciados diretamente pelo presidente Jair Bolsonaro. Como *corpus*, selecionamos as marcas, tanto a institucional quanto a vinculada ao presidente, campanhas publicitárias, três discursos presidenciais, a agenda presidencial, os números gerais das redes sociais institucionais e as do presidente e as postagens de Instagram de Jair Bolsonaro, no período de 01/01/2019 a 30/06/2020, que caracterizam a comunicação institucional e a comunicação presidencial no governo Bolsonaro. Para tanto, será utilizada abordagem que obedece à combinação de parâmetros da análise qualitativa e quantitativa, por meio de categorias relacionadas à premissa que orienta este trabalho, de que a incidência da moral conservadora e da religiosidade em produtos comunicacionais do governo revela a presença da dimensão privada na comunicação pública e a distorce. O caminho metodológico adotado também responde ao objetivo geral desta pesquisa: *Identificar e analisar os preceitos de viés moral e de viés religioso na comunicação do governo Jair Bolsonaro considerando os princípios da comunicação pública e a qualidade da democracia.*

O capítulo tem início com a descrição dos métodos que serão aplicados de forma integrada, apresentando as teorias metodológicas que norteiam a pesquisa, a partir de uma perspectiva de teoria e contexto e de imagem e conteúdo. Em seguida, é feita a descrição da pesquisa exploratória, que possibilitou a definição do problema a ser estudado. O *corpus* de pesquisa é apresentado detalhando sua relação com os objetivos propostos e com as metodologias selecionadas. As datas e as quantidades de cada material a ser analisado também estão descritas no decorrer do percurso metodológico. Após o *corpus*, apresentam-se as categorias de análise e os temas abordados na pesquisa. O capítulo encerra-se com o detalhamento de como cada metodologia será aplicada nos respectivos produtos comunicacionais.

4.1 Metodologia integrada

O desenho metodológico proposto abrange diferentes etapas e procedimentos específicos para cercar e analisar o objeto de pesquisa. O ponto de partida foi a *pesquisa bibliográfica* que permitiu definir os pressupostos teóricos da investigação, a

pesquisa histórico-documental, que resgatou documentos e registros necessários à compreensão do contexto histórico e social que cerca o objeto de pesquisa, e a *pesquisa descritiva*, que orienta a identificação e a descrição de aspectos e fenômenos relacionados ao objeto de pesquisa. Numa segunda etapa, são combinadas metodologias que permitem capturar, classificar, analisar e interpretar textos e imagens relacionados ao objeto de pesquisa, especificamente, a *análise de conteúdo* e a *análise semiológica*.

Atualmente, é possível realizar as análises de maneira mais acessível e assertiva por meio de *softwares* para suporte de métodos qualitativos e neutros. Na presente pesquisa, a opção foi pelo *software* NVivo, que possibilita estruturar facilmente os dados coletados, categorizá-los e realizar cruzamentos a fim de obterem-se resultados mais precisos.

4.1.1 Teoria e contexto

A *pesquisa bibliográfica* abrange toda a literatura sobre o tema estudado, para que seja possível, a partir daí, acrescer novas reflexões. Para estabelecer as bases em que a pesquisa irá avançar, é necessário conhecer o que já existe, revisando a literatura sobre o assunto. Assim, a pesquisa bibliográfica é delimitada tanto pelos livros e pelos documentos pertinentes ao tema estudado quanto por teses, dissertações, artigos e material publicado sobre o tema. O modelo de dissertação acadêmica prevê um item específico para a revisão de literatura, contudo, as referências teóricas devem permear todas as etapas da pesquisa, desde a definição do problema até a análise dos dados (STUMPF, 2005). Em geral, a pesquisa bibliográfica é a primeira ação a ser feita na construção de uma pesquisa acadêmica. Após a leitura do material disponível, o pesquisador organiza uma sequência de ideias lógicas que irão formar o quadro teórico e conceitual da pesquisa (STUMPF, 2005).

A *pesquisa histórico-documental* se constitui pelo resgate e pela análise de documentos que ofereçam informações capazes de embasar a pesquisa acadêmica. Helder (2006), citado por Sá-Silva; Almeida e Guindani (2009, p. 3), afirma que “A técnica documental se vale de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...] é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas”.

Quando um pesquisador utiliza documentos objetivando extrair deles informações, ele os examina obedecendo a técnicas apropriadas para seu manuseio e análise, seguindo etapas e procedimentos de forma a organizar informações e

categorizá-las para posterior verificação. Por fim, sintetiza as informações obtidas e as considera dentro do contexto da pesquisa. Ou seja, as ações realizadas com documentos estão impregnadas de aspectos metodológicos, técnicos e analíticos. Importante ressaltar que, mesmo que possa parecer, pesquisa documental e pesquisa bibliográfica não são sinônimos. O documento abrange materiais escritos e não escritos, como filmes, imagens, depoimentos, etc., e a bibliografia é restrita à produção de textos (SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009).

A *pesquisa descritiva* tem como característica a descrição de características de determinado fenômeno, auxiliando na identificação de elementos que colaborem para a análise. Também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis. Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007), a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona os fatos, procura descobrir com que frequência um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros fatos e suas características.

4.1.2 Conteúdo e Imagem

A *análise de conteúdo* oferece instrumental ao pesquisador para compreender os textos para além de seu significado imediato. Não se trata de um instrumento, mas de um conjunto de técnicas de análise comunicacional (BARDIN, 1977). Seus principais objetivos podem ser definidos de duas formas: pela *ultrapassagem da incerteza*, ou seja, a avaliação do que realmente está contido na mensagem, comparando o que o leitor vê com o significado partilhado por outros, perseguindo um rigor de significado. Busca-se também o *enriquecimento da leitura*, já que uma leitura atenta poderá aumentar a produtividade e a pertinência da mensagem, estimulada pela necessidade de descobrir, de ir além das aparências (BARDIN, 1977). Assim, por definição, a análise de conteúdo cumpre a função heurística, ou seja, ela enriquece a tentativa exploratória, aumenta as chances de descoberta e a função de administração de provas, pois é preciso apelar para o método de análise sistemática para verificar hipóteses sob a forma de questões ou afirmações provisórias (BARDIN, 1977).

A pesquisa que propõe investigar preceitos e contextos socioculturais em enunciados comunicacionais encontra na análise de conteúdo elementos de auxílio à compreensão da mensagem, pois os domínios da análise de conteúdo contemplam tanto códigos linguísticos, como comunicação escrita, oral e icônica – sinais, grafismos, imagens, etc. –, quanto outros códigos semiológicos, que, não sendo linguísticos, podem ser portadores de significado, como gestos, tiques e

comportamento, entre outros (BARDIN, 1977). A operação de levantamento e tabulação de dados para a análise de conteúdo conta, atualmente, com o apoio de *softwares* que organizam os dados e fazem o cruzamento das informações, tornando a análise mais assertiva e proporcionando mais tempo para a análise e a interpretação dos dados ao otimizar as tarefas operacionais. Um deles é o NVivo, que permite a codificação de arquivos para posterior cruzamento de dados que irão nortear as conclusões da pesquisa.

A *análise semiológica* pertence ao âmbito da Semiótica como a ciência que se dedica a descobrir os sistemas de significação da sociedade. É o método de pesquisa que se detém em desvendar a linguagem visual como uma mensagem composta de diversos tipos de signo e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Segundo Joly (2007), a relevância da pesquisa semiológica reside em capturar, colocar em evidência os elementos narrativos, históricos e culturais guardados nos diferentes planos da imagem. Por isso, esse tipo de análise é um meio de dialogar com os acontecimentos e guarda uma importância histórica. Sobre a imagem, a autora declara que

[...] compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece (JOLY, 2007, p. 13).

4.2 O estudo preliminar (a pesquisa exploratória)

A pesquisa exploratória configura-se como um estudo preliminar a respeito do objeto de estudo e do problema a ser pesquisado, com o objetivo proporcionar maior familiaridade com o fenômeno que está sendo investigado e resulta em *insights* que permitem construir premissas e hipóteses. Assim, a pesquisa exploratória permite um conhecimento mais completo e mais adequado da realidade, iluminando uma face oculta da realidade (PIOVESAN; TEMPORINI, 1995).

Esse tipo de pesquisa foi utilizado como o primeiro passo para a definição do desenho metodológico e do *corpus* de pesquisa. Nessa etapa inicial, foram pesquisadas todas as informações possíveis a respeito de Jair Messias Bolsonaro, como história de vida, a carreira militar e política, projetos de lei propostos e polêmicas em que se envolveu na mídia, a relação entre Bolsonaro e a Igreja, a partir do resgate histórico da aproximação com as Igrejas evangélicas neopentecostais e os cargos

ocupados no governo, e a comunicação do governo federal, descrevendo a estrutura burocrática do setor de comunicação e os órgãos envolvidos, além da pesquisa sobre a relação entre o presidente e a imprensa, com o levantamento de entrevistas concedidas. Para conseguir as informações, a investigação iniciou-se com a busca por notícias veiculadas na mídia sobre Jair Bolsonaro e a sua relação com as organizações religiosas, busca dos principais nomes dos cargos de chefia nos *sites* do governo e pesquisa bibliográfica e acadêmica sobre temas adjacentes ao fenômeno de interesse, que relacionassem mídia, religião e comunicação pública, construindo, assim, o Estado da Arte. As informações levantadas foram organizadas para a produção do capítulo 3 – objeto de pesquisa.

4.3 O *corpus* da pesquisa

A partir da pesquisa exploratória, o *corpus* de pesquisa foi delimitado no período entre 1º de janeiro de 2019 e 30 de junho de 2020, os primeiros 18 meses do governo Bolsonaro, e abrange a comunicação pública que o governo federal realiza com a sociedade, considerada a partir de duas frentes, a comunicação institucional, vinculada a meios de comunicação do Sistema de comunicação governamental, e a comunicação do presidente por meio de canais vinculados diretamente ao seu nome. Entende-se a comunicação realizada em canais próprios do presidente como comunicação pública do governo, pois Jair Bolsonaro, como líder máximo do poder executivo do país, é figura pública e representa o Estado brasileiro em todos os locais em que se expressa. A seleção dos materiais a serem analisados leva em conta as duas questões-problema da pesquisa: *Quais as características da comunicação do governo de Jair Bolsonaro nos canais institucionais e diretamente ligados a Jair Bolsonaro? E: Como o viés moral e o viés religioso INCIDEM na comunicação pública do governo Jair Bolsonaro?*

A vinculação entre os objetivos, o *corpus* de pesquisa e a metodologia pode ser visualizada no quadro 10.

Quadro 10 – Objetivos, *corpus* e metodologia

Objetivos específicos	<i>Corpus</i> de Pesquisa	Procedimentos metodológicos
a) Descrever as relações entre Estado e Igreja no Brasil	Documentos e bibliografia sobre a relação entre Estado, Igreja e política no Brasil	Pesquisa bibliográfica/ pesquisa histórico-documental

b) Identificar a construção da relação entre Jair Bolsonaro e as Igrejas neopentecostais	Documentos históricos e notícias sobre a relação entre Bolsonaro e as Igrejas neopentecostais	Pesquisa histórico-documental
c) Descrever aspectos da história militar, política e religiosa de Jair Bolsonaro	Bibliografia e documentos históricos sobre a carreira de Jair Bolsonaro	
d) Identificar a participação de atores religiosos na burocracia estatal do governo Bolsonaro	Sites do governo federal e dos ministérios	
e) Identificar as estruturas, as estratégias e os produtos de comunicação do governo Bolsonaro, no âmbito institucional e privado	Comunicação institucional	
f) Analisar a presença de aspectos morais, religiosos e privados na comunicação pública do governo, especificamente discursos, redes sociais, campanhas	Comunicação presidencial	
		Análise semiológica
		Análise de conteúdo
		Pesquisa descritiva
		Análise semiológica
		Análise de conteúdo (NVivo)

Fonte: Elaboração própria (2020).

Para a constituição do *corpus* de pesquisa foram selecionados produtos e elementos estratégicos da comunicação institucional (marcas, redes digitais, publicidade, eventos e discursos) e da comunicação direta do presidencial (marcas e redes digitais, em especial o Instagram).

Em *Marcas*, consideramos os símbolos, como o logotipo e o slogan, que compõem a identidade visual do Governo. Os elementos são relevantes para a pesquisa porque propõem sentidos nos signos que representam e indicam ideologia, posicionamento político e o modo de governar. *Publicidade* refere-se às campanhas de propaganda sobre temas de interesse público veiculadas em mídias tradicionais, como rádio e televisão, em canais digitais públicos e governamentais. As agendas integram a área de relações públicas do governo e configuram-se como meios em que o presidente obtém visibilidade, estabelece contatos e reforça relações com grupos, autoridades, instituições e países. Os *discursos* são parte importante da estratégia de comunicação do governo, porque demarcam sua identidade, posicionamento,

concentram opiniões e promessas e, como tal, fazem-se registros históricos. Por fim, as *redes digitais* foram incluídas por corresponderem à interação entre o governo e a sociedade a partir da publicação de *posts*. Dessa forma, são abordadas cinco frentes da comunicação governamental, oferecendo um espectro amplo e completo sobre as estratégias de comunicação do governo de Jair Bolsonaro. O quadro 11 apresenta o corpus selecionado e as respectivas fontes.

Quadro 11 – Detalhamento do corpus e fontes de pesquisa

Âmbitos	Corpus de Pesquisa		Fontes
Comunicação institucional	Marca	Logotipo e slogan do Governo Federal	Site da SECOM
	Mídias digitais	Páginas e perfis em redes sociais do governo e do sistema de comunicação (SECOM e EBC)	Links para redes sociais disponíveis no <i>site gov.br</i> e nos <i>sites</i> de cada órgão que compõe o sistema de comunicação
	Publicidade	Listagem das campanhas publicitárias dos ministérios e do governo	<i>Sites</i> dos ministérios e da SECOM.
	Agendas	Agendas religiosas do período	Agenda de eventos da presidência no Portal Planalto.
	Discursos	- Discurso de posse - Discurso da ONU - 1º pronunciamento sobre o Coronavírus	Acervo de discursos da Secretaria de Imprensa do Portal Planalto
Comunicação presidencial	Marca	Logotipo e imagem relacionados ao presidente	<i>Site</i> e redes sociais do presidente
	Mídias digitais	Páginas e perfis em redes sociais do presidente	Links para redes sociais disponíveis no site do presidente.
		Instagram: postagens dos primeiros 18 meses de governo	Perfil de Jair Bolsonaro na rede social Instagram

Fonte: Elaboração própria (2020).

Os canais eleitos para a coleta foram os *sites* oficiais do Palácio do Planalto⁸¹, da SECOM⁸² e do presidente Jair Bolsonaro⁸³. A partir dos *sites* próprios, realizou-se a busca pelas seções de interesse e também para *links* externos, como os das redes sociais. As marcas, tanto do governo federal quanto o bordão do presidente, serão analisadas integralmente por sua representatividade. Em publicidade, serão consideradas todas as campanhas, buscando as que possuem em seu título conteúdo moral ou religioso. Em eventos, o *corpus* é a presença de agendas religiosas, indicativo da importância conferida ao grupo religioso. Por outro lado, a seleção dos discursos obedeceu à hierarquia de relevância e repercussão, considerando os três discursos de maior importância no governo em momentos cruciais, de grande visibilidade e peso no que diz respeito ao reforço de posicionamento do governo, sendo eles: o discurso de posse, em que o presidente declara qual será o direcionamento de seu mandato; o discurso de abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas, quando deixa a sua mensagem para a comunidade internacional; e o primeiro pronunciamento oficial em cadeia nacional sobre a pandemia do novo Coronavírus, maior crise sanitária dos últimos cem anos.

Nas redes sociais, foram selecionadas as páginas Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, tanto do governo federal e de seus órgãos de comunicação, SECOM e EBC, quanto do presidente Jair Messias Bolsonaro.

As publicações do perfil de Instagram do presidente foram integralmente consideradas no período delimitado por fazerem parte do grupo de canais de comunicação com maior engajamento e participação do cidadão, o digital, sendo que o Instagram apresenta o maior engajamento entre as redes sociais de que o presidente faz parte. A partir da seleção do *corpus*, foram definidos os procedimentos e metodológicos para cada produto de comunicação selecionado, com o objetivo de favorecer a análise final. No quadro 12, o processo da pesquisa está relacionado com a quantidade de materiais a serem analisados e os procedimentos metodológicos.

Quadro 12 – Corpus e quantidade de materiais analisados

Processo de Pesquisa	Período	Quantidade	Procedimentos metodológicos
Documentos e bibliografia sobre a relação entre Estado e Igreja no Brasil	-	-	Pesquisa bibliográfica

⁸¹Disponível em:<https://www.gov.br/planalto/pt-br>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸²Disponível em:<https://www.gov.br/secom/pt-br>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸³Disponível em:<https://www.bolsonaro.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

Documentos históricos e materiais de imprensa sobre a relação entre Bolsonaro e as Igrejas neopentecostais		-	-	Pesquisa histórico-documental
Bibliografia e documentos históricos sobre a carreira de Jair Bolsonaro		-	-	Pesquisa descritiva
Comunicação institucional	Sites do governo federal e dos ministérios	-	19	Pesquisa descritiva
	Sites dos sistemas de Comunicação do Governo:			
	SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social			
	EBC – Empresa Brasileira de Comunicação			
	Assessorias de comunicação dos ministérios			
	Logotipo e slogan	-	1	Análise de conteúdo Análise semiológica
	Mídias digitais: contas de Facebook, Instagram, Twitter e Youtube do Governo Federal e dos órgãos do Sistema de Comunicação do governo, SECOM e EBC	08/04/2021	12	Pesquisa descritiva
	Discursos:		3	Análise de conteúdo
	- Discurso de Posse	01/01/2019		
	- Discurso da ONU	24/09/2019		
- 1º pronunciamento sobre o coronavírus	24/03/2020			
Agendas religiosas presentes na agenda de eventos do site do Planalto	01/01/2019 a 30/06/2020	56	Pesquisa descritiva	
Títulos de campanhas publicitárias dos ministérios e Governo	01/01/2019 a 30/06/2020	86	Pesquisa descritiva	
Comunicação presidencial	Imagem e bordão do presidente	-	1	Análise de conteúdo Análise semiológica

	Mídias sociais: contas de Facebook, Instagram, Twitter e Youtube de Jair Bolsonaro	08/04/2021	4	Pesquisa descritiva
	Posts do Instagram de Jair Messias Bolsonaro (total de 2096 postagens)	01/01/2019 a 30/06/2020	1225	Análise de conteúdo (NVivo)

Fonte: Elaboração própria (2020).

4.4 As categorias norteadoras da análise

As categorias de análise pretendem traduzir conceitos teóricos norteadores dessa pesquisa e relacionados a política, religiosidade, democracia e comunicação pública, com o objetivo de identificar as dimensões pública e privada da comunicação pública inerente aos regimes democráticos. O estudo sobre o *corpus* de pesquisa pretende responder ao objetivo geral, que é *identificar e analisar os preceitos de viés moralista e de viés religioso na comunicação do governo Jair Bolsonaro, considerando os princípios da comunicação pública e a qualidade da democracia.*

As categorias foram definidas a partir da fundamentação teórica e dos objetivos perseguidos por esta investigação. Os elementos de categorização dos materiais comunicacionais do governo respondem à proposta de analisar como os vieses moralistas e religiosos incidem na comunicação pública do governo Bolsonaro.

Para a análise da comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro, foram definidas três categorias de análise decorrentes do acúmulo teórico e da pesquisa exploratória do presente estudo: *comunicação pública, viés moralista e viés religioso*, aplicadas à classificação dos temas identificados nos pronunciamentos e nos discursos.

4.4.1 Categoria “comunicação pública”

Comunicação Pública é a categoria que indica a perspectiva normativa que deve orientar a comunicação de governos democráticos sobre temas de interesse público identificáveis tanto na dimensão institucional quanto na presidencial. O objeto

será analisado sob esta perspectiva pública da comunicação de acordo com as teorias conceituais abordadas.

Entende-se que democracia pode ser identificada nos discursos governamentais a partir dos seguintes aspectos gerais:

- a) Promoção/ defesa do debate público sobre temas que afetam a vida do país;
- b) Comunicação governamental que obedece, privilegia, defende o interesse público;
- c) Pluralidade partidária e ideológica expressa na comunicação;
- d) Valorização das instituições;
- e) Valorização da imprensa;
- f) Defesa da autonomia dos poderes.

Sendo a comunicação pública o conceito norteador e objetivo da pesquisa, foram definidos também indicadores específicos da comunicação pública e seus opostos visando à identificação da natureza dos conteúdos analisados. Significa interpretar a comunicação desenvolvida pelo governo nos planos institucional e privado, considerando que, em lugares de poder ocupados numa democracia, o privado não pode se sobrepor ao público. Nesse sentido, o material empírico foi submetido ao cotejamento da comunicação pública e da comunicação privada, ou dos aspectos privados que maculam a comunicação pública. Especificamente os descritos no quadro 13:

Quadro 13 – Indicadores da comunicação pública e da comunicação privada

Indicadores da comunicação pública	Indicadores da comunicação privada
Impessoalidade	Personalização
Publicidade	Propaganda
Racionalidade	Passionalidade
Publicização	Ocultamento
Representatividade	Individualização
Universalidade	Segregação
Igualdade	Preconceito
Laicidade	Religiosidade
Emancipação social	Conservadorismo

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A classificação a partir dos indicadores para posterior análise à luz das categorias selecionadas visa ao entendimento esclarecido a respeito das etapas de observação e avaliação do objeto. Acredita-se que os objetivos do trabalho e as respostas às questões-problema serão alcançados de forma coerente e compreensível a partir dessa escolha metodológica.

4.4.2 Categoria “viés moralista”

A categoria *viés moralista* refere-se aos princípios emancipadores da sociedade quando promovem a liberdade, a igualdade, os direitos individuais e coletivos e autonomia e os seus contrários que permitem identificar a emancipação social e os valores demarcados pelas democracias nos produtos comunicacionais que serão trabalhados. Os indicadores escolhidos permitem uma classificação geral sobre o cumprimento dos princípios da democracia ou seu retrocesso, a partir da comunicação. Especificamente, são os seguintes:

- a) Emancipação – Identificação da promoção do interesse público, de princípios e valores humanos, sociais, políticos e outros;
- b) Retrocesso – Identificação de retrocesso, desqualificação e menosprezo em relação a valores e sobre temas de interesse público;
- c) Neutro – Quando a moralidade presente não tem conteúdo com valoração.

4.4.3 Categoria “viés religioso”

A categoria *religiosidade* identifica a presença de elementos religiosos nos produtos de comunicação utilizados como argumentos em discursos do governo, associados a pautas políticas e a outros temas. Os indicadores desta categoria são os seguintes:

- a) Associações divinas – Elementos religiosos como símbolos, rituais religiosos ou a presença de autoridades religiosas que aparecem em comunicações de governo, com menções a Deus em discursos políticos;
- b) Argumento religioso – São utilizados argumentos religiosos para o Estado em discursos, manifestações e ações do governo ou no posicionamento do presidente;
- c) Neutro – O elemento religioso presente não tem conteúdo de valoração.

4.5 Os temas de pesquisa

Os temas definidos para a coleta do material obedeceram à lógica de pertinência com o objetivo da pesquisa. Seguindo-o, a lista dos temas foi construída a partir de *temas sensíveis* e *temas políticos*. São considerados *temas sensíveis* no âmbito deste trabalho todos os relacionados ao comportamento, à questão moral e cultural das sociedades, como religião, aborto, casamento homossexual, etc., e todas as pautas que tocam os modos de agir sociais e/ou que acionam valores comportamentais dos indivíduos (WEBER, 2017). Os produtos que abordam esses temas, estejam eles acompanhados ou não de temas políticos, ajudam-nos a verificar de que forma as categorias de análise se apresentam.

Já os temas políticos se referem a assuntos que permeiam a pauta do governo. O interesse em mapear os temas políticos em determinados produtos de comunicação resulta da busca por compreender em que aspectos a política é permeável à dimensão privada no que diz respeito à moralidade e à religiosidade. Por isso, faz-se necessário identificá-los para verificar se e quando estão relacionados à questão moral ou religiosa. A seleção de temas políticos também obedeceu à definição de Weber (2017) como aqueles que mantêm a sociedade em alerta sobre o que ocorre na esfera pública.

4.5.1 Temas sensíveis

Em relação aos *temas sensíveis*, foram elencados todos aqueles que, de alguma forma, se relacionam com o comportamento e as formas de agir e se posicionar em sociedade. Trata-se da abordagem de valores, princípios. O quadro 14 apresenta os *temas sensíveis* selecionados para a abordagem da pesquisa:

Quadro 14– Descrição dos temas sensíveis

TEMAS	CONTEÚDOS REFERIDOS / REFERÊNCIA
ABORTO	Legalização do aborto, relações entre o tema e a religião, opiniões, notícias e dados sobre o aborto
COMPORTAMENTO REFERENTE À CIÊNCIA	Posicionamentos em relação a evidências científicas, como medicamentos para tratamento da Covid, medidas para conter a pandemia, dados sobre desmatamento e queimadas na Amazônia, ações a favor ou contra orientação de cientistas.
QUESTÕES RACIAIS	Referência à negritude, à chefia de órgão que trata sobre medidas de igualdade racial e valorização do povo negro.

POBREZA/ MISÉRIA	Menção a pobreza, população vulnerável, fome, famílias humildes, de baixa renda.
VIOLÊNCIA	Promoção e combate à violência, a formas que incitam a violência: armamento, homicídios, ações com uso da força.
DIREITOS HUMANOS	<p>Reúne as referências a temas que são considerados pauta de direitos humanos. Foram classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Crimes contra a humanidade – questões sobre o presidente ser acusado de crimes contra a humanidade ▪ Deficiências físicas e mentais – autismo, surdez, Síndrome de Down, nanismo, tetraplegia, etc. ▪ Direitos dos criminosos/ prisioneiros – excludente de ilicitude, audiência de custódia, GLO, garantias de bem-estar a prisioneiros e criminosos ▪ Direitos dos imigrantes – regras de imigração, pacto migratório, menções aos imigrantes ▪ Idosos – Conselho dos Idosos, cuidados com idosos, direitos garantidos ▪ Referência a direitos humanos – menções ao termo ▪ Tortura/ vítimas da ditadura – Lei da Anistia, memorial às vítimas, menções à tortura durante a ditadura militar
FAMÍLIA	<p>Publicações que trazem a temática da família, classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Múltipla – famílias com composição diversa, formadas por casais homossexuais, pais separados, chefes da família são os avós ▪ Tradicional – família com composição tradicional, formada por um homem, uma mulher e seus filhos. ▪ Referência à família – menção ao termo família sem referir-se a sua composição, se tradicional ou múltipla
GÊNERO E SEXUALIDADE	<p>Publicações que abordam a questão de gênero e falam sobre sexualidade, classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversidade – diversidade de gênero, pluralidade, respeito a diferentes orientações de sexualidade e gênero ▪ Homofobia – preconceito contra comunidade LGBTQI+ ▪ Gravidez na adolescência – medidas de prevenção à gravidez na adolescência ▪ Sexualidade – liberdade sexual, produção de conteúdo relacionado à sexualidade, debate público sobre sexualidade ▪ Travestis/ Trans/ homossexuais – menções a grupos e pessoas com gênero ou orientação sexual diversa
INFÂNCIA	<p>Reúne abordagens sobre o universo infantil, classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Crianças – imagem, menção ou referência a crianças ▪ Doutrinação ideológica nas escolas – orientações nas escolas que possam orientar o aluno politicamente ▪ Exploração sexual – prostituição e exploração sexual de crianças e adolescentes ▪ Maioridade penal – discussão sobre a idade mínima para prender um adolescente ▪ Proteção à infância – modos de proteger as crianças ▪ Trabalho infantil – defesa ou condenação do trabalho realizado por crianças, imagem de crianças trabalhando
MORAL E COSTUMES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menções ao termo “cidadão de bem” ▪ Comportamento social – modos de se portar, regras de postura social ▪ Menções ao termo “moral e bons costumes”

COMPORTAMENTO REFERENTE A ADVERSÁRIOS	<p>Declarações do presidente quando se manifesta em oposição a um ator político. Classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Embate/ conflito – atores desqualificados em tom bélico ou conflituoso • Institucional – Referência ao adversário com postura institucional, impessoal e respeitosa
QUESTÕES INDÍGENAS	<p>Referências aos temas relacionados aos indígenas. Classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuda aos indígenas – envio de remédios e insumos, educação nas tribos, monitoramento da saúde e da qualidade de vida do povo indígena ▪ Apoio de indígenas – indígenas que vão a público manifestar apoio ao presidente ▪ Demarcação de terras – questionamentos sobre aumentar ou diminuir a demarcação de terras indígenas, direito dos indígenas à terra <p>Mineração – debate sobre mineração nas terras indígenas</p>
QUESTÕES RELIGIOSAS	<p>Presença de elementos religiosos nas postagens. Classificada em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deus – Cristo – menções a entidades divinas ▪ Instituições/ autoridades religiosas – Igrejas, pastores, padres ou outra liderança religiosa ▪ Rituais religiosos – missas, cultos, celebrações ou outro evento com cunho religioso ▪ Símbolos religiosos – passagens bíblicas, orações, objetos
QUESTÕES SOBRE A MULHER	<p>Temas que tratam do universo feminino, maternidade. Classificados em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Amamentação – defesa da amamentação, amamentar em público, até quando amamentar, etc. ▪ Estupro – combate ao estupro, punição a estupradores, investigações relacionadas ao crime de estupro ▪ Menções à mulher – menciona a mulher de forma ampla em datas, eventos ou destaca uma personalidade pública pelo fato de ser mulher ▪ Violência doméstica – agressões de maridos ou namorados, feminicídio

Fonte: Elaboração própria (2020).

4.5.2 Temas Políticos

Os *temas políticos* foram selecionados a partir da definição de Weber (2017), que classifica como tema político aquele que mantém a sociedade em alerta sobre o que ocorre na esfera pública. A escolha permite avaliar os objetivos da pesquisa, relacionando-os ao contexto e à forma de governar de Jair Bolsonaro. Cinco temas considerados vitais, ou seja, que dizem respeito a assuntos que interessam ao cotidiano da população, foram inseridos por se relacionarem diretamente com os temas políticos e sensíveis estudados, sendo eles as políticas públicas nas áreas de Comportamento e Direitos Humanos, Cultura, Educação-Ciência, Justiça e Segurança e Meio Ambiente e também a pandemia do novo Coronavírus.

Os temas políticos obedeceram à seguinte classificação, explicitada no quadro 15.

Quadro 15– Descrição dos temas políticos

Tema	Referência/ conteúdos referidos
BRASIL	<p>Tema que reúne Referências relacionadas ao país, classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolvimento– futuro do país – menção ou referência a formas de desenvolvimento, projeção do país no futuro ▪ Globalismo – política nacional que vê no mundo inteiro uma esfera propícia de influência política; internacionalismo. ▪ Patriotismo – valorização da bandeira, exaltação do nome do país ▪ Soberania–internacionalização – quando exalta a soberania nacional e quando acusa atores políticos de desejarem a internacionalização do país
PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	<p>Tema que reúne as referências ligadas diretamente à pessoa do presidente. Classificado em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aliança pelo Brasil – Referências à criação do Partido Aliança pelo Brasil. ▪ Apoio popular – publicações que retratam apoio de populares nas ruas ▪ Ataques ao presidente – referências a ataques de populares ▪ atentado – presença ou referência à facada efetuada por Adélio Bispo, a recuperação no hospital, agradecimentos aos médicos, entre outros ▪ Denúncias de corrupção – denúncias de corrupção das quais o presidente é alvo ▪ Doméstico/ particular – publicações que retratam atividades privadas, como momentos de lazer, descanso, passeios e viagens particulares ▪ Família– presença ou referência à sua própria família ▪ Futebol–presença ou referência a jogos, estádios, campeonatos de futebol em que o presidente esteja presente

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manifestações organizadas – retratam manifestações políticas coordenadas que ocorreram no país durante o período ▪ Mídias sociais/internet – publicações que fazem referência às próprias redes sociais do presidente, número de seguidores, crescimento, entre outros
	REGIME POLÍTICO	<p>Formas de governo, lutas pela manutenção do regime ou contra outro regime. Classificados em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Democracia ▪ Ditadura ▪ Fascismo
	SISTEMA ECONÔMICO	<p>Referências a maneiras de executar a gestão econômica do país, relacionadas aos modelos já aplicados na economia mundial</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capitalismo – propriedade privada, liberdade de comércio e indústria e objetivo final de adquirir lucro ▪ Socialismo/comunismo – coletivização dos meios de produção e distribuição, supressão da propriedade privada e das classes sociais
	FORÇAS DE SEGURANÇA	<p>Tema que reúne referências às forças de segurança do país ou a questões militares</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forças Armadas - Exército, Marinha, Aeronáutica ▪ Militarismo– questões militares, combatentes do passado, fardas, homenagens, símbolos militares ▪ Operações militares – obras realizadas pelo governo com a participação das Forças Armadas. ▪ Polícia – Polícia Militar, Polícia Federal, agentes de segurança civis
POLÍTICAS PÚBLICAS	<i>Comportamento e Direitos humanos</i>	Políticas públicas referentes à pauta dos costumes, de comportamentos, direitos humanos, família, mulher, etc.
	<i>Cultura</i>	<p>Políticas públicas na área da cultura, classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Artes – diversos tipos de arte, como cinema, teatro, música, etc. ▪ Censura – proibição de produção e veiculação de conteúdo artístico patrocinado pelo governo ▪ Investimentos – aporte financeiro para a área da cultura
	<i>Educação – ciência</i>	Políticas públicas que têm como objetivo a promoção da educação e o desenvolvimento de pesquisas científicas. Classificadas em:

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliações–referências aos sistemas de avaliação aplicados, como IDEB, ENEM, Enade. ▪ Educação infantil – ações voltadas ao desenvolvimento da educação infantil, criação de creches, capacitação de professores da área, etc. ▪ Educação profissional – ações voltadas à promoção de cursos profissionalizantes e técnicos, como criação de vagas, programas de facilitação do acesso a esses cursos ▪ Ensino fundamental – melhoria do ensino básico, capacitação de educadores, programas de mudança da diretriz educacional ▪ Ensino superior – referências ao ensino superior, mudanças na grade curricular e gestão das universidades, opiniões sobre os direcionamentos para as instituições de ensino superior, melhorias e alterações na área ▪ Escolas cívico-militares – construção de escolas militares no país ▪ Estrutura – relativo às ações para melhores condições físicas de ensino, como prédios, insumos, compra de livros acesso à internet, etc. ▪ Investimentos- cortes – comentários sobre aporte financeiro na área da educação, retirada de verba ou aplicação de mais dinheiro ▪ Livros didáticos – mudanças no conteúdo dos livros distribuídos pelo governo, comentários sobre novas diretrizes dos livros didáticos ▪ Pesquisa – comentários sobre as pesquisas brasileiras, menções à Capes, ao CNPq, a bolsas de pesquisa, à valorização ou não do desenvolvimento de pesquisas nas instituições de ensino superior do país ▪ Professores e cientistas – quando o presidente se refere a métodos, direcionamento, posicionamento dos profissionais da educação e da ciência ▪ Referência à educação e à ciência – menções à área de forma ampla
	<p><i>Justiça e segurança</i></p>	<p>Políticas públicas relacionadas à segurança da população.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abuso de autoridade – comentários sobre a lei de abuso de autoridade ▪ Armamento – publicação de portarias, decretos, projetos de lei sobre armamento civil, opinião sobre o tema, justificação da melhoria de índices de segurança no país pelo aumento do armamento entre a população

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Criminalidade– referências a quedas nos índices de violência, ações de combate ao crime organizado, etc. ▪ Drogas – apreensões de drogas, diretrizes no combate às drogas, portarias, decretos sobre o tema ▪ Encarceramento– presídios, prisioneiros, prisões ▪ Estrutura – medidas relacionadas a melhorias em presídios, contratação de pessoal, divulgação de investimentos na estrutura da segurança pública ▪ Pacote Anticrime – andamento do projeto de lei anticrime, apoio popular ao projeto, divulgação de medidas que constam no pacote ▪ Terrorismo – vincula terrorismo à extradição de presos políticos
	<i>Meio ambiente</i>	<p>Ações do governo que tratam do meio ambiente. Classificadas em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Danos– proteção das florestas – queimadas, desmatamento, ações referentes à destruição das florestas, em especial a Amazônia ▪ Ecoturismo – políticas públicas que desenvolvem o turismo ao meio ambiente, relacionando a geração de empregos e desenvolvimento econômico às belezas naturais do país ▪ Energias renováveis – energias alternativas para preservação do meio ambiente, como energia solar, energia eólica, e referências aos impactos ambientais de tais medidas, como a emissão de gases, hidrelétricas, etc. ▪ Investimentos – divulgação de aporte financeiro para preservação do meio ambiente ▪ Coleta seletiva – projetos relacionados ao descarte de lixo e à diminuição de problemas decorrentes do descarte incorreto, como lixões e aterros sanitários ▪ Multas – comentários sobre aplicação de multas ambientais em casos de infração
PANDEMIA		<p>Por se tratar de um assunto global e que envolve várias frentes, a pandemia foi considerada um tema à parte e teve a classificação em subtemas mais detalhada. A seguir, é apresentada a listagem de subtemas utilizados para classificar as abordagens relacionadas à temática da pandemia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ações de combate ao coronavírus ▪ Auxílio emergencial ▪ Cloroquina ▪ Covid do presidente ▪ Dados de outros países

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Questão econômica – fechamento do comércio, manutenção dos empregos ▪ Protocolos sanitários – isolamento social, uso de máscara ▪ Fraudes ▪ Investimentos ▪ Notificações de casos e mortes ▪ Profissionais de saúde ▪ Proteção à vida ▪ Referência à pandemia ▪ Repatriação ▪ Testes ▪ Tratamento precoce ▪ Vacina
IDEOLOGIA	<p>Tema que reúne referências a direcionamentos ideológicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Direita – referências a direita, extrema-direita, movimentos conservadores ▪ Esquerda – menções ao termo esquerda em um contexto de polarização, referindo a ideologia a terroristas, destruidores do país, etc.
ELEIÇÕES	<p>Tema que reúne declarações ou referências a respeito das eleições federais, estaduais e municipais. Referente a candidatos, campanhas, legislação, Resultados.</p>
CORRUPÇÃO	<p>Utilização de cargo público para ações privadas ilegítimas. Desvio e apropriação de verbas. Benefícios financeiros relacionados a decisões oficiais. Referente a roubos, apropriações, abusos de poder, processos judiciais.</p>
NOTÍCIAS FALSAS	<p><i>Fake news</i>, mentiras, acusações, informações falsas divulgadas tanto pela imprensa quanto por outros atores políticos ou personalidades públicas</p>
MÍDIAS SOCIAIS – INTERNET	<p>Referências a respeito da regulação da mídia, importância da liberdade na internet, defesa da liberdade de expressão na internet</p>
EFEMÉRIDES	<p>Tema que reúne referências a datas comemorativas, eventos e cerimônias e momentos que acionam as memórias e as celebrações sentimentais das pessoas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cívicas – relacionadas à pátria, como Dia da Independência, Dia da Bandeira, Proclamação da República ▪ Sociais – relacionadas a datas celebradas pela sociedade, como Dia dos Pais, Dia das Mães, Dia das crianças, etc.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Militares – relacionadas a datas marcantes para o militarismo e as Forças Armadas, como cerimônias de formatura no Exército, aniversário de instituições militares, Dia da Aeronáutica, passagem de comando de batalhão, entre outras. ▪ Religiosas – datas comemorativas religiosas, como Natal, Páscoa, Corpus Christi, bem como eventos religiosos
--	--

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

4.5.3 Atores e personalidades

Para facilitar a compreensão e a análise, foi criado o grupo dos atores e personalidades, grupos, organizações e personalidades públicas acionados pelo presidente para tratar dos temas. A classificação dos atores foi sendo construída à medida que eram identificados os temas políticos selecionados. Os atores e personalidades foram identificados conforme explicitado no quadro 16.

Quadro 16 – Descrição dos atores e personalidades

ATORES	CONTEÚDO REFERIDO/ REFERÊNCIAS
PODER EXECUTIVO	<p>Referências a estruturas do Poder Executivo, como cargos de ministérios e órgãos públicos, governos estaduais e municipais.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Governo federal – Serão codificadas todas as referências a cargos e chefias dos ministérios e de órgãos públicos. ▪ Governo estadual – Menções a governos estaduais. Serão codificados todos os grupos citados. ▪ Governo municipal – Menções a governos municipais. Foram agrupados em um único código.
PODER LEGISLATIVO	Menções às instituições do Poder Legislativo. Serão codificadas as instituições citadas.
PODER JUDICIÁRIO	Menções às instituições do Poder Judiciário. Serão codificadas as instituições citadas.
PERSONALIDADES PÚBLICAS	Menções a pessoas públicas da sociedade brasileira. Serão codificadas as personalidades e também grupos de pessoas com representatividade.
PARTIDOS POLÍTICOS	Menções a partidos políticos. Serão codificados todos os partidos citados.
ENTIDADES-MOVIMENTOS SOCIAIS	Menções a grupos organizados da sociedade brasileira. Serão codificados todos os grupos citados.

<p style="text-align: center;">RELAÇÕES INTERNACIONAIS</p>	<p>Referências a atores do cenário internacional, como instituições e países. Serão classificados em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Instituições – Menções às instituições e a grupos internacionais. Serão codificadas todas as instituições citadas. ▪ Países – Menções a países. Serão codificados todos os países citados.
<p style="text-align: center;">IMPrensa</p>	<p>Referência a jornalistas, empresas de comunicação e referência ampla. Classificado em:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresas de comunicação – Menções a empresas de comunicação e mídia. Serão codificadas todas as empresas citadas. ▪ Jornalistas – Menções a jornalistas. Serão codificados todos os jornalistas citados. ▪ Parte da mídia – Quando, sem citar nomes, se refere a uma parte da mídia. ▪ Mídia/ imprensa – Quando faz referência ao termo mídia ou imprensa de forma ampla.

Fonte: Elaboração própria (2020).

4.6 Procedimentos metodológicos

Cada etapa do processo de pesquisa do corpus obedeceu ao procedimento metodológico adequado para os objetivos propostos para o produto comunicacional estudado. Antes, porém, foi definido o conjunto de temas que seria foco do olhar da pesquisa, que, posteriormente, seriam abordados de forma distinta, seguindo a lógica da metodologia.

A *estrutura de comunicação* do governo, os sites do governo federal, da SECOM, e sistemas públicos com a EBC, assessorias de comunicação dos ministérios e do presidente Jair Bolsonaro serão classificados e descritos com o objetivo de obterem-se subsídios para a análise dos produtos da comunicação.

As *marcas* do governo e do presidente abrangem o logotipo e slogan do governo federal e a imagem-tema das redes digitais do presidente, assim como o bordão vinculado. O objetivo é interpretar os elementos simbólicos para relacionar temas políticos e *temas sensíveis* submetidos às categorias de análise. Essa análise tem por objetivo colaborar para a resposta às duas questões-problema levantadas: *Quais as características da comunicação do governo de Jair Bolsonaro nos canais institucionais e diretamente ligados a Jair Bolsonaro?* E ainda: *Como o viés moralista e o viés religioso INCIDEM na comunicação pública do governo Jair Bolsonaro?* Por essa razão, as marcas foram observadas a partir da totalidade do universo de temas selecionados, seguindo-se os princípios da análise semiológica.

As *campanhas publicitárias* do governo mostram elementos moralistas, mesmo apresentando a comunicação institucional. Assim, foi realizado o levantamento geral das campanhas e identificadas aquelas que promoviam conteúdos relacionados a *temas sensíveis*, conforme definição no quadro 14. Assim, as campanhas relacionadas à moral ofereceram subsídios para que fosse possível responder a um dos aspectos levantados pelas questões-problema: *Como o viés moralista incide sobre a comunicação pública do governo?*

Por outro lado, *as agendas presidenciais* foram identificadas visando colaborar para a resposta do outro aspecto de uma das questões problema: *como o viés religioso incide sobre a comunicação pública do governo?* Com a classificação e a descrição da agenda presidencial do período analisado, foi possível identificar compromissos religiosos.

Em relação às *redes sociais*, foram classificados e descritos dados relativos ao alcance de cada órgão no meio digital. O objetivo era verificar quais canais digitais tinham mais capacidade de propagar as informações publicadas. De posse desses resultados, foi realizada análise comparativa sobre o alcance e o engajamento de cada rede social para proceder à análise de conteúdo.

A opção por analisar os *discursos presidenciais* tem por objetivo identificar estilo e características linguísticas e simbólicas dos pronunciamentos do presidente Bolsonaro. Foi considerada a totalidade dos *temas sensíveis* e políticos e os *atores e personalidades* referidos para a análise. O *software NVivo* foi utilizado para a codificação dos temas e a aplicação das categorias referentes ao viés moralista e ao viés religioso, procedendo à análise de conteúdo.

O conteúdo do *Instagram* do presidente Bolsonaro foi analisado na sua totalidade extensiva ao período da pesquisa e submetido por classificação por *temas sensíveis*, *temas políticos* e *atores e personalidades* e, posteriormente, às categorias de análise referentes ao viés moralista e ao viés religioso. Os *atores e personalidades* receberam, ainda, uma valoração diferenciada para identificar sua classificação como “adversários/ inimigos” ou “aliados” do presidente. Para viabilizar a classificação e a análise do grande volume de dados veiculados no perfil de Instagram do presidente Jair Messias Bolsonaro a partir da identificação dos *temas sensíveis* e *políticos*, foi utilizado o *software Nvivo*. Com esse instrumental, foram organizados os arquivos para a codificação e realizado o cruzamento de dados, temas e categorias. Essa é a análise com maior número de informações e agrupa as principais respostas à problematização da pesquisa.

O caminho metodológico apresentado pretende dar conta das várias facetas suscitadas pelo objeto de pesquisa no que se refere ao tema e às teorias pelas quais ele será analisado. Definidas as relações entre objetivos, objeto e *corpus* e de que forma serão observados pelo olhar das teorias, o intuito é que o leitor desta pesquisa consiga visualizar como foram construídas as respostas à problematização elaborada.

5 A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DO GOVERNO BOLSONARO

A comunicação institucional empreendida por governos pode ser considerada a partir de diversas estratégias comunicacionais entre o Estado e a sociedade. Tem como objetivo principal tornar públicos fatos significativos para a sociedade, promovendo o debate aberto entre os diversos atores do espaço público e é formada por um sistema de comunicação que inclui os órgãos governamentais dedicados à comunicação e os setores de comunicação dos ministérios, que produzem e gerem campanhas, notícias, eventos e interações com a sociedade.

Assim, a proposta do presente capítulo é apresentar o sistema de comunicação do governo de Jair Messias Bolsonaro e observar cinco produtos de comunicação vinculados à comunicação institucional para avaliar de que forma a dimensão privada, referente ao viés moralista e ao viés religioso, está presente na comunicação com a sociedade. Por isso, o capítulo está organizado, além deste texto inicial que apresenta o sistema de comunicação institucional, em cinco subcapítulos: sistema de comunicação do governo, marca institucional, campanhas publicitárias, agendas, discursos e redes sociais. A marca institucional e os discursos selecionados – de posse, na abertura da 74ª Assembleia Geral da ONU e o primeiro pronunciamento oficial sobre o novo coronavírus – receberam tratamento de análise, de acordo com as metodologias selecionadas. Já as agendas presidenciais, as campanhas publicitárias e as redes sociais foram submetidas à pesquisa descritiva com levantamento de dados. O intuito é apresentar de que forma o viés moralista e o viés religioso aparecem no conjunto de estratégias de comunicação governamentais.

5.1 Sistemas e produtos

Um dos braços do sistema de comunicação do governo é a Secretaria Especial de Comunicação (SECOM). A secretaria gerencia os canais de comunicação, como o *Portal Planalto*, que tem por objetivo informar as atividades diárias do presidente da

República e do governo federal, o *Portal Brasil*, site que reúne o acesso a informações úteis para o cidadão e, a partir do decreto promulgado em 2019, também está unificando os portais dos ministérios. Até o momento, 16 dos 23 ministérios e órgãos do governo já tiveram seus portais incorporados ao *Portal Brasil*. Estão abaixo do guarda-chuva da SECOM o programa de rádio *Voz do Brasil* e os aplicativos para acesso do cidadão a serviços úteis. A secretaria também gerencia os canais digitais do governo nas redes sociais Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e Flickr. Além dos canais citados, a secretaria é responsável pela agenda das autoridades, pela relação com a imprensa e pela definição da organização dos eventos oficiais, como cerimonial e protocolo e ambientação visual⁸⁴. Realiza, ainda, o trabalho de gestão da marca do governo, delimitando e fiscalizando seus usos e aplicações. A NBR – TV Nacional do Brasil, canal de TV aberto, foi atribuição da SECOM até sua extinção, em abril de 2019, nos primeiros meses do governo Bolsonaro.

Os discursos e os pronunciamentos do presidente, as notas oficiais do governo, as entrevistas coletivas e os comunicados interministeriais sobre as ações no enfrentamento à Covid 19 estão disponíveis para acesso no *Portal Planalto*, seção *Acompanhe o Planalto*. Os materiais disponibilizados referem-se ao atual governo. O órgão responsável por divulgar as ações presidenciais é a Secretaria de Imprensa do Presidente (SIP), que, além dos conteúdos citados, também realiza a transmissão em tempo real de todas as solenidades com participação do presidente da República e a cobertura dos eventos, disponibilizando *releases* e fotos à imprensa. A secretaria é responsável por organizar os pedidos de entrevista e fornece informações sobre documentos oficiais e informações específicas e coordena o credenciamento de jornalistas em entrevistas coletivas, prestando apoio ao Comitê de Imprensa do Palácio do Planalto⁸⁵. No *Portal Planalto*, também estão disponíveis a apresentação dos ritos e as solenidades do governo, com explicação sobre cada cerimonial, dos palácios, das residências oficiais e das principais tropas e guardas. É também possível solicitar agendamento de visita ao Palácio do Planalto.

Também faz parte do sistema de comunicação do governo a Empresa Brasil de Comunicação (EBC)⁸⁶. A ela pertencem a Agência Brasil e sua linha de distribuição de notícias, a TV Brasil, que incorporou as atribuições da NBR após esta ser extinta, a TV Brasil Distribuição e sete rádios, incluindo a Rádio Nacional e a Rádio MEC. A EBC

⁸⁴BRASIL. *Conheça a SECOM*. Brasília, DF: Secretaria Especial de Comunicação Social, [2019]. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸⁵BRASIL. *Sobre a Secretaria de Imprensa*. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3i20iTS>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸⁶BRASIL. *Institucional*. Brasília, DF: Empresa Brasileira de Comunicação, [2020]. Disponível em <https://www.ebc.com.br/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

define como sua missão “criar e difundir conteúdos que contribuam para o desenvolvimento da consciência crítica das pessoas⁸⁷”. A EBC afirma ter por cultura o compromisso com a comunicação pública e com a independência dos conteúdos.

Além dos órgãos apresentados, cada ministério tem assessoria de comunicação própria. Em seus portais, as assessorias contam com a central de conteúdos, em que são publicadas as campanhas, as notícias e os materiais produzidos, bem como o contato para assessoria de imprensa. Mesmo assim, cada ministério apresenta seu material de acordo com organização própria. No portal do Ministério da Saúde⁸⁸, é possível acessar a aba *Campanhas* e fazer *download* de todas as campanhas de saúde pública promovidas. O Ministério do Meio Ambiente apresenta as notícias no *site* e os demais conteúdos com *links* para as redes sociais, como YouTube, para vídeos, e Flickr, para imagens⁸⁹.

Em junho de 2020, Bolsonaro recriou o Ministério das Comunicações, a partir do desmembramento do Ministério da Ciência, Tecnologia e Comunicação, comandado por Marcos Pontes. O titular da pasta é o deputado Fábio Farias (PSD). Na justificativa pela escolha, o presidente afirmou que a proximidade com Silvio Santos, genro do ministro, daria condições ao deputado de lidar com o tema, mesmo que não fosse profissional da área⁹⁰. O ministério trata das questões referentes ao acesso à comunicação no país, como regulação dos serviços de radiodifusão, postais, de telecomunicações e expansão da conectividade e do acesso a tecnologias da comunicação.

A comunicação do governo atual também pode ser considerada a partir das redes sociais da figura pública do presidente Jair Bolsonaro. Ele tem um site e páginas nas redes sociais YouTube, Facebook, Instagram e Twitter, gerenciados por equipe própria. A seguir, serão descritos e analisados os produtos da comunicação institucional selecionados a partir da definição do *corpus* de pesquisa.

⁸⁷BRASIL. *Missão, Visão, Valores e Cultura*. Brasília, DF: TV Brasil, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3bqdNKL>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸⁸BRASIL. Ministério da Saúde. Disponível em: <https://saude.gov.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁸⁹BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

⁹⁰MATOSO, Filipe; CASTILHOS, Roniara; PARREIRA, Marcelo. Bolsonaro recria Ministério das Comunicações e coloca deputado Fábio Faria como ministro. Rio de Janeiro, *G1*, 10 jun. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/32STbqD>. Acesso em: 8 jul. 2020.

5.2 Logotipo institucional

Neste subcapítulo, será analisada a logomarca institucional do governo de Jair Bolsonaro. A imagem, o texto e a tipografia serão classificados dentro do universo de temas de interesse para a presente pesquisa, seguindo o procedimento metodológico peirceano (SANTAELLA, 2008).

A logomarca de um governo tem relevância para a compreensão do direcionamento das ações governamentais e de suas diretrizes na medida em que indica, por meio da simbologia da identidade visual, sua proposta para o mandato. Para que a comunicação gere resultados assertivos, sabe-se que deve haver um entendimento compartilhado de seus signos entre emissor e receptor, já que o signo tem o papel de mediador entre as partes envolvidas no processo (SANTAELLA, 2008). Os signos utilizados na comunicação do Governo Federal também partem do mesmo princípio. O governo utiliza sua marca para se comunicar com a população, refletindo a visão do governante sobre o Estado brasileiro e contribuindo para a definição da identidade nacional. Por essas razões, para compreender a presença da moralidade e da religiosidade na comunicação do governo de Jair Bolsonaro, é relevante considerar a marca que o representa.

O logotipo do governo de Jair Bolsonaro foi lançada no dia 5 de janeiro de 2019 por meio das redes sociais do presidente da república, do governo federal e dos órgãos de comunicação. Nas postagens de suas redes sociais próprias, Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, o presidente enfatizava as vantagens financeiras do lançamento exclusivo em mídias digitais, justificadas pela economia de R\$ 1,4 milhão⁹¹. O vídeo de lançamento tem 30 segundos e apresenta a nova marca com texto de apoio. Para a análise, serão considerados o logotipo e o texto de apoio do lançamento. O logotipo está apresentada na imagem 10.

Imagem 10– Logotipo do governo brasileiro



⁹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vXZv0QD04PQ>. Acesso em 20 abr. 2021.

Fonte: Brasil ([2019]).⁹²

O texto de apoio, apresentado no lançamento da logomarca nas redes sociais, é o que segue:

Em 2018, não fomos às urnas apenas para escolher um novo presidente. Fomos às urnas para escolher um novo Brasil, sem corrupção, sem impunidade, sem doutrinação nas escolas e sem a erotização de nossas crianças. Fomos às urnas para resgatar o Brasil (YOUTUBE, 2019, *online*).

O logotipo do governo Bolsonaro apresenta o slogan e a assinatura do governo federal em letras finas, utilizando fonte gratuita encontrada no *site* Google. O logotipo é composto pelos elementos da bandeira brasileira, formando o sol que surge em um horizonte em *dégradé*, simbolizando o alvorecer. O slogan, “Pátria amada Brasil”, é a última estrofe do Hino Nacional. As letras do slogan e da assinatura têm problemas de alinhamento e proporção, assim como o círculo azul em relação ao triângulo amarelo, elementos da bandeira que representam o novo sol no horizonte. As cores predominantes são o verde e o amarelo, em vários tons. A falta de alinhamento, de proporção e o uso de elementos gratuitos, assim como o excesso de *dégradé*, estão em dissonância com as regras e as tendências do design e dão um ar de amadorismo ao logotipo. A disposição dos elementos do logotipo forma um alvorecer em perspectiva *contra-plogé* (debaixo para cima), o que, segundo o professor em semiótica Wilson Ferreira, que concedeu entrevista sobre o assunto ao *site* UOL, é uma estratégia clássica da propaganda política. O especialista também destaca a confusão de significados pelo uso insistente dos símbolos nacionais: “Ao preservar a orientação de nossa bandeira, os designers criam um sol azul e um céu verde” (FERREIRA *apud* DIAS, 2019, *online*). As cores da bandeira do Brasil estão em evidência e condensam o patriotismo presente no logotipo.

É possível afirmar que o amadorismo do logotipo e a escolha por elementos antiquados dão continuidade à estratégia da campanha e continuam buscando a proximidade com o eleitor a partir da simplicidade e do abandono de ferramentas profissionais de comunicação. A perspectiva do logotipo, debaixo para cima, dá a ideia de grandiosidade dos símbolos nacionais e também é encontrada na marca da ditadura militar. O alvorecer dialoga com a representação de uma nova era, trazendo o elemento do inimigo ainda para o logo, e demonstra que as estratégias de campanha

⁹²BRASIL. *Conheça a SECOM*. Brasília, DF: Secretaria Especial de Comunicação Social, [2019]. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br>. Acesso em: 20 abr. 2021.

continuam presentes no governo. A logotipia vai na esteira da marca de Barack Obama nas eleições presidenciais de 2008, que trazia uma mensagem de esperança e se transformou em ícone para campanhas políticas na época.

Do ponto de vista simbólico, no logotipo do governo podem estar representados os movimentos de direita, que, desde 2013, vêm ressignificando os símbolos nacionais, como o verde e amarelo da bandeira do Brasil. Ainda, resgata os aspectos da ditadura, especialmente o ufanismo, ao destacar diferentes elementos representativos da nação e transmitir a mensagem de apagamento do inimigo a partir de uma nova era. Conforme Ferreira (2019), a linha que divide o logotipo e faz surgir a bandeira brasileira como um novo sol traz o *dégradé* como um elemento fantástico, dando uma ideia de mágico, messiânico, quase religioso.

Ao escolher o logotipo de seu governo, o presidente Jair Messias Bolsonaro não esconde a intenção de privilegiar a comunicação com a parcela da população que o apoia. O texto de apoio torna clara a estratégia de propaganda, apresentando a visão parcial sobre a realidade brasileira e ignorando a premissa da impessoalidade que se espera de um governante. Esteves (2011) destaca que a publicidade, um dos processos comunicacionais que permitem a produção da vontade coletiva, diz respeito à visibilidade e também ao uso público da razão, no sentido de produzir argumentos que sejam aceitos por todos os integrantes do debate. Sob esse aspecto, o logotipo faz uso de elementos que, ao invés de promover a publicidade em seu sentido forte, cumprindo a normativa esperada para a comunicação pública, aciona simbologias que prejudicam a possibilidade de entendimento dos públicos.

O ufanismo suscitado pelo logotipo é mais um aspecto que evidencia a escolha do governo pela passionalidade e pela propaganda em prejuízo à racionalidade e à publicidade. O sentimento patriótico é uma das características destacadas por Rosanvallon (2020) para definir o populismo moderno a partir do nacional-protecionismo e do regime de paixões e emoções.

O texto de apoio exclui o diálogo com uma parcela da população que, a seu ver, está alinhada com os inimigos sugeridos – aqueles que, supostamente, promovem a corrupção, a impunidade, a doutrinação nas escolas e a erotização das crianças - e faz alusão aos movimentos conservadores de direita, que vêm ganhando força desde as chamadas Jornadas de Junho, em 2013 (FABRINO, 2017), se posicionando abertamente a favor da diminuição de políticas públicas sociais igualitárias e da repressão à discussão sobre as questões de gênero e de raça. As características morais atribuídas ao suposto inimigo que dominava o Brasil até que o país fosse “resgatado” pelo governo Bolsonaro, sugerido na expressão do texto de apoio “*Fomos às urnas para resgatar o Brasil*”, têm relação direta com a retórica de guerra cultural

(SILVA, 2018). A autora esclarece que a narrativa traz a ideia de que o socialismo estaria se infiltrando na sociedade por meio da educação e da cultura, a partir da doutrinação ideológica nas escolas e da erotização das crianças, afirmação que faz referência à chamada “ideologia de gênero”, nomenclatura cunhada por militantes e pensadores de direita para referenciar o debate sobre a diversidade de gênero. Segundo eles, o objetivo seria destruir os valores familiares judaico-cristãos para possibilitar a implementação do comunismo.

5.3 Campanhas publicitárias dos ministérios e do governo

As temáticas de campanha são trabalhadas a partir das diretrizes do governo e refletem as suas prioridades em políticas públicas e ações governamentais. Assim, interessa verificar a presença de campanhas com temática moralista na comunicação do governo Bolsonaro.

A pesquisa sobre as campanhas publicitárias do governo tem caráter descritivo e buscou identificar, entre todas as campanhas produzidas, aquelas que tratam de *temas sensíveis*. Vale destacar a dinâmica das campanhas publicitárias no atual governo. A SECOM tem em seu repositório campanhas relacionadas à atuação geral do governo, como a série intitulada “agenda positiva”, que apresenta ações governamentais nos estados, a campanha de divulgação da nova previdência social e aquela sobre o Coronavírus. As campanhas publicitárias relacionadas diretamente aos ministérios se encontram nos repositórios das pastas, tanto nos sites próprios quanto nas redes sociais de cada um dos ministérios, em especial no Youtube.

O quadro 17 apresenta o número total de campanhas promovidas por ministério e, entre elas, as que se relacionam com algum tema sensível definido para a pesquisa (quadro 14). Ao total, o governo tem 86 campanhas encontradas nos repositórios dos ministérios e da SECOM no período de 01/01/2019 a 30/06/2020, sendo que, dessas, 20 se referem aos *temas sensíveis* definidos para esta pesquisa.

Quadro 17– 86 campanhas de governo sobre temas sensíveis – 2019-2020

Ministério	Total de campanhas	Campanhas sobre temas sensíveis	Ano	Nome da campanha sobre tema sensível	Tema
SECOM	4	1	2020	Coronavírus	Comportamento referente à ciência
Agricultura	4	1	2020	Mapa contra o coronavírus	Comportamento referente à ciência
Cidadania	4	2	2019	Campanha criança feliz	Crianças

			2020	Assédio não tem desculpa	Sexualidade, menções à mulher
Defesa	2	0	-	-	-
Economia	4	0	-	-	-
Educação	7	2	2020	Coronavírus	Comportamento referente à ciência
			2020	Conta pra mim	Família, crianças
Infraestrutura	1	0	-	-	-
Justiça e Segurança Pública	5	2	2020	Campanha contra o Tráfico de Pessoas	Exploração sexual, violência
			2019	Em frente Brasil	Violência
Mulher, da Família e dos Direitos Humanos	8	6	2019	Abrace o Marajó	Exploração sexual, crianças
			2019	Salve uma mulher	Violência doméstica, menções à mulher
			2019	Campanha Acolha a Vida	Suicídio
			2020	Campanha de conscientização e enfrentamento à violência doméstica na pandemia	Violência doméstica
			2020	Concurso - "Pequenos heróis contra o vilão coronavírus"	Crianças, comportamento referente à ciência
			2020	Maio Laranja - Combate ao abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes	Exploração sexual, crianças
Saúde	30	9	2020	Outubro Rosa	Menções à mulher
			2020	Coronavírus	Comportamento referente à ciência
			2020	Usar camisinha é uma resposta de todos	Sexualidade
			2020	Adolescência primeiro, gravidez depois	Gravidez, sexualidade, criança, comportamento referente à ciência
			2020	E se? Campanha AIDS	Sexualidade
			2019	#SóComCamisinha - campanha IST	Sexualidade
			2019	Outubro Rosa	Menções à mulher
			2019	Dê um like na vida - combate à depressão	Suicídio
			2019	Campanha amamentação	Amamentação
			2019	Use camisinha - carnaval	Sexualidade

Meio Ambiente	4	2		Juntos contra o Coronavírus	Comportamento referente à ciência
			2019	Amazônia pelo Brasil	Comportamento referente à ciência
Minas e Energia	1	0	-	-	-
Turismo	12	4	2020	O Brasil espera por você	Comportamento referente à ciência
			2020	Não cancele, remaque	Comportamento referente à ciência
			2020	Selo Turismo Responsável	Comportamento referente à ciência
			2019	Exploração sexual no turismo	Exploração sexual

Fonte: Elaboração própria (2020).

No quadro, é apresentado o número geral de campanhas publicitárias do governo em relação àquelas pertinentes aos temas definidos como sensíveis pela pesquisa. Entre as 86 campanhas encontradas, 28 dizem respeito a temas ligados a comportamento e modos de viver em sociedade.

O tema sensível mais acionado é *Comportamento referente à ciência*, com 11 ocorrências. O tema aparece em cinco ministérios diferentes e mais a SECOM, e em 10 das 11 vezes está relacionado à pandemia do novo Coronavírus. A SECOM e os ministérios da Educação, Saúde e Meio ambiente realizaram campanhas de prevenção ao vírus. O Ministério do Turismo promoveu três campanhas relacionadas ao Coronavírus, duas no sentido de mitigar os cancelamentos de reservas e uma lançando o selo Turismo Responsável, que certifica o estabelecimento turístico como seguidor dos protocolos sanitários. O Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos aborda o Coronavírus no contexto de uma campanha de máscaras para crianças. A imagem 11 ilustra a campanha:

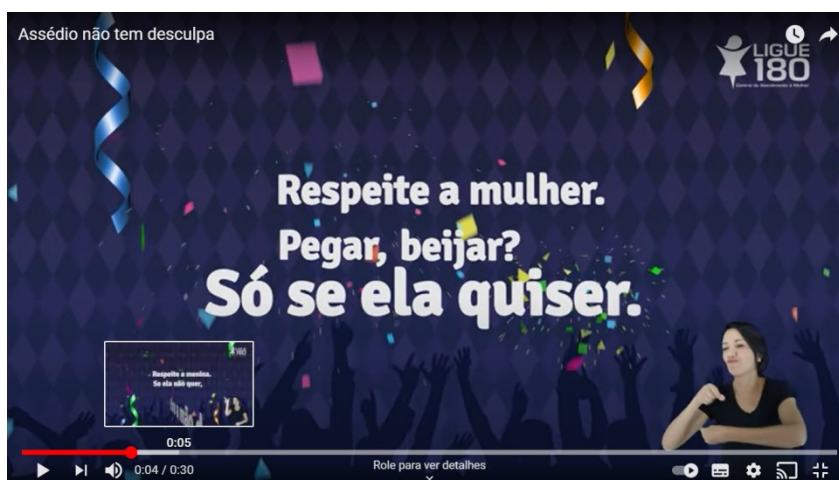
Imagem 11 – Frame do vídeo institucional da campanha “Pequenos heróis contra o vilão Coronavírus”



Fonte: Jornal O Estado de Minas (2020)⁹³

Em seguida, aparece o tema *Menções à Mulher*, com 8 abordagens. A mulher aparece no contexto da violência doméstica, na “Campanha de conscientização e enfrentamento à violência doméstica na pandemia”, promovida pelo Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos; da exploração sexual, caso da campanha do Ministério da Segurança, dos cuidados com a saúde e ligada à maternidade, nas campanhas do Ministério da Saúde, e da sexualidade, como na campanha “Assédio não tem desculpa” promovida pelo Ministério da Cidadania. A imagem 12 é parte do vídeo institucional da campanha, promovida no contexto do carnaval:

Imagem 12 – Frame do vídeo institucional da campanha “Assédio não tem desculpa”



⁹³ CAMPOS, Luis Henrique. Ministério da Mulher divulga que premiação a crianças será após a pandemia. *O Estado de Minas*, 01 jul. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3At7lhB>. Acesso em: 16 maio 2020.

Fonte: Canal Ministério da Cidadania (2019)⁹⁴

As temáticas *Sexualidade* e *Crianças* ocupam a colocação entre os temas sensíveis, com seis acionamentos. *Sexualidade* tem cinco acionamentos pelo Ministério da Saúde e um pelo Ministério da Cidadania, com a já mencionada campanha “Assédio não tem desculpa”. *Criança* é abordada em diferentes contextos e ministérios: no de Cidadania, “Criança feliz” que se dispõe a levar informações às famílias sobre a educação das crianças; no de Educação, o programa “Conta pra mim”, estimula a literacia familiar; A exploração sexual infantil é abordada pelo Ministério do Turismo e pelo Ministério da Mulher Família e Direitos Humanos, que também aborda as crianças no já apresentado concurso de máscaras do Coronavírus. A campanha “Adolescência primeiro, gravidez depois”, promovida pelo Ministério da Saúde, foi feita em parceria com o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, de Damares Alves, e relaciona o tema da infância à sexualidade, sugerindo a abstinência sexual entre os jovens como forma de prevenir a gravidez. O slogan da campanha, “tudo tem seu tempo”, sugere o adiamento do início da vida sexual dos jovens. A imagem 13 traz a peça gráfica principal da campanha.

Imagem 113– Peça Gráfica campanha *Adolescência primeiro, gravidez depois*



Fonte: Brasil (2020).⁹⁵

As peças da campanha estão disponíveis no *site* do Ministério da Saúde para *download* e apresentam a narrativa de atividades disponíveis para os jovens.

⁹⁴ ASSÉDIO não tem desculpa. 02 fev. 2020. 1 vídeo (30 s). Publicado no canal Ministério da Cidadania. <https://bit.ly/3ArwVU2>. Acesso em: 20 set. 2021.

⁹⁵ BRASIL. *Prevenção a gravidez*. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46274-prevencaogravidez-2020>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Especialistas foram unânimes em dizer que a estratégia não é eficaz. Em nota, a Federação brasileira de Ginecologia e Obstetrícia (FEBRASGO), afirmou que a mensagem não tem aderência entre os jovens e que é negativa a imposição da abstinência sexual como modelo de comportamento⁹⁶. A entidade afirma que, sem o reforço das ações comprovadamente eficazes para a diminuição da gravidez na adolescência, como distribuição de métodos contraceptivos de longa duração, é muito pouco provável que haja melhoria dos números relacionados à questão. A campanha, portanto, representaria desperdício de dinheiro público, que poderia estar sendo aplicado em outras ações chanceladas pela ciência. A presença de uma diretriz moralista em detrimento das evidências científicas fere um dos princípios basilares da comunicação pública, a racionalidade. Com isso, desequilibra os três processos comunicacionais que são meios para a produção da vontade coletiva, cerne do interesse público (ESTEVEZ, 2011).

Embora as *Questões religiosas* não tenham aparecido como temática das campanhas, em pelo menos uma delas a presença religiosa é explícita. A campanha “Abrace o Marajó”⁹⁷, promovida pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, divulga o projeto para desenvolver a região da Ilha do Marajó e reverter o cenário de exploração sexual infantil. O vídeo institucional apresenta as características do Pará e conta a dinâmica da exploração das crianças na Ilha. Em seguida, são entrevistadas duas freiras. Elas declaram que “aqui nós temos apenas Jesus, psicólogo dos psicólogos, Senhor dos senhores, para nos ajudar a soerguer essas crianças. Eu acredito que esse grito do *Abrace o Marajó* foi um grito de Deus”. Na imagem 14, é apresentado o momento da entrevista.

⁹⁶FEBRASGO. *Posicionamento da FEBRASGO sobre a campanha de prevenção da gravidez na adolescência “Adolescência primeiro, gravidez depois”*. São Paulo, 27 fev. 20. Disponível em: <https://www.febrasgo.org.br/pt/noticias/item/939-posicionamento-da-febrasgo-sobre-a-campanha-de-prevencao-da-gravidez-na-adolescencia-adolescencia-primeiro-gravidez-depois>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁹⁷ABRACE o Marajó. 30 set. 2019. 1 vídeo (4 min 19 s). Publicado no canal Mulher, família e direitos humanos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0jNdr-CScIQ>. Acesso em: 20 abr. 2021.

Imagem 14 – Trecho do vídeo institucional da campanha Abrece o Marajó



Fonte: Canal Mulher, família e direitos humanos (2019).⁹⁸

Ao final do vídeo, são elencadas ações que o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos faria para mudar a realidade do local, como palestras de conscientização e investimentos na região. Na apresentação do projeto, em julho de 2019, a ministra Damares Alves declarou que os investimentos incluíam levar uma fábrica de calcinhas para o Marajó, pois, segundo ela, as meninas de lá seriam estupradas porque não tinham calcinhas⁹⁹.

A partir do depoimento das religiosas entrevistadas, é feita a relação da Igreja como ocupante de um espaço deixado vago pelo Estado. O tema é abordado por Genro (2019), quando busca esclarecer o crescimento do segmento evangélico nas periferias. Segundo a autora, diante das incertezas e da escassez, as Igrejas oferecem acolhimento e ocupam o espaço deixado pelo Estado no serviço de apoio à população. A menção a Jesus como o grande psicólogo a que as freiras recorrem para dar suporte às crianças abusadas ilustra bem o papel central da religião na realidade retratada. A presença das religiosas no vídeo institucional apresenta a religião como parte da estratégia de comunicação da campanha. Muito embora o princípio do Estado laico preveja a cooperação entre instituição religiosa para promoção do interesse público (CONSTITUIÇÃO, 1988), o destaque aos elementos divinos, tanto por meio da

⁹⁸ABRACE o Marajó. 30 set. 2019. 1 vídeo (4 min 19 s). Publicado no canal Mulher, família e direitos humanos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0jNdr-CScIQ>. Acesso em: 20 abr. 2021.

⁹⁹DAMARES justifica abuso de meninas por falta de calcinhas. *Carta Capital*, São Paulo, 2 jul. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/damares-justifica-abuso-de-meninas-por-falta-de-calcinhas/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

fala das freiras quanto pelos símbolos presentes na imagem, como a cruz e as vestimentas, estabelece identificação com o público cristão, ignorando a universalidade que deve compor a comunicação pública, e indica a posição do governo em relação à religiosidade, abertamente a favor de um segmento religioso específico, o cristão, o que fere o princípio do Estado laico.

5.4. A agenda presidencial

Neste subcapítulo, serão apresentados os resultados da pesquisa descritiva referente à presença religiosa na agenda presidencial. Disponível no *Portal Planalto*, ela dá publicidade a encontros e visitas realizados pelo presidente Jair Bolsonaro. Segundo Britto e Fontes (2002) os encontros e os eventos são veículos aproximativos, na medida em que mantêm a compreensão mútua entre os interessados. Por essa razão, a opção pelo levantamento acerca das agendas religiosas do presidente se deu por ser um indicativo para avaliar o espaço que as instituições religiosas ocupam nessa agenda e quais grupos são privilegiados. Dessa forma, reflete as diretrizes governamentais e revela quem são os atores com mais proximidade do Palácio do Planalto.

O levantamento realizado buscou identificar os momentos dedicados à religião entre os compromissos oficiais do presidente. Os tipos de agenda foram classificados da seguinte forma: encontro com autoridades religiosas, encontro com políticos religiosos, eventos religiosos e visitas a símbolos religiosos. Os dados levantados receberam a classificação por religião. Os resultados podem ser observados na tabela 3.

Tabela 3 – Agendas religiosas do presidente Bolsonaro por religião e tipo de encontro

Religião	Encontro com autoridade religiosa	Eventos religiosos	Encontro com político religioso	Visita a símbolo religioso	Total	%
Evangélico	17	13	11	1	42	73,68
Católico	3	2	0	2	7	12,28
Cristão	1	4	0	1	6	10,53
islâmico	0	1	0	0	1	1,75
Judeu	0	0	0	1	1	1,75
Matriz afro	0	0	0	0	0	0
Espiritualistas	0	0	0	0	0	0
total	21	20	11	5	57	100
%	36,84	35,09	19,30	8,77	100	

Fonte: Elaboração própria (2021).

Foram encontradas 57 agendas relacionadas à religião no período de interesse da pesquisa. O levantamento feito com base em um mês de atividades demonstrou que a média de agendas presidenciais é de quatro por dia. Em 17 meses, ou 510 dias, desconsiderando um mês devido a férias, calcula-se que o presidente Jair Bolsonaro esteve em, aproximadamente, 2040 agendas. As agendas religiosas correspondem, portanto, a 2,8% do universo de agendas realizadas.

Considerando as seis maiores religiões do Brasil e mais a denominação cristã, que abrange tanto católicos quanto protestantes, o presidente Jair Bolsonaro dedicou 96% do tempo aos grupos de evangélicos, católicos e cristãos. Como agendas cristãs, consideram-se aquelas que cultuam e valorizam símbolos do cristianismo, como a visita à Basílica do Santo Sepulcro, realizada por Bolsonaro em 1º de abril de 2019, durante viagem ao Estado de Israel, e celebrações como Páscoa e Natal. Mais de 70% dos compromissos religiosos do presidente foram voltados às denominações evangélicas, sendo que os encontros com pastores, grupos evangélicos e outras autoridades religiosas foram os mais realizados. Logo em seguida, aparecem os eventos religiosos, em sua maior parte cultos em Igrejas neopentecostais e no próprio Palácio do Planalto, como o Culto de Ação de Graças, realizado em 17 de dezembro de 2019, que reuniu 500 pessoas, entre políticos, líderes de denominações evangélicas e convidados. Na plateia, estavam presentes os embaixadores dos Estados Unidos, Todd Chapmans, e de Israel, Yossi Shelley. Em outro evento, dessa vez fora dos prédios públicos, em uma Igreja na cidade de Manaus, ocorreu o evento denominado “Culto de gratidão a Deus pela vida do senhor Presidente”.

A sequência de encontros com líderes religiosos dos mais diversos grupos organizados das denominações evangélicas, como o presidente da Academia evangélica de Letras do Brasil, Guilhermino Silva da Cunha, e o presidente da Associação Brasileira de Mídias Evangélicas, Orli Rodrigues, e eventos como a “Conferência Nacional para Agentes Públicos e Políticos Cristãos da Frente Parlamentar Evangélica no Congresso Nacional” demonstram a presença e a valorização da religião nas relações governamentais. A grande quantidade de agendas dedicadas a denominações evangélicas, comparada ao pequeno percentual de agendas dedicadas a judeus e muçulmanos e à ausência de encontros com grupos da matriz africana e espiritualistas, aponta para o desrespeito ao princípio da laicidade do Estado, segundo o qual um Estado laico é aquele que não adota religião oficial e

garante a liberdade religiosa, sem interferir em assuntos religiosos e, em contrapartida, sem ser influenciado por nenhum viés unilateral religioso (CONSTITUIÇÃO, 1988).

No item “Encontro com político religioso”, todas as agendas foram realizadas com a Frente Parlamentar Evangélica (FPE) ou com políticos que fazem parte da bancada evangélica no congresso. Levando em conta as conclusões apresentadas por Dip (2018), de que a FPE atua no sentido de barrar as propostas inovadoras levadas à câmara para votação, é possível identificar os encontros exclusivos com políticos do segmento evangélico como mais um indício de que o governo segue uma política de retrocesso em relação à igualdade e ao respeito das subjetividades de cada indivíduo, pois corrobora o posicionamento da bancada evangélica, que é contra a descriminalização do aborto, a atualização do Estatuto da Família, que hoje só considera como família o núcleo formado por um homem e uma mulher, entre outras pautas do campo dos costumes. A comunicação pública, nesse caso, é mais uma vez desrespeitada, já que o interesse público é desconsiderado para dar espaço aos pleitos do segmento religioso próximo do presidente. Bobbio (2007) chama esse fenômeno de *privatização do público*, em que instituições privadas articulam interesses dentro do sistema público como organizações semissoberanas. O primado do público, dessa forma, é ignorado, já que o bem comum é subordinado à soma dos bens individuais (BOBBIO, 2007, p. 24).

5.5 Os discursos presidenciais

Neste subcapítulo, serão apresentados os resultados da análise de conteúdo referente a três pronunciamentos públicos do presidente Jair Messias Bolsonaro de grande relevância e repercussão. O primeiro discurso, o de posse, tem relevância por ser a primeira fala oficial do presidente e conter o posicionamento central do seu mandato. O segundo discurso, o pronunciamento proferido durante a abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas de 2019, representa a comunicação de Bolsonaro à comunidade internacional e explicita as diretrizes governamentais referentes às relações exteriores do Brasil. Por fim, será analisado o primeiro pronunciamento em rede nacional a respeito da pandemia do Coronavírus, selecionado por sua importância histórica diante da maior crise sanitária dos últimos 100 anos.

Para identificar os assuntos abordados em cada uma das falas, foi utilizada a tecnologia do *software* Noivo, que é capaz de organizar as temáticas abordadas a partir de classificação prévia. Em seguida, é feita a leitura do conjunto de pronunciamentos. Ao final, os discursos são analisados a partir das categorias moralidade e religiosidade.

5.5.1 Discurso da Posse (1º de janeiro de 2019)

Jair Messias Bolsonaro tomou posse como presidente da República em 1º de janeiro de 2019, após sair vitorioso em uma eleição marcada pela polarização política. O discurso de posse durou cerca de dez minutos e foi composto por 1.140 palavras. Nele, Bolsonaro buscou reafirmar o compromisso com seus eleitores e evocou as pautas que o ajudaram a chegar à vitória no pleito eleitoral¹⁰⁰.

O corpo discursivo é composto por cinco partes. A primeira, após as saudações, resgata a própria história, começando pelo atentado à faca durante as eleições, do qual Deus o teria salvado para que pudesse cumprir a missão de comandar o Brasil. Em seguida, cita os 28 anos de mandato como deputado para então se apresentar como alguém fortalecido, emocionado e grato aos brasileiros por terem confiado a ele o governo do Brasil. A segunda parte do discurso ocupa 13 parágrafos, entre os 34 relativos ao conteúdo (desconsiderando as saudações) e trata de temas relacionados à moralidade e ao nacionalismo. Nesse momento, os congressistas são convocados a “ajudarem na missão de restaurar e de reerguer nossa pátria, libertando-a, definitivamente, do jugo da corrupção, da criminalidade, da irresponsabilidade econômica e da submissão ideológica”. O tema do patriotismo é o mais acionado, com cinco referências, relativas à “esperança dos compatriotas”, afirmando que “a campanha eleitoral se transformou em um momento cívico” e que “os inimigos da pátria e da liberdade tentaram pôr fim à minha vida”. O grupo de *temas sensíveis* relacionados a comportamento está condensado em um parágrafo, em que afirma:

Vamos unir o povo, valorizar a família, respeitar as religiões e nossa tradição judaico-cristã, combater a ideologia de gênero, conservando nossos valores. O Brasil voltará a ser um país livre das amarras ideológicas (BOLSONARO, 2019).

¹⁰⁰ O discurso de posse na íntegra encontra-se no anexo 1 da pesquisa.

O presidente finaliza o raciocínio se comprometendo a construir uma sociedade sem divisões, para, em seguida, afirmar que o governo será pautado pela “vontade soberana daqueles brasileiros que querem boas escolas, capazes de preparar seus filhos para o mercado de trabalho e não para a militância política”. Com isso, promove, justamente, uma divisão entre os brasileiros que querem boas escolas para preparar os filhos para o mercado de trabalho e aqueles que, supostamente, gostariam que as escolas preparassem os alunos para a militância política. No discurso, deixa claro que o governo será destinado aos seus eleitores.

Os *temas sensíveis* seguem sendo abordados no início da terceira parte do discurso, dedicada à defesa do armamento e das forças de segurança. O termo “cidadão de bem” é acionado ao argumentar sobre a liberação de porte armas. Em seguida, acena para as forças de segurança, pedindo apoio ao Congresso para “dar o respaldo jurídico para os policiais realizarem seu trabalho” (BOLSONARO, 2019). Somente após tratar dos temas a respeito de si mesmo, das questões morais e das forças de segurança, o presidente entra na temática das políticas públicas do governo, citando a formação de uma equipe técnica e destacando as medidas econômicas que pretende tomar. Para finalizar, refere-se ao futuro da nação e divide com os poderes Legislativo e Judiciário a responsabilidade em realizar as promessas citadas no discurso, afirma que uma de suas prioridades é defender a democracia e retoma, ainda, a referência aos adversários, mencionando que a construção de uma nova nação requer “a ruptura com práticas que se mostram nefastas para todos nós, maculando a classe política e atrasando o progresso” (BOLSONARO, 2019). Posiciona-se como representante de um novo capítulo na história do Brasil.

Em relação à abordagem geral, a tabela 4 apresenta o percentual de ocorrência de cada uma das temáticas.

Tabela 4– Ocorrências de temas e atores no discurso de posse

Tema	Ocorrências	%
Atores e personalidades		
Poder Legislativo	5	55,56
Poder Judiciário	2	22,22
Personalidades públicas	1	11,11
Poder Executivo	1	11,11
Total	9	100,00
Temas sensíveis		
Questões religiosas	9	47,37
Violência	3	15,79
Infância	2	10,53
Comportamento referente a adversários	1	5,26
Direitos Humanos	1	5,26
Família	1	5,26
Gênero e sexualidades	1	5,26
Moral e costumes	1	5,26
Total	19	100,00
Temas políticos		
Brasil	10	28,57
Ideologia	5	14,29
Regime político	4	11,43
Forças de segurança	4	11,43
Presidente da República	4	11,43
Corrupção	2	5,71
Justiça e segurança	2	5,71
Sistema econômico	2	5,71
Educação	1	2,86
Meio ambiente	1	2,86
Total	35	100

Fonte: Elaboração própria (2021).

Entre os *temas sensíveis*, as *questões religiosas* representam 47% das citações. Bolsonaro cita Deus sete vezes e as instituições religiosas mais duas vezes, permeando todo o discurso com referências religiosas. Em seguida, aparece a *violência*, com 15,8% dos *temas sensíveis*, relacionada à defesa do armamento civil e ao pedido de “respaldo jurídico para que as forças de segurança consigam realizar seu trabalho” (BOLSONARO, 2019), em uma clara referência ao excludente de ilicitude. Por fim, aparece o tema *Infância*, com 10% das citações, relativo às menções sobre doutrinação ideológica nas escolas. O tema político mais acionado, com 28% das referências dentro desse universo, foi *Brasil*, que engloba patriotismo, soberania nacional e desenvolvimento/futuro do país. Ao total, foram seis referências sobre o tema. Com 14,3% das abordagens em temas políticos está a *ideologia*, que tem quatro referências sobre a esquerda e uma sobre direita. O discurso de posse tem um tom

ufanista e reforça as promessas de campanha, promovendo a percepção de que o governo será destinado aos seus apoiadores (CRAIDE, 2019).

5.5.2 Discurso da ONU (24 de setembro de 2019)

O discurso de Bolsonaro na abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas, em 24 de setembro de 2019, é o primeiro pronunciamento como representante do Brasil no maior evento da principal instituição internacional do mundo. O evento ocorreu em meio à crise ambiental brasileira provocada pelas queimadas na Amazônia, que resultou em problemas diplomáticos, especialmente com a França. Não por acaso, o pronunciamento do presidente nessa ocasião teve um tom bélico e calcado em posições ultradireitistas. O texto continha mais de 2,8 mil palavras e abordava amplamente *temas sensíveis*, ambientais, a questão indígena e os inimigos, incluindo alguns dos países que estavam na plateia¹⁰¹.

As primeiras 500 palavras do texto foram relacionadas a inimigos. Bolsonaro afirma que sua chegada ao poder salvou o Brasil do socialismo, que estaria levando o país a altas taxas de corrupção, criminalidade e à subversão de valores familiares e religiosos. Critica Cuba e o programa “Mais Médicos” para, em seguida, relacionar a suposta ameaça iminente que o Brasil sofria até sua vitória no pleito eleitoral com a realidade da ditadura venezuelana. Mencionou também o Foro de São Paulo, que seria uma organização criminosa chefiada por Fidel Castro, Lula e Hugo Chávez.

O presidente falou rapidamente sobre política externa para então abordar o assunto relacionado ao país mais debatido naquele cenário, as queimadas na Amazônia. Bolsonaro fez declarações contrárias às evidências científicas e negou que o país estivesse passando por uma crise ambiental, disse que as queimadas tinham causas naturais e responsabilizou os indígenas pelos focos de incêndio. Afirmou, ainda: “os ataques sensacionalistas que sofremos por grande parte da mídia internacional devido aos focos de incêndio na Amazônia despertaram nosso sentimento patriótico”. Citou Donald Trump como exemplo de defensor da soberania nacional.

A temática das questões indígenas também predominou no discurso, com quase 500 palavras. Ele se posicionou abertamente contra a demarcação de terras indígenas e manipulou dados para defender o uso de terras pelo agronegócio,

¹⁰¹ O discurso da ONU encontra-se no anexo 2 desta pesquisa.

comparando a produção alemã e francesa de alimentos com a do Brasil. Acusou lideranças indígenas que fazem oposição a seu governo, como o Cacique Raoni, de estarem interessadas nas riquezas minerais do território e não no povo indígena. Falou, ainda, sobre criminalidade e terrorismo, política externa e dedicou espaço privilegiado para abordar a perseguição religiosa e defender a fé. Criticou o politicamente correto e, chegando ao final, retomou a questão moral e ideológica, afirmando:

A ideologia se instalou no terreno da cultura, da educação e da mídia, dominando meios de comunicação, universidades e escolas. A ideologia invadiu nossos lares para investir contra a *célula mater* de qualquer sociedade saudável, a família. Tentam ainda destruir a inocência de nossas crianças, pervertendo até mesmo sua identidade mais básica e elementar, a biológica (BOLSONARO, 2019).

A citação é uma clara referência à retórica do marxismo cultural e exprime a sua convicção de que o debate a respeito de questões de gênero e direitos humanos é fruto de manipulação: “A ideologia invadiu a própria alma humana para dela expulsar Deus e a dignidade com que Ele nos revestiu” (BOLSONARO, 2019). Para ele, o direcionamento da sociedade para garantia de autonomia do indivíduo orientado à livre expressão é contrário aos desígnios divinos e deve ser combatido. O fechamento do discurso é um ataque à própria ONU. Bolsonaro cita o versículo de João 8:32, “E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”, para conclamar a ONU a derrotar o que, segundo ele, seria o ambiente materialista e ideológico que comprometeria os princípios da liberdade humana, para em seguida se posicionar contra o globalismo:

Não estamos aqui para apagar nacionalidades e soberanias em nome de um “interesse global” abstrato. Esta não é a Organização do Interesse Global! É a Organização das Nações Unidas. Assim deve permanecer! (BOLSONARO, 2019).

A contagem das temáticas abordadas deixou claro o caminho percorrido pelo presidente. A tabela 5 apresenta os resultados obtidos a partir da análise dos conteúdos.

Tabela 5 – Ocorrências de temas e atores no discurso da ONU

Tema	Ocorrências	%
Atores e personalidades		
Relações internacionais	42	71,19
Personalidades públicas	8	13,56
Relações com a imprensa	5	8,47
Entidades - movimentos sociais	2	3,39
Partidos políticos	1	1,69
Poder Legislativo	1	1,69
Total	59	100
Temas sensíveis		
Comportamento referente aos adversários	26	44,83
Questões indígenas	8	13,79
Questões religiosas	7	12,07
Direitos humanos	3	5,17
Comportamento referente à ciência	2	3,45
Família	2	3,45
Gênero e sexualidade	2	3,45
Infância	2	3,45
Pobreza - miséria	2	3,45
Violência	2	3,45
Moral e costumes	1	1,72
Questões sobre a mulher	1	1,72
Total	58	100
Temas políticos		
Meio ambiente	15	28,30
Brasil	8	15,09
Sistema econômico	8	15,09
Justiça e segurança	6	11,32
Regime político	5	9,43
Forças de segurança	4	7,55
Corrupção	3	5,66
Ideologia	2	3,77
Efemérides	1	1,89
Presidência da República	1	1,89
Total	53	100

Fonte: Elaboração própria (2021).

Os atores internacionais foram mencionados 42 vezes, sendo a ONU a mais citada, com oito referências, seguida por Cuba, com cinco, e Venezuela e Estados Unidos, com quatro menções cada. Nesse aspecto, é possível ver como o governante brasileiro privilegia o conflito e tem inimigos bem definidos, já que Cuba e Venezuela são mencionadas como adversários do governo.

Entre os *temas sensíveis*, o *comportamento referente a adversários* ocupa quase metade das ocorrências (44%), seguido de *questões indígenas* (13%) e

questões religiosas (12%). Esses três correspondem a mais de 70% dos *temas sensíveis* acionados. *Direitos humanos, comportamento referente à ciência, família, gênero e sexualidade, infância, pobreza, violência, moral e costumes* e *questões sobre a mulher* completaram os *temas sensíveis*, com 29,3%.

A respeito dos *temas políticos*, o foco de Bolsonaro foram as questões relacionadas ao *meio ambiente*, com 28,3% do total. O resultado reflete o cenário daquele momento, em que o governo brasileiro estava sendo acusado de não agir em relação ao desmatamento e às conseqüentes queimadas na Amazônia. O *patriotismo* e a *soberania nacional*, presentes no tema *Brasil*, correspondem a 15% das codificações em *temas políticos*, estiveram presentes em grande parte do discurso e foram usados como o principal argumento para rebater as acusações em relação à Amazônia. A terceira ocorrência, *sistema econômico*, está predominantemente relacionada à menção ao comunismo e aparece diretamente relacionada a dois dos atores mais citados, Cuba e Venezuela, demonstrando o tom bélico e agressivo do discurso.

A fala proferida pelo presidente na ONU abordou as questões sem, em nenhum momento, apresentar evidências científicas ou comprovação das afirmações, incitou o conflito contra outros países e acusou a ONU de estar a serviço de um projeto ideológico. Em seu pronunciamento internacional, o presidente levou a público as teorias conspiratórias que permeiam seu direcionamento de governo, a falta de diplomacia para lidar com questões internacionais, a intenção de atacar abertamente atores políticos de oposição e o posicionamento ultraconservador, contrário aos princípios de racionalidade, autonomia e livre debate de ideias.

É interessante observar o acionamento dos *temas sensíveis*, como a referência a adversários e questões religiosas, relacionados a *temas políticos*, utilizando aqueles para reforçar ou mesmo justificar esses, tanto que são encontradas mais ocorrências de temas sensíveis do que de temas políticos. A observação revela a estratégia recorrente da comunicação governamental, em que o medo, representado pelos adversários, e a arbitrariedade doutrinária, presente a partir da associação divina, substituem a coerência e a racionalidade que deveriam reger o discurso presidencial (VERDÉLIO, 2019).

5.5.3 Primeiro pronunciamento sobre o Coronavírus (24 de março de 2020)

O terceiro discurso analisado é o primeiro pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro em rede aberta de rádio e televisão a respeito da pandemia do Coronavírus. Apesar de curto, com apenas 572 palavras, devido ao tempo limitado de transmissão, de cinco minutos, a fala expressou os posicionamentos do presidente referentes a vários aspectos da pandemia¹⁰².

O discurso abordou cinco temáticas relacionadas. Ele abriu a fala destacando as ações do Ministério da Saúde para o combate ao Coronavírus. A imprensa recebeu considerável espaço, sendo acusada de incitar o pânico e a histeria ao anunciar a situação da Itália, que, segundo o presidente, teria condições climáticas e populacionais diferentes das do Brasil e, portanto, não serviria como referência. Em um terceiro momento, o foco foi as críticas ao isolamento social, sob argumentos de que a doença só seria fatal a idosos e grupos de risco, e a governadores e prefeitos que decidiram pelo *lockdown*, em um apelo para que todos voltassem à normalidade para salvar empregos. Nesse momento, aproveitou para provocar, indiretamente, a Rede Globo e o Dr. Drauzio Varella.

Outro ponto de destaque foi a defesa da hidroxicloroquina, a partir do argumento de que o governo estaria recebendo retornos positivos a respeito do uso do medicamento, que estaria em fase de testes. O presidente finaliza afirmando acreditar que Deus “capacitará cientistas e pesquisadores do Brasil e do mundo na cura desta doença” (BOLSONARO, 2020) e agradecendo aos profissionais de saúde.

O levantamento a respeito dos temas abordados está descrito na tabela 6.

¹⁰² O pronunciamento sobre o Coronavírus encontra-se no anexo 3 desta pesquisa.

Tabela 6– Ocorrências de temas e atores no pronunciamento sobre o Coronavírus

Tema	Ocorrências	%
Atores e personalidades		
Relações com a imprensa	3	60
Poder Executivo	1	20
Relações internacionais	1	20
Total	5	100
Temas sensíveis		
Comportamento referente à ciência	3	42,86
Comportamento referente a adversários	2	28,57
Questões religiosas	2	28,57
Total	7	100
Temas políticos		
Coronavírus	11	84,62
Ações de combate ao coronavírus	1	
Cloroquina	1	
Covid do presidente	1	
Empregos	2	
Fechamento do comércio	1	
Idosos-grupo de risco	1	
Isolamento social	1	
Profissionais de saúde	1	
Proteção à vida	1	
Repatriação	1	
Brasil	1	7,69
Educação - ciência	1	7,69
Total	13	100

Fonte: Elaboração própria (2021).

Os resultados indicam que a *imprensa* é o ator mais acionado, com três ocorrências, seguido de *relações internacionais*, mais especificamente a Itália, e do *Poder Executivo*, ao referir-se ao ministro da Saúde, cada um com uma referência cada. A imprensa é criticada por promover pânico e histeria, segundo Bolsonaro, que aciona o tom de conflito em relação a adversários. Em seguida, ele parabeniza a mesma imprensa pela mudança de discurso desde o dia anterior.

O tema político predominante é, obviamente, a *pandemia*, com 13 ocorrências. Bolsonaro traz a público os principais pontos de discussão no universo da pandemia. Após apresentar rapidamente as ações do governo para o combate ao vírus, ele deixa claro que o objetivo do pronunciamento é fixar o posicionamento presidencial acerca das medidas de prevenção e ao tratamento indicado para o vírus. O foco foi o uso de argumentos para corroborar a afirmação de que o isolamento social é desnecessário. A fala aciona o posicionamento contrário à ciência três vezes, já que especialistas apontam o isolamento social como a medida mais eficaz para conter a transmissão e,

assim, controlar a pandemia, e também refutam a ideia de que apenas idosos e grupos de risco devam ser isolados. A defesa do uso da hidroxicloroquina completa o grupo de posicionamentos contrários à ciência, pois o medicamento nunca teve eficácia comprovada cientificamente.

Outros temas políticos com ocorrência no discurso são Brasil, especificamente *patriotismo*, e *educação e ciência*, ao mencionar os cientistas. Ambos são associados ao tema sensível *questões religiosas*: ele pede a Deus que abençoe a pátria e, em outro momento, afirma sua crença de que Deus capacitará os cientistas. Outro tema sensível que aparece é *comportamento em relação aos adversários*, já que o presidente critica a imprensa e também os governadores e prefeitos que aderiram ao *lockdown*.

Jair Bolsonaro é o sujeito da interpretação dos três discursos, com poder de enunciado legitimado pelo cargo que ocupa. Em suas palavras, carrega a ideologia que representa e o poder que lhe foi conferido. As condições de produção dos referidos corpos discursivos são distintas. Se, no primeiro, a palavra lhe foi conferida para celebrar o início da gestão, o que torna o tom da fala mais festivo, no segundo pronunciamento o contexto é diferente em um evento internacional de grande magnitude em que a maior parte dos representantes dos países presentes olha com desconfiança para o presidente brasileiro. Na terceira fala, um contexto inesperado de grave crise sanitária induz à necessidade de que o líder do país se manifeste.

O contexto amplo do discurso presidencial, do qual fazem parte os três corpos discursivos, pode ser considerado a partir da série de protestos ocorridos em 2013, as chamadas Jornadas de Junho, que, conforme apresentado no capítulo sobre o objeto de pesquisa, consolidaram o trinômio PT/ Lula/ esquerda como inimigo da nação no imaginário social. As denúncias seletivas de corrupção contra o grupo e a narrativa acusatória, relacionando-o à perda de valores morais na sociedade, colaborou para uma guinada conservadora da sociedade. A intertextualidade dos discursos remonta à primeira eleição presidencial após o regime militar, em 1989, quando Luís Inácio Lula da Silva concorreu pela primeira vez a presidente da República, sendo derrotado por Fernando Collor de Mello. Já naquela época, a direita brasileira acionava o medo do comunismo para rejeitar a candidatura de Lula, associando o Partido dos Trabalhadores à desapropriação de bens da classe média e a outras consequências que a implantação do regime socialista acarretaria. A narrativa surge com força a partir do impeachment de Dilma Rousseff, em 2016, dessa vez diretamente ligada às questões morais e, por consequência, religiosas. O texto que costura todas as pautas morais e, na mesma linha, as progressistas, à ideia do comunismo é o chamado marxismo cultural. A retórica passa a ser utilizada tanto por autoridades religiosas,

especialmente neopentecostais, quanto por líderes de movimentos de direita para comprovar que a esquerda estaria a serviço do mal. Com isso, resgatam uma visão maniqueísta da sociedade.

5.5.4 Análise

A formação discursiva do conjunto de pronunciamentos apresentados se dá a partir da relação entre o cenário de um passado de desordem e caos generalizado com a salvação trazida no presente pelo mandato de Jair Bolsonaro, narrativa muito semelhante à apresentada por Machado (2000) quando analisou os programas da IURD na televisão brasileira. O medo é continuamente acionado a partir das referências aos inimigos, que seriam os responsáveis pelo passado obscuro e continuariam tentando destruir o presidente e a nação. As pautas sensíveis tomam a centralidade dos discursos, enquanto há um silenciamento de temas de interesse público referentes à fome, à pobreza, ao acesso à saúde e ao saneamento básico, problemas presentes no dia a dia da população brasileira. O silenciamento também ocorre em relação à ciência, que é desconsiderada em detrimento de convicções pessoais do presidente.

O viés moralista se expressa com bastante destaque nos discursos selecionados e demonstra coerência e continuidade à estratégia de comunicação apresentada no logotipo do governo e presente nas campanhas publicitárias utilizadas como exemplo. O nacionalismo é pauta relevante, com aclamações sobre patriotismo e soberania nacional, acionando mais uma vez elementos do populismo moderno, assim como a recorrência de referências aos adversários em tom de conflito, pessoalizando o discurso e trazendo para a cena política tensões que estão fora do campo institucional (ROSANVALLON, 2020). Os ataques à suposta doutrinação ideológica nas escolas e à erotização infantil ocupam espaço de destaque nos discursos de posse e da ONU e sintetizam a intenção do governo em dar prioridade à defesa de valores conservadores, que adotam a narrativa do marxismo cultural (SILVA, 2018).

A religiosidade é recorrente no discurso e aparece relacionada aos temas sensíveis. As associações divinas predominam, com a aclamação de Deus permeando as três falas. Identifica-se a presença da frase “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, bordão de campanha de Bolsonaro, duas vezes no discurso de posse, evidenciando a presença da dimensão privada em seu discurso. No discurso da ONU, há a menção à passagem bíblica do livro de João, capítulo 8, versículo 32, símbolo relacionado a religiões cristãs, para pautar o tema da busca pela verdade. No discurso

do Coronavírus, Bolsonaro afirma que Deus capacitará os cientistas para encontrar a cura da doença, exemplos nos quais a religiosidade é evidenciada a partir da utilização de argumentos divinos. Segundo Foucault (2014), a vontade da verdade é o que orienta os discursos há séculos, e é mascarada pela própria verdade. Na vontade da verdade, o que está em jogo é o poder (FOUCAULT, 2014). Ao relacionar verdade com doutrina religiosa, o presidente expressa a concepção de que a vida é calcada na justificativa divina e utiliza a religião como força constitutiva do poder.

A comunicação pública, assim, descaracteriza-se, já que a racionalidade perde a função norteadora dos processos de construção de sentido dos discursos estudados. O princípio da racionalidade, que confere sentido próprio à comunicação pública (ESTEVES, 2011), é constantemente tensionado nos discursos presidenciais. O posicionamento contrário à ciência, a partir de afirmações sem comprovação científica e até mesmo refutando os pareceres de especialistas, desrespeita a publicidade em seu sentido forte, que diz respeito à negociação dos entendimentos em público (MAIA, 2008). A esfera de discutibilidade pública se esvai, uma vez que a argumentação cooperativa não encontra espaço para ocorrer (GOMES, 2008).

Os três discursos são marcados pela passionalidade e pela personalização, fazendo uso da religiosidade, e levam a público o posicionamento do presidente travestido de ideais universais, apresentando uma visão parcial da realidade. Para tanto, Bolsonaro usa os discursos tal qual um conjunto de leitura, escritura, troca, que coloca em jogo os signos. O discurso se anula em sua realidade e coloca-se a serviço do significante (FOUCAULT, 2014). Dessa forma, as características de impessoalidade e laicidade esperadas de um governo são ignoradas, o que enfraquece o debate público. É possível afirmar, com isso, que os discursos de Bolsonaro não promovem a emancipação social; pelo contrário, estão a serviço do conservadorismo e do retrocesso.

5.6 Mídias digitais

Neste subcapítulo, é apresentado o levantamento numérico do alcance e do engajamento das redes sociais relacionadas ao Governo Federal e ao sistema de comunicação do governo. O engajamento médio é calculado a partir da média do total de reações dos dez últimos *posts* dividido pelo total de seguidores das páginas. Os

dados foram extraídos das páginas oficiais do Governo do Brasil¹⁰³, da SECOM¹⁰⁴ e da EBC¹⁰⁵ no Facebook, no Instagram¹⁰⁶¹⁰⁷¹⁰⁸, no Youtube¹⁰⁹¹¹⁰¹¹¹ e no Twitter¹¹²¹¹³¹¹⁴. O quadro 18 apresenta os números obtidos.

Quadro 18 – Números das mídias sociais institucionais do governo federal

Mídias sociais		Governo do Brasil	EBC	SECOM	Total redes institucionais
Facebook	Seguidores	2.051.950	141.708	124.090	2.317.748
	Engajamento médio (%)	0,012	0,017	0,5	0,18
Instagram	Seguidores	726.000	13.000	198.000	937.000
	Engajamento médio (%)	0,07	3,55	3,47	2,36
Twitter	Seguidores	445.900	166.800	227.100	839.800
	Engajamento médio (%)	0,013	0,008	0,54	0,19
Youtube	Seguidores	103.000	28.000	21.900	152.900
	Engajamento médio (%)	1,68	2,83	5,87	3,46

Fonte: Elaboração própria (2021).

Juntas, as três páginas representantes da comunicação institucional do governo nas redes sociais têm pouco mais de 2 milhões seguidores no Facebook, considerada a maior rede social em números absolutos do país. A página do Governo do Brasil concentra quase a totalidade dos seguidores no Facebook. O engajamento médio de todas as páginas institucionais nessa rede social é menor do que 0,2%, ou seja, a cada mil pessoas que seguem as páginas, duas interagem com as postagens.

¹⁰³ Disponível em: <https://www.facebook.com/governodobrasil>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/SecomVc>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/ebcnarede>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/governodobrasil/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/secomvc/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/ebcnarede/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/CanalPortalBrasil>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCdlJCo3CWXR3YMI6axedYgg>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/ebcnarede>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹¹² Disponível em: <https://twitter.com/govbr>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹¹³ Disponível em: <https://twitter.com/secomvc>. Acesso em: 8 abr. 2021.

¹¹⁴ Disponível em: <https://twitter.com/ebcnarede>. Acesso em: 8 abr. 2021.

No Instagram, o número de seguidores é menor, mas o engajamento é mais do que dez vezes maior do que no Facebook, seguindo a tendência geral da rede social, que vem apresentando nos últimos anos, de acordo com pesquisas da área, um crescimento das interações por postagens. Outro dado interessante referente à rede social é que tem havido uma migração da população mais jovem, até 30 anos, para o Instagram, tornando o Facebook a rede social em que estão as pessoas de maior faixa etária (ALVES, 2021).

O desempenho de interações do Governo do Brasil é o pior entre os três perfis no Instagram, o que nos mostra que, mesmo que a página seja a maior em número de seguidores, esses não acompanham as postagens. SECOM e EBC têm percentuais de engajamento equivalentes, mas, em números absolutos, a SECOM tem mais interações, já que possui 15 vezes mais seguidores que a EBC.

O Twitter, contando os três perfis, soma o número de seguidores um pouco menor do que o Instagram, 839.800 seguidores. Contudo, o índice de engajamento é bem menor e representa menos de 0,2%. SECOM puxa a média para cima, com um desempenho nas interações mais do que cinco vezes maior do que EBC e Governo do Brasil.

O Youtube, rede social mais acessada do mundo¹¹⁵, não é representativo para a comunicação institucional do governo se for levado em conta o baixo alcance de público. Contudo, o público que acompanha os perfis governamentais no Youtube tem um comportamento ativo e interage com as publicações dos perfis. Mesmo com um número baixo de seguidores, a SECOM consegue atrair a atenção do seu público e elevar o percentual de interações dos perfis do governo na plataforma.

A soma dos seguidores das quatro redes sociais de perfis institucionais do governo é de 4.247.448 seguidores, com engajamento médio de 1,5%. Considerando o atual contexto político brasileiro, em que há uma grande interação da população nas questões políticas e, ainda, que o espaço em que se dá a participação e a expressão de opinião a respeito dos temas políticos é o ambiente virtual, o número das redes institucionais do governo, tanto de seguidores quanto de engajamento, é considerado baixo e pode indicar que esses perfis estão sendo pouco utilizados para a expressão política da população.

¹¹⁵ BELING, Fernanda. As 10 maiores redes sociais em 2021. *Oficina da Net*, 1 jun. 2021. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>. Acesso em: ???.

A comunicação institucional de um governo responde à normatividade da comunicação pública e implica a defesa do interesse público e a promoção do debate público equilibrado, calcado no acesso a todas as informações pertinentes, na argumentação racional e na autonomia dos participantes, a partir da apresentação e da análise dos produtos aqui abordados. A partir disso, pode-se inferir que o governo não obedece aos princípios da comunicação pública e utiliza a o viés moralista e o viés religioso como parte da estratégia de comunicação, voltada a grupos específicos, incluindo os religiosos e os conservadores. A comunicação governamental deve dialogar com a vontade coletiva, oferecendo elementos para a formação do consenso a partir da publicização das informações de forma coerente, considerando a totalidade do público, o que se torna inviável diante da incidência moralidade e religiosa na pauta governamental, evidente nos produtos comunicacionais apresentados, e retrocede em relação ao ideal emancipatório da sociedade. Para entender de que forma a dimensão privada permeia a estratégia de comunicação do governo de forma mais abrangente, foi considerada a comunicação direta realizada pelo presidente, por meio do bordão que o acompanha desde as eleições e que está vinculado à sua figura pública e às redes sociais gerenciadas em seu nome. Os resultados serão apresentados no capítulo 6.

6 A COMUNICAÇÃO PRESIDENCIAL

As redes sociais têm se configurado como um espaço cada vez mais sólido de debate social. As pesquisas a respeito da influência das novas mídias na sociedade contemplam o campo da política como um dos mais afetados por essa nova configuração do espaço público. Se, por um lado, as ferramentas proporcionadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação promovem a acessibilidade e a participação, o que deveria contribuir para a qualidade da democracia, por outro, a personalização induzida pelas redes soma ainda mais elementos no processo de diluição entre a esfera pública e a esfera privada. O posicionamento de atores políticos como figuras públicas nas redes funde o papel institucional com o viés pessoal do indivíduo. Além disso, o debate aberto e indiscriminado que circula no ambiente virtual, antes de promover os princípios democráticos, atua para fomentar a polarização e a proliferação de notícias falsas, permitindo que indivíduos políticos de grande influência criem e disseminem sua visão sobre os fatos como verdade, impactando a percepção da realidade dos seguidores.

O presidente Jair Bolsonaro, a partir de seu mandato, inaugurou uma nova forma de comunicação entre governo e população. Os canais relacionados à figura pública do presidente da república funcionam como importante meio de comunicação para a divulgação de ações do governo e interação com as pessoas. Por isso, torna-se relevante para os objetivos desta pesquisa analisar também os produtos da comunicação presidencial. O presente capítulo está organizado em três subcapítulos: a análise semiótica da imagem e do bordão do presidente, o levantamento geral das redes sociais presidenciais, com um comparativo entre as redes presidenciais e governamentais, e a análise de conteúdo do perfil do Instagram @jairmessiasbolsonaro. Dessa forma, será possível avaliar, com o maior conjunto de informações possível, de que forma a moral e a religiosidade estão presentes na comunicação que o governo de Jair Bolsonaro realiza com a sociedade brasileira.

6.1 Imagem e bordão do presidente

A campanha presidencial de Jair Bolsonaro ficou marcada pelo uso do slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Após ser empossado presidente da república, ele continuou a utilizar a frase, em um primeiro momento, em discursos oficiais, como no pronunciamento realizado na cerimônia de posse. Depois de críticas

da oposição, que culminaram em uma ação pedindo a proibição de uso da frase pelo presidente, o que foi negado pela Justiça, o bordão passou a ser utilizado nas redes sociais vinculadas ao presidente e em suas *lives* semanais, transmitidas pelo canal Youtube. Nas páginas oficiais que Jair Bolsonaro mantém em quatro redes sociais de grande popularidade, Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, a arte gráfica de capa é a mesma e traz o bordão, como pode ser observado na imagem 13.

Imagem 12– Imagem de capa das páginas das redes sociais de Jair Bolsonaro



Fonte: Bolsonaro (2019).¹¹⁶

A imagem traz a bandeira do Brasil tremulando como fundo do cenário, em movimento. Sobreposta a ela, a foto do presidente Jair Bolsonaro sorridente e olhando para o horizonte, vestido com camisa branca de gola aberta e paletó. Seu olhar indica a perspectiva de futuro e o sorriso imprime na composição o carisma do presidente, transmitindo a mensagem de um indivíduo bem-humorado e feliz. A vestimenta utilizada faz a relação entre seriedade e simplicidade, em uma analogia com a proposta de Bolsonaro de governar de maneira simples e próxima da população. O slogan aparece em destaque, com letras espessas e em caixa alta, composta de duas cores que separam as orações. Em amarelo, uma das cores da bandeira, a menção ao Brasil, representando o patriotismo e reafirmando a soberania nacional. Na segunda parte do bordão, referente a Deus, o branco, cor que representa o divino, a paz, o ponto positivo da dicotomia entre céu e inferno, Deus e diabo.

Da perspectiva representativa, estão em destaque o militarismo e os movimentos de direita, representados pela bandeira nacional e pelo refrão “Brasil acima de tudo”. A bandeira, como já mencionado anteriormente, está ressignificada no contexto político atual e foi apropriada por grupos que se identificam com valores

¹¹⁶ BOLSONARO, Jair. Brasília, DF, 2019. Facebook: jairmessias.bolsonaro. Disponível em: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro>. Acesso em: 20 abr. 2021.

conservadores nos costumes e liberais na economia. A frase “Brasil acima de tudo” era o grito de guerra da Brigada de Infantaria paraquedista do Exército na década de 70, um dos grupos militares do qual Bolsonaro fez parte, durante o regime militar¹¹⁷. A segunda parte do slogan, “Deus acima de todos”, traz outro elemento marcante da comunicação presidencial, o viés religioso. A afirmação de que Deus está acima dos cidadãos deixa clara a estratégia da utilização da religiosidade no governo para legitimar o arbitrário e inculcar a percepção de que o presidente é um enviado de Deus. A foto sorridente de Bolsonaro em trajes despojados contrasta com o autoritarismo presente no slogan, reforçando a narrativa, trabalhada desde a campanha eleitoral, de que sua postura seria como a de um pai zeloso, que precisa ter pulso firme para fazer o que precisa ser feito, mas também é amoroso e divertido, levando a uma ideia de proximidade e identificação com as pessoas.

Do ponto de vista simbólico, o patriotismo exaltando a soberania nacional, a partir da ideia de um país que está acima de tudo – e aqui são pressupostos inúmeros signos, tanto países quanto a liberdade de expressão, os direitos humanos e tantos outros aspectos que movem a sociedade – e a religiosidade, com a projeção de um deus dotado de poder supremo, simbolizam o projeto político de Bolsonaro. Se por um lado consolida sua base de apoio nos militares e nos religiosos, por outro, adota o autoritarismo e a arbitrariedade como parte do direcionamento de governo.

A centralidade do nacional-patriotismo, relacionado à afirmação de que o Brasil está “acima de tudo”, tem características de retrocesso, tanto em relação à literalidade do texto quanto pelo que representa. Com essa afirmação, o presidente posiciona o país acima dos diferentes atores e elementos que formam o espaço público, reprimindo o debate sobre temas que interessam à coletividade. A frase é diretamente ligada ao Exército e ao regime militar, período da história do Brasil de grande repressão, violência, desrespeito aos direitos humanos e à liberdade de expressão. A religiosidade presente também representa retrocesso, na medida em que impõe o poder simbólico da autoridade divina como legitimadora de decisões arbitrárias. A associação divina revela a ideia que Bolsonaro tem a respeito de Deus, um ideal fascista, na medida em que apresenta o elemento mágico como um dispositivo de dominação e ele próprio como seu representante, revelando arrogância e sede de poder absoluto. A afirmação é do pastor Henrique Vieira¹¹⁸, religioso que se posiciona

¹¹⁷MONTENEGRO, Fernando. De onde vem o slogan “BRASIL ACIMA DE TUDO”? *Hora Extra*, Goiânia, 23 out. 2018. Disponível em <https://jornalhoraextra.com.br/coluna/de-onde-vem-o-slogan-brasil-acima-de-tudo/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

¹¹⁸“DEUS acima de todos' é uma expressão fascista que esconde sede de poder”, diz pastor Henrique. São Paulo, 29 out. 2019. 1 vídeo (29 min 49 s). Publicado no canal Carta Capital. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3fywc4K43xY>. Acesso em: 20 abr. 2021.

publicamente a favor dos direitos humanos e das minorias e que tem se tornado figura importante de crítica às ações do governo federal tanto em relação a políticas sociais quanto sobre o uso da religião na comunicação do governo.

A formação e a atuação profissional de Bolsonaro antes de ingressar na carreira política foi desenvolvida dentro das Forças Armadas, de 1973 a 1986, durante o período da ditadura militar. Na adolescência, acompanhou de perto a caçada a Carlos Lamarca, integrante do movimento opositor ao regime, fato que foi decisivo para a escolha pelo Exército e também colaborou para compor a visão negativa dos movimentos de esquerda e para a reprodução do ódio ao comunismo. O ingresso na carreira política ocorreu a partir do apoio dos militares de baixa patente, já que as propostas de campanha se concentravam na melhoria das condições de trabalho dos integrantes das Forças Armadas e de segurança. Ao longo da vida política, Bolsonaro manteve o posicionamento de defesa dos interesses dos profissionais de segurança e foi ampliando a pauta para as temáticas que envolvessem uso da força para a contenção da criminalidade; o combate a projetos que propusessem políticas sociais; e a repressão à pluralidade de opiniões e modos de agir, em um reforço de valores conservadores. A frase “Brasil acima de tudo” é uma continuação da narrativa política que o norteou durante toda a sua trajetória e evidencia a coerência com que o presidente desenvolve a sua estratégia de comunicação, calcada na dimensão privada a partir do aspecto da personalização e da parcialidade, ignorando a impessoalidade para imprimir a sua voz como sendo a dos grupos que representa em detrimento da universalidade esperada de um governante, o que evidencia, mais uma vez, a presença de um elemento de populismo moderno, a modalidade de representação do homem-povo (ROSANVALLON, 2020).

Da mesma forma, a frase “Deus acima de todos” dialoga com a relação que o presidente vem costurando desde 2013, a partir de seu casamento com Michelle Bolsonaro, com os grupos religiosos, especialmente o segmento evangélico neopentecostal, e que, a cada novo acontecimento político, foi se intensificando. Apesar de católico, Bolsonaro passou a incorporar as pautas conservadoras defendidas por deputados com vínculo religioso neopentecostal, conquistando a simpatia de políticos e lideranças dessas Igrejas e, conseqüentemente, dos fiéis que os acompanham. A chegada ao cargo máximo da república não intimidou o presidente a imprimir a religiosidade em suas comunicações, violando o princípio da laicidade, um dos balizadores da república. A dimensão privada aparece no bordão analisado a partir de duas perspectivas. Por um lado, ocorrem os aspectos vinculados à pessoa do presidente, que deixa de se colocar como representante da nação e, por isso, isento de posicionamentos pessoais, para reforçar o compromisso com os grupos de

apoiadores que construiu ao longo da carreira. Por outro, aparece o elemento religioso, que, desde o surgimento da república, foi separado do Estado e direcionado à esfera privada.

O que fica explícito na frase é a divisão social recoberta pela religião, que contribui para a conservação da ordem social na medida em que a lógica das dicotomias de inclusão e exclusão, associação e dissociação, integração e distinção, próprias da doutrina religiosa, legitima as relações do mundo natural e social (BOURDIEU, 2007). A absolutização do relativo, a que Bourdieu (2007) também se refere, constitui a narrativa pela qual Jair Bolsonaro constrói seu slogan pessoal, impedindo o debate que tornaria a conduta do próprio presidente passível de questionamentos. Tal qual uma doutrina, a comunicação simbolizada pela frase não admite ponderações, apenas pode ser admitida ou não. A comunicação pública, dessa forma, está descaracterizada, na medida em que o slogan não suscita os ideais de informação e participação que devem compor um Estado democrático.

6.2 Redes sociais de Bolsonaro

Jair Bolsonaro mantém perfis e páginas relacionados à sua figura pública em quatro redes sociais de grande popularidade: Facebook, Instagram, Twitter e Youtube. Nesses canais, divulga notícias e informações sobre ações do governo, assim como os canais institucionais, e também momentos da vida pessoal e posicionamentos particulares. Assim, interessa verificar o alcance e o engajamento nas páginas das redes sociais do presidente. O engajamento médio é calculado a partir da média de reações, incluindo curtidas, comentários e compartilhamentos, dos últimos dez *posts*, dividido pelo total de seguidores da página. A coleta de dados foi realizada tendo como base os dez últimos *posts* do dia 8 de abril de 2021. O quadro 19 apresenta os números de cada um dos canais digitais do presidente.

Quadro 19– Alcance e engajamento das redes sociais de Jair Bolsonaro

Mídias sociais		Jair Bolsonaro
Facebook	Seguidores	14.019.741
	Engajamento médio (%)	1,31
Instagram	Seguidores	18.300.000
	Engajamento médio (%)	5,97
Twitter	Seguidores	6.700.000
	Engajamento médio (%)	0,037
Youtube	Seguidores	3.300.000
	Engajamento médio (%)	2,73

Fonte: Elaboração própria (2021).

Os números demonstram a alta popularidade do presidente nas redes sociais, com um total de 42.319.741 seguidores. O engajamento médio também é alto. Os vídeos do Instagram chegam a ter quase dois milhões de visualizações, o que eleva a média global de engajamento para perto dos 6%. Um estudo da BuzzMonitor¹¹⁹ concluiu que a taxa média de engajamento para perfis no instagram com mais de 300 mil seguidores gira em torno de 4,7%.

Assim como identificado nas redes institucionais, o Facebook tem um engajamento baixo em relação ao número de seguidores da página. A partir do levantamento dos números, é possível perceber que o Instagram se constitui como a rede social mais saudável para o presidente do ponto de vista quantitativo, já que ostenta um número de seguidores que corresponde a mais de 8% da população brasileira e, ainda assim, mantém um índice de interação muito alto, atestando o grande fluxo de pessoas que consomem o conteúdo de Jair Bolsonaro nessa plataforma. O baixo engajamento do Facebook confirma a tendência, conforme

¹¹⁹ BUZZMONITOR blog. *O que é considerada uma boa taxa de engajamento no Instagram?*. BuzzMonitor, 2021. Disponível em <https://buzzmonitor.com.br/blog/o-que-e-considerada-uma-boa-taxa-de-engajamento-no-instagram/>. Acesso em 20/09/2021.

pesquisas da área¹²⁰, de que a rede social está em uma curva descendente, deixando de ser acessada pelos usuários. Ainda assim, a personalização da política verificada na grande audiência de Jair Bolsonaro nas redes sociais aponta para a distorção da imagem do presidente como chefe do Executivo, que passa a ser seguido por seu trabalho como político por uns e pelas publicações relacionadas à sua vida e conduta pessoal por outros, concentrando no mesmo espaço diferentes comunicações. A estratégia amplia a força simbólica do governo a partir do êxito da comunicação do presidente, considerando que a perspectiva numérica das redes sociais tem o poder de aumentar a percepção de que o presidente e, portanto, seu governo gozam de grande apoio popular.

No quadro 20, apresenta-se o comparativo entre a soma de seguidores e a média de engajamento das três páginas institucionais, Governo Federal, SECOM e EBC, e as redes sociais do presidente Jair Bolsonaro.

Quadro 20 – Comparativo entre as redes sociais institucionais e as de Jair Bolsonaro

Mídias		Redes institucionais	Redes de Jair Bolsonaro
Facebook	Seguidores	2.317.748	14.019.741
	Engajamento médio (%)	0,18	1,31
Instagram	Seguidores	937.000	18.300.000
	Engajamento médio (%)	2,36	5,97
Twitter	Seguidores	839.800	6.700.000
	Engajamento médio (%)	0,19	0,037
Youtube	Seguidores	152.900	3.300.000
	Engajamento médio (%)	3,46	2,73

Fonte: Elaboração própria (2021).

¹²⁰ NEGRÃO, Heloísa. *Facebook registra queda no Brasil, diz Datafolha*. Folha de São Paulo, 2019. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/04/facebook-registra-tendencia-de-queda-no-brasil-diz-datafolha.shtml?origin=folha>. Acesso em 20/03/2021.

O quadro comparativo nos mostra a grande diferença entre o alcance das redes institucionais (4.247.448 seguidores) e as de Jair Bolsonaro (42.319.741). Somado, o número de seguidores dos três perfis institucionais no *Instagram* corresponde a 10% do número do presidente Jair Bolsonaro e, ainda assim, a média de engajamento das redes de Bolsonaro é maior do que a média dos perfis do governo. A diferença também é observada nas outras redes sociais, em proporção menor. No *Youtube* e no *Twitter*, os perfis institucionais ultrapassam Jair Bolsonaro em engajamento médio. Ainda assim, deve-se levar em conta que o número total de seguidores dos perfis institucionais nessas redes é muito baixo em números absolutos, o que contribui para aumentar a média percentual.

A partir dos dados levantados, percebe-se que, mesmo que os perfis institucionais tenham, teoricamente, um capital simbólico muito maior do que Jair Bolsonaro enquanto figura pública, o que os deveria tornar objeto de interesse e fonte de informação por parte da população, o contexto social e tecnológico aponta para a personalização cada vez maior da comunicação digital. A resposta pode estar na redefinição das fronteiras entre o público e o privado da nova esfera pública, delimitação que se constitui como uma das operações mais importantes que ocorrem no âmbito da confluência dos processos de comunicação (MARQUES; MARTINO, 2016). O “mundo media”, segundo os autores, traz uma nova dimensão da realidade, em que o que é publicizado já não pertence mais a uma dimensão ou a outra, mas passa por um processo de reciclagem dos materiais e dos recursos antes divididos por fronteiras bem definidas. Assim, a interação direta, própria das redes, como uma experiência doméstica e fragmentada, pode não privilegiar os espaços de comunicação institucionais, já que a relação se estabelece com um interlocutor abstrato. Analisando-se as características de cada rede social, é possível perceber que, nos três perfis observados, a interação nas redes sociais *Instagram* e *Youtube* é bem maior do que no *Facebook* mesmo que esta última tenha o maior alcance. Os números podem indicar uma disposição maior dos usuários de *Instagram* e *Youtube* do que dos de *Facebook* para se comunicar com os perfis institucionais.

Por meio da pesquisa descritiva realizada no presente subcapítulo, constata-se que a audiência referente a assuntos pertinentes ao governo federal se concentra nas páginas do presidente e não nos canais institucionais. A partir dessa informação, a seleção do canal de comunicação para análise de conteúdo detalhada identificou no *Instagram* do presidente Jair Bolsonaro o canal em que a estratégia de comunicação governamental é mais bem-sucedida, motivo pelo qual o perfil do presidente dessa rede social foi aprofundado.

6.3 No Instagram, a comunicação do presidente @jairmessiasbolsonaro

A etapa de análise de conteúdo do Instagram de Bolsonaro configura-se como a mais aprofundada da presente pesquisa, uma vez que observou 1225 postagens durante o período de 01/01/2019 a 30/06/2020. Nessa etapa da pesquisa, foi possível avaliar, detalhadamente, a capacidade de comunicação e o estilo do presidente que responde ao problema de pesquisa vinculado a posicionamentos moralistas e religiosos (viés moralista e viés religioso) que se entrecruzam com temas presentes no espaço público. A comunicação presidencial reflete-se nas categorias e nos temas selecionados. Acreditamos que esse procedimento metodológico permitiu esclarecer questões formuladas durante o desenvolvimento da dissertação. Ao invés de selecionar uma amostra, optou-se por olhar a totalidade das postagens em um dos canais preferenciais em que o presidente Jair Bolsonaro desenvolve a comunicação com a população e analisar aquelas que dizem respeito aos temas considerados relevantes para entender a presença da dimensão privada na comunicação pública do governo a partir da moralidade e da religiosidade.

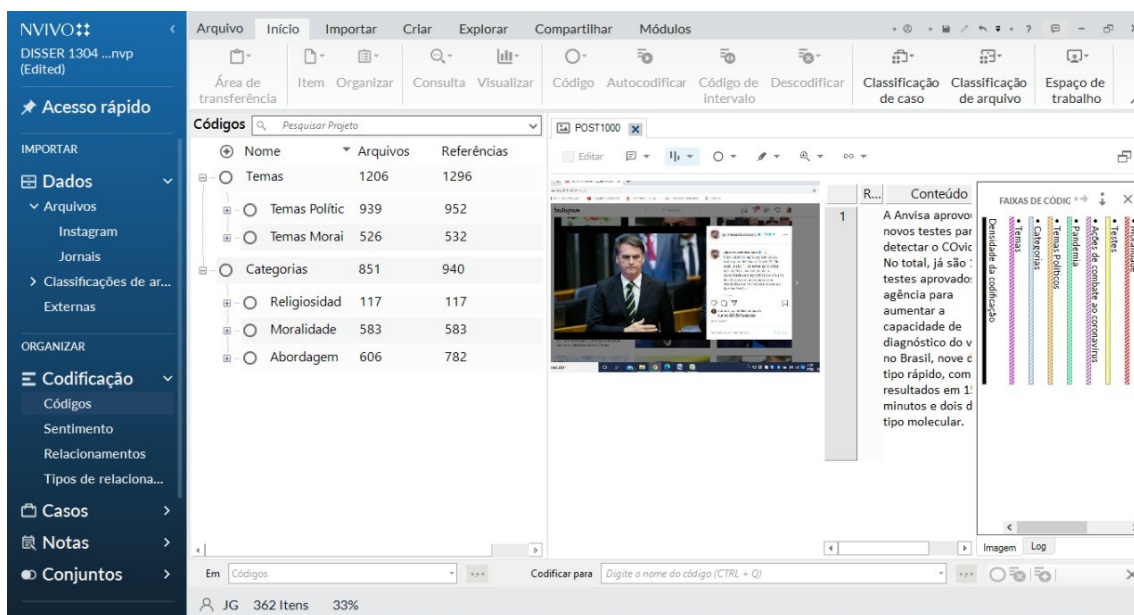
A coleta do material foi feita a partir da leitura flutuante das 2096 postagens publicadas no Instagram do presidente Jair Bolsonaro (@jairmessiasbolsonaro) no período de interesse. A partir delas, foram selecionadas para análise aquelas que se relacionam diretamente com os temas sensíveis e políticos definidos como pertinentes à pesquisa. Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória e qualitativa, que utilizou como base de inferência/interpretação a análise de conteúdo categórica (BARDIN, 1977), fundamentada na observação e na análise sistemática de termos e temas (BRAUN; CLARKE, 2006) a partir de unidades de análise. Como forma de obter rigor metodológico, optou-se por realizar a primeira etapa da pesquisa pelo *software* de pesquisa qualitativa *New NVivo*, da *QSR International*, que permite categorizar e atribuir valor a conteúdos.

Após a identificação dos temas sensíveis e políticos de interesse para a pesquisa, definidos conforme os quadros 14 e 15, foi realizada a valoração, com a utilização das categorias relativas ao viés moralista e ao viés religioso. Em relação aos *temas políticos*, foram identificados os atores e personalidades presentes, submetidos à valoração (qualificação, desqualificação ou neutralidade), para identificar os aliados e os adversários/ inimigos do presidente. *Temas sensíveis* e *temas políticos* tiveram codificação múltipla, ou seja, o mesmo *post* poderia ser codificado com diversos temas. A codificação das categorias moralidade e religiosidade, no entanto, foi diferente, permitindo marcação única por *post*, após a análise do enquadramento da

postagem. A categoria *viés moralista* foi acionada quando havia a presença de *temas sensíveis* no *post*, acompanhados ou não de *temas políticos*, e a categoria *viés religioso* valorou as postagens em que havia a presença do subtema “questões religiosas”, acompanhado ou não de outros *temas sensíveis* e de *temas políticos*.

A imagem 16 apresenta a interface do *software NVivo* utilizado para classificação dos temas e categorização das postagens:

Imagem 16 – Interface de trabalho do software NVivo



Fonte: NVivo (2021).

Na imagem, apresenta-se a estrutura do *software NVivo*, que permite visualizar a quantidade total de referências em cada tema e categoria e a quantidade de arquivos, nesse caso, as postagens de Instagram de Bolsonaro. Como exemplo, foi aberto um dos arquivos já codificados para apresentar como é feita a classificação do conteúdo.

A classificação das postagens do presidente Jair Bolsonaro no Instagram foi realizada em três grupos de categorias de análise. Eles permitem identificar a valoração de atores e temas políticos, assim como a perspectiva emancipadora desejada numa democracia e, especialmente, a inserção da religiosidade que indica a dimensão privada na comunicação pública.

A) *Abordagem valorativa*

Classificação dos atores e personalidades mencionados a partir da seguinte valoração:

- a) Qualificação – Quando se refere a outro ator político em tom de pacificidade ou amizade, qualificando ou valorizando sua representatividade ou ações;
- b) Desqualificação – Quando se refere a outro ator político como adversário, desqualificando ou desvalorizando sua representatividade ou ações;
- c) Neutralidade– Referência sem valoração;
- d) Indeterminado – Quando não é possível identificar a abordagem valorativa.

B) *Abordagem moralista (viés moralista)*

Classificação de conteúdos nas postagens do Instagram de Bolsonaro quanto à emancipação da sociedade:

- a) Emancipação – Promove os valores de liberdade, igualdade e autonomia da sociedade;
- b) Retrocesso – Negação, desqualificação de valores como igualdade, liberdade e autonomia da sociedade;
- c) Neutro – Referência sem valoração.

C) *Abordagem religiosa (viés religioso)*

Assim como *abordagem moralista*, a categoria *abordagem religiosa* também segue a construção das categorias de análise geral da pesquisa, identificando a presença de elementos religiosos nas postagens e classificando-os por sua natureza. Os indicadores desta categoria são os seguintes:

- a) Associações divinas – O elemento religioso aparece associado à comunicação, por meio de menções a Deus em publicações políticas, eventos religiosos, presença de símbolos e autoridades religiosas;
- b) Argumento religioso – O conteúdo utiliza argumento religioso para ações do governo ou posicionamento do presidente;
- c) Neutro – Referência à religiosidade sem valoração.

As postagens do Instagram do presidente Jair Messias Bolsonaro no período delimitado pela pesquisa, de 1º de janeiro de 2019 a 30 de junho de 2020, receberam leitura flutuante. Ao total, foram observadas 2096 postagens, das quais 1225 foram selecionadas para análise por se relacionarem diretamente com os temas de interesse deste trabalho. Os temas estão descritos detalhadamente nos quadros 14 e 15 e, resumidamente, definem como:

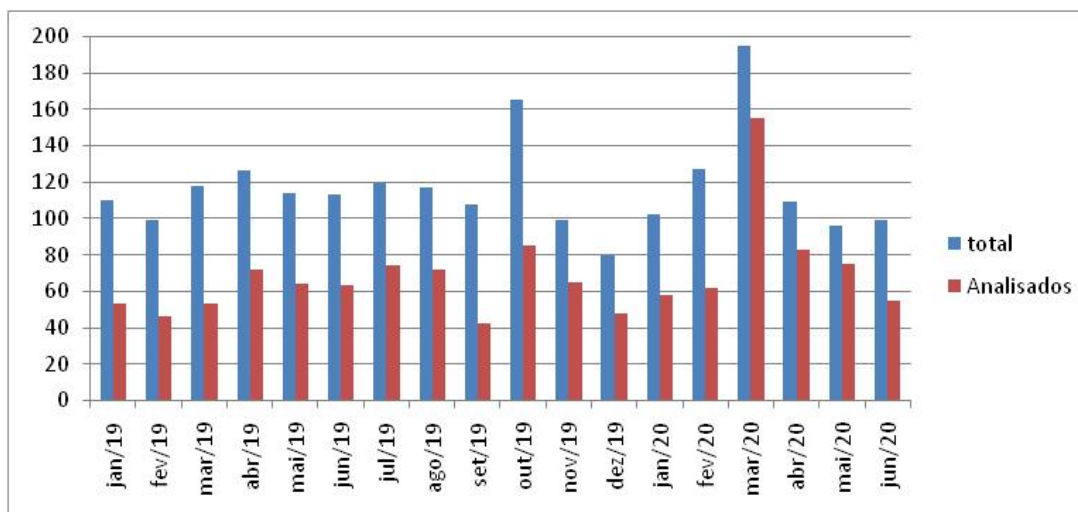
- a) Temas sensíveis: Aborto, Ciência, Questões raciais, Pobreza/ miséria, Violência, Direitos humanos, Família, Gênero e sexualidade, Infância,

Moral e costumes, Adversários, Questões indígenas, Questões religiosas e Questões sobre a mulher;

- b) Temas políticos: Brasil, Forças de segurança, Sistema Econômico, Regime Político, Políticas públicas – Comportamento e direitos humanos, Cultura, Educação/ ciência, Justiça e segurança, Meio ambiente – Pandemia, Presidência da república, Corrupção, Eleições, Notícias falsas, Mídias sociais/ internet, ideologia e internet.

O gráfico 2 apresenta os números totais de *posts* por mês em relação aos que foram selecionados para análise de conteúdo.

Gráfico 2 – Posts totais e posts analisados no Instagram do presidente Bolsonaro de janeiro de 2019 a junho de 2020



Fonte: Elaboração própria (2021).

É possível perceber um aumento significativo de publicações totais nos meses de outubro de 2019 e março de 2020. Nesse último, a média de postagens selecionadas para análise também aumentou proporcionalmente, em razão de o assunto principal abordado pelo governo naquele mês, o coronavírus, estar entre os temas de interesse.

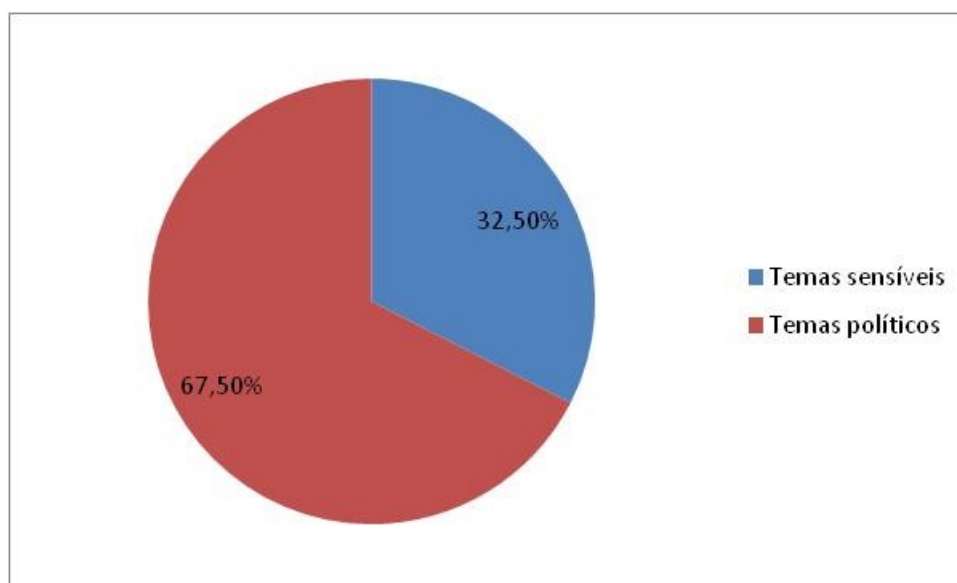
As categorias foram utilizadas para atribuir valor aos temas, tensionando-os com os objetivos da pesquisa. Já *abordagem moralista e abordagem religiosa* foram codificadas por postagem, como forma de identificar, além da presença moral nos temas abordados no Instagram de Jair Messias Bolsonaro, o percentual de *posts* com conteúdo moralista e religioso dentro do universo estudado. A abordagem moralista foi

acionada na presença de temas sensíveis e a abordagem religiosa na presença do tema *questões religiosas*. A margem de erro é, em média, de 4%.

6.4 Temas políticos e temas sensíveis

Juntos, temas sensíveis e políticos somam 2194 referências, sendo 1480 políticos e 714 morais. Considerando o número de posts codificados, 1225, temos a média de 79% de posts com múltipla contagem, ou seja, posts em que são referenciados mais de um tema. O número aponta para a multiplicidade da comunicação do presidente Jair Bolsonaro, que faz uso de diferentes assuntos em uma mesma publicação. O gráfico 3 demonstra o percentual de distribuição dos temas sensíveis e políticos na amostra analisada:

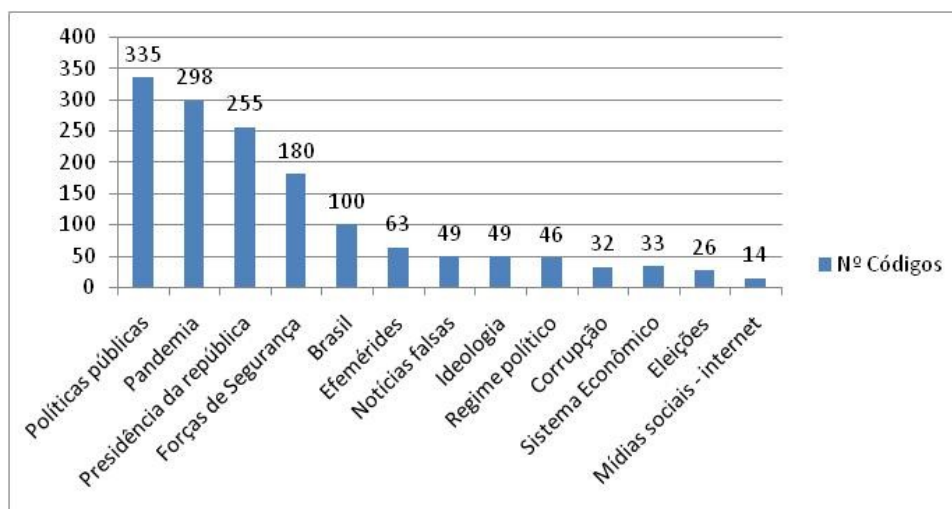
Gráfico 3 – Distribuição de temas sensíveis e políticos no Instagram (@jairmessiasbolsonaro)



Fonte: Elaboração própria (2021).

Os *temas políticos* dizem respeito à diversidade de assuntos que fizeram parte da abordagem desta pesquisa dentro do espectro político. Foram codificados 1480 temas políticos na amostra analisada. O gráfico 4 ilustra essa abordagem nas postagens do Instagram @jairmessiasbolsonaro analisadas.

Gráfico 4 – Distribuição da codificação dos temas políticos presentes no Instagram @jairmessiasbolsonaro

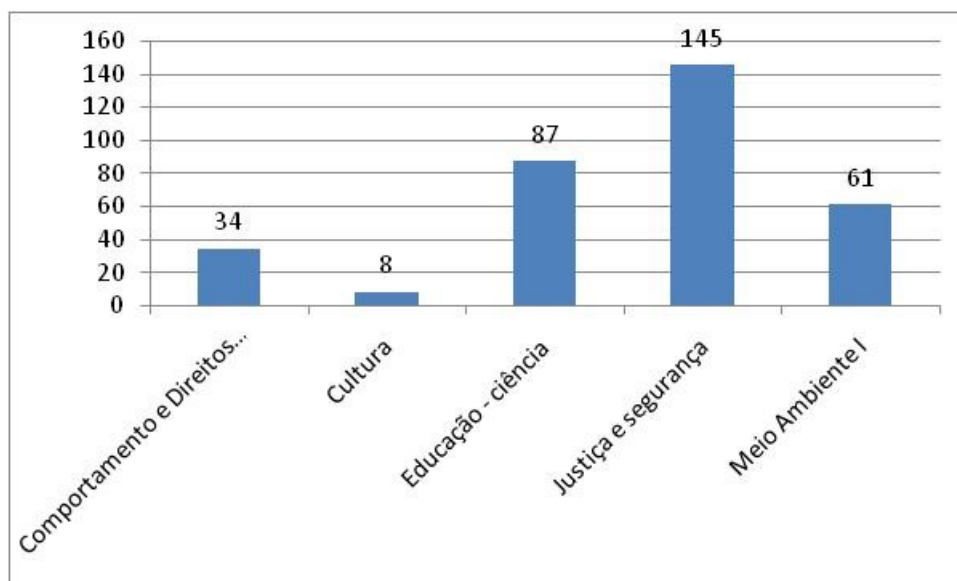


Fonte: Elaboração própria (2021).

As *políticas públicas* somam 335 codificações (22,7%) e contemplam as áreas de interesse da pesquisa em relação a ações do governo: *cultura, comportamento e direitos humanos, educação/ ciência e justiça e segurança*. O tema *pandemia*, que aparece logo em seguida e tem 297 codificações (20%), foi considerado à parte de *políticas públicas* por ser referente ao contexto social mais amplo. O terceiro tema mais acionado, *presidência da república*, está relacionado aos assuntos ligados, diretamente, à figura do presidente da república, com 258 codificações (17,4%).

As políticas públicas e a pandemia são temas de interesse público que demonstram o caráter de publicidade do governo a partir das redes do presidente. Juntas, elas correspondem a menos da metade dos temas políticos, revelando que os temas de interesse público disputam espaço com temas relacionados ao presidente e a seu posicionamento político e ideológico. Para entender qual o peso de cada tema de interesse público no canal de comunicação analisado, são detalhadas as ocorrências de cada área de políticas públicas, conforme o gráfico 5.

Gráfico 5 – Codificação do tema Políticas Públicas no Instagram (@jairmessiasbolsonaro)



Fonte: Elaboração própria (2021).

Entre as *políticas públicas*, o tema de *Justiça e segurança* recebeu 143 codificações, demonstrando o grande foco do governo com o assunto. A área de *educação-ciência* teve 86 codificações, 41% a menos. *Justiça e segurança* contemplou abordagens referentes à *criminalidade*, *a drogas*, *encarceramento*, *armamento*, *Pacote Anticrime*, *estrutura*, *terrorismo* e *abuso de autoridade*. *Criminalidade* teve o maior número de codificações, 52, e reuniu as informações a respeito da queda dos crimes, de ações de combate à criminalidade e declarações a respeito do Código Penal. Em seguida, aparecem as menções ao *Pacote Anticrime*, do ministro Sérgio Moro, com 28 codificações. *Drogas e armamento* são temas que aparecem em terceiro lugar, com 21 codificações cada. Chama a atenção o destaque dado ao Pacote Anticrime, com divulgação de manifestações de apoio, esclarecimentos a respeito de itens previstos e propaganda exaltando as vantagens do pacote para a sociedade. *Armamento* também é tema recorrente, ocupando o mesmo espaço da divulgação sobre ações de combate ao tráfico de drogas.

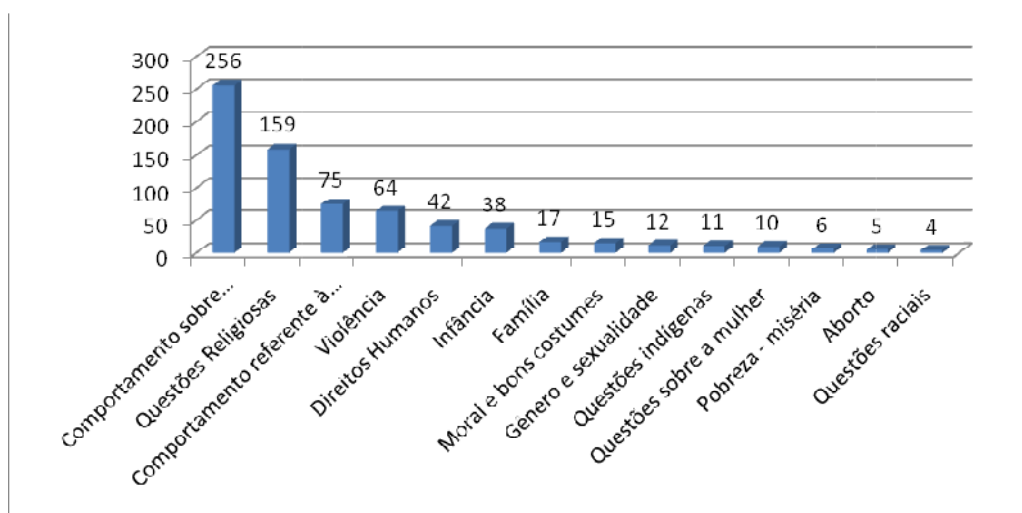
O tema *pandemia* predominou no período de fevereiro a junho de 2020, quando foi a pauta central do Instagram do presidente. O subtema *ações do governo de combate ao coronavírus* é o mais recorrente nas publicações referentes à pandemia, com 100 dos 297 códigos e, em muitos casos, aparece relacionado com outro subtema relativo ao tema. A *questão econômica* também é seguidamente abordada, com 38 codificações, e contempla a referência a empregos, fechamento do comércio e consequências da pandemia na economia. *Hidroxicloroquina* é o terceiro subtema mais abordado, com 28 menções, à frente de outros assuntos de grande

interesse público na pandemia, como auxílio emergencial, protocolos sanitários, investimentos e testes.

O terceiro tema político com mais codificações é *presidência da república*, que reuniu os assuntos referentes à figura do presidente, como a vida familiar, doméstica, o atentado sofrido e as manifestações de apoio, entre outros. Esse tema mostra a vida do presidente e suas ações independentemente do cargo que ocupa, explicitando a presença da comunicação privada em meio à comunicação governamental. Os subtemas *apoios espontâneos* e *manifestações organizadas* somam 108 códigos, mais de 40% do total, e buscam demonstrar a popularidade de Jair Bolsonaro. A divulgação do crescimento das suas *mídias sociais* é o terceiro subtema mais recorrente, com 29 codificações. Para cada número marcante nos seguidores de uma das páginas das redes sociais, o presidente faz uma publicação agradecendo o apoio e carinho das pessoas. Essa prática também se configura como demonstração de popularidade e revela que o presidente destina grande espaço para divulgar o apoio que recebe. Considerando o total de códigos em temas políticos, os apoios, as manifestações e a divulgação do crescimento de suas redes sociais, juntos, correspondem a quase 10% do total e demonstram que a promoção pessoal de Jair Bolsonaro é um dos principais temas da comunicação de seu Instagram.

Os *temas sensíveis* dizem respeito ao conjunto de temáticas relacionadas a comportamentos e à autonomia moral do indivíduo. Ao todo, foram classificados 714 códigos para *temas sensíveis*.

Gráfico 6 – Distribuição de códigos por tema sensível

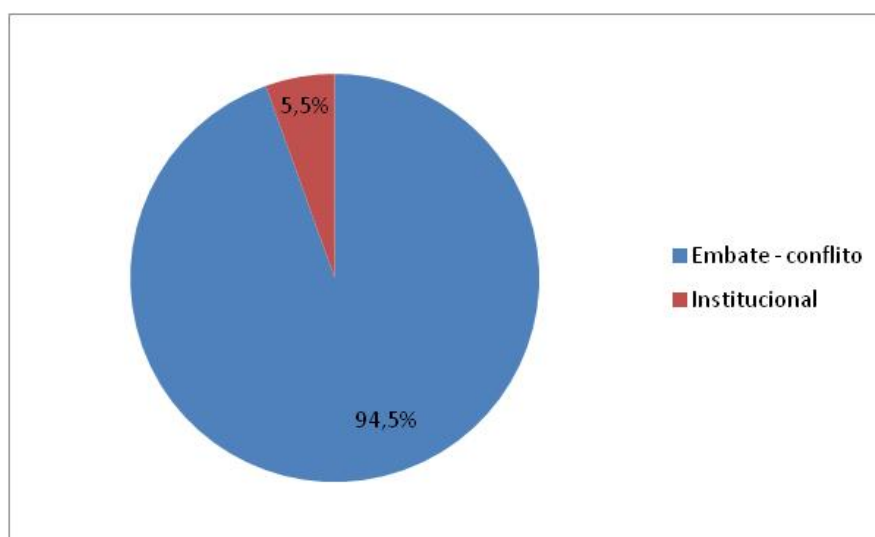


Fonte: Elaboração própria (2021).

Os dois *temas sensíveis* predominantes na amostra analisada foram *comportamento referente a adversários*, com 256 codificações (37,3%) e *questões religiosas*, com 159 codificações (23,2%). Somados, representam 58,97% dos temas abordados nas postagens do presidente. O *comportamento referente à ciência* aparece em terceiro lugar, com 75 codificações, pouco mais de 10% do total de *temas sensíveis*, seguido por *violência*, com 64 códigos, correspondendo a 9%. O tema *comportamento referente a adversários*, que diz respeito a atores desqualificados pelo presidente em seu Instagram e *comportamento referente à ciência*, correspondente a posicionamentos do presidente em relação a evidências científicas, foram considerados parte dos *temas sensíveis* por afetarem o direcionamento moral e comportamental da sociedade.

Comportamento referente a adversários foi classificado nos subtemas *embate/conflito* e *institucional*, para que fosse possível verificar em quais situações o presidente adota tom bélico para se referir aos adversários e quando adota postura institucional. O resultado está descrito no gráfico 7.

Gráfico 7– Codificação dos subtemas de comportamento de Bolsonaro sobre os adversários no Instagram @jairmessiasbolsonaro



Fonte: Elaboração própria (2021).

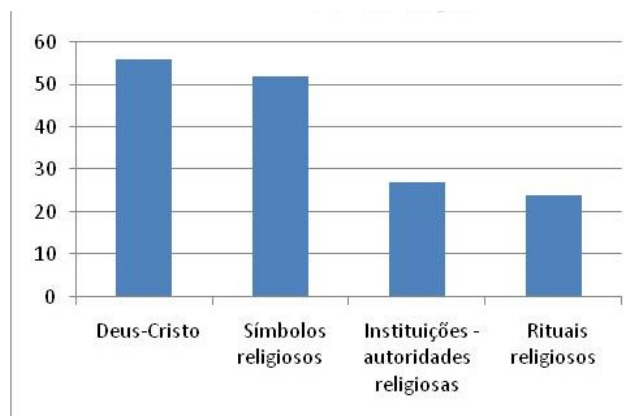
O espaço ocupado pelo presidente em sua conta de Instagram para identificar os atores e personalidades com os quais tem relação de contrariedade se destaca entre os *temas sensíveis*. Percebe-se que em mais de 94,5% dessas referências o presidente adota o posicionamento de conflito e que em apenas 5,5% das vezes adota postura institucional. A identificação desses dados permite afirmar que, nesse recorte, o presidente Jair Bolsonaro ignora o princípio da impessoalidade, uma vez que encara

de forma pessoal as divergências políticas, adotando linguagem chula e ofensiva para se dirigir aos adversários diversas vezes. Exemplo é o POST 13¹²¹, em que se refere a Fernando Haddad:

Haddad, o fantoche do presidiário corrupto, escreve que está na moda um anti-intelectualismo no Brasil. A verdade é que o marmita, como todo petista, fica inventando motivos para a derrota vergonhosa que sofreram nas eleições, mesmo com campanha mais de 30 milhões mais cara. - Eles procuram e criam todos os motivos possíveis para estarem sendo rejeitados pela maioria da população, só não citam o verdadeiro: o PT quebrou o Brasil de tanto roubar, deixou a violência tomar proporções de guerra, é uma verdadeira quadrilha e ninguém aguenta mais isso!

O segundo tema sensível com maior ocorrência, *questões religiosas*, foi classificado em quatro subtemas, *Deus/Cristo*, *símbolos religiosos*, *autoridades/instituições religiosas* e *rituais religiosos*. O resultado está descrito no gráfico 8.

Gráfico 8 – Codificação dos subtemas de questões religiosas no Instagram @jairmessiasbolsonaro



Fonte: Elaboração própria (2021).

As *questões religiosas* correspondem a 22,65% dos *temas sensíveis* e pouco mais de 7% do total de temas codificados. As menções a *Deus*, *Jesus Cristo* e outras divindades permeiam as postagens, inseridas em outros assuntos abordados ou mesmo sendo o tema central do *post*, e correspondem a 34,6% das codificações em religião. Em seguida, aparecem os *símbolos religiosos*, como versículos bíblicos,

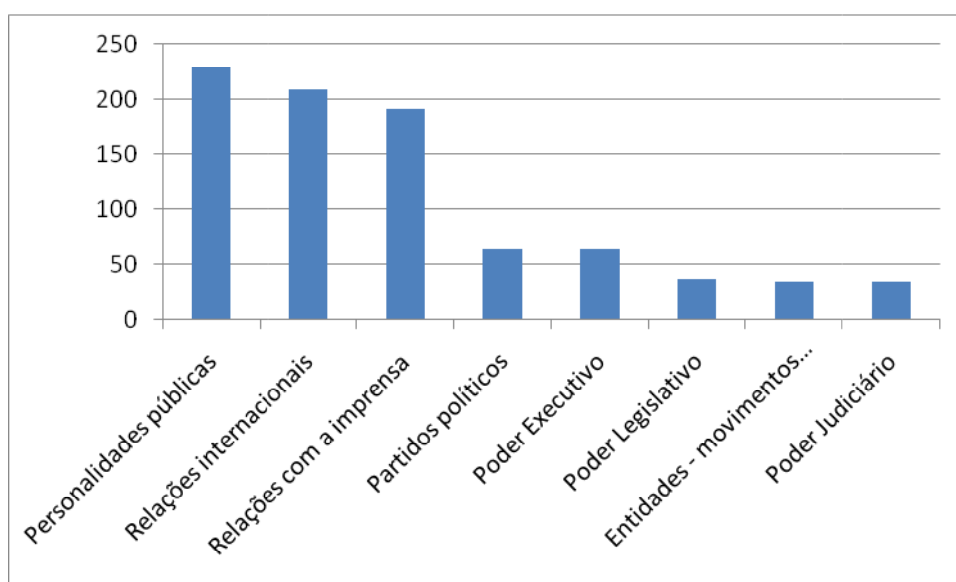
¹²¹BOLSONARO, Jair. *Haddad, o fantoche...* 05 jan. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BsQcZA_g_VQ/. Acesso em: 20 jan. 2021.

imagens de cruzes, evangelhos, etc., com 32%. A presença de Igrejas e pastores, padres e outras lideranças do segmento, referentes ao subtema *instituições – autoridades religiosas*, acumularam 28 codificações, cerca de 17,6% do total e, logo atrás, a divulgação de cultos, missas e outros eventos e rituais relacionados à *religiosidade*, com 11%. Percebe-se que as *questões religiosas* têm espaço e importância na comunicação verificada a partir do Instagram de Jair Bolsonaro, que procura inserir a religiosidade na estratégia de comunicação do perfil presidencial.

6.5 Atores e personalidades

Os atores e personalidades contemplam as instituições e as figuras públicas que apareceram nas publicações do perfil do presidente no período analisado e podem ou não se relacionar com *temas políticos*. Ao total, houve 865 codificações para *atores e personalidades*. No gráfico 9, são apresentados os resultados das menções e das referências aos atores.

Gráfico 9 – Codificação do tema atores e personalidades no Instagram (@jairmessiasbolsonaro)



Fonte: Elabora própria (2021).

As *personalidades públicas*, as *relações internacionais* e as *relações com a imprensa* receberam destaque entre os *atores e personalidades*. O ex-juiz e então ministro da Justiça Sérgio Moro é a personalidade pública principal do Instagram do

presidente Jair Bolsonaro, com 39 codificações. Como já foi apresentado, o tema da segurança é protagonista nos assuntos abordados na rede social e o ministro da pasta é seu principal ator. Após Moro, o grupo de celebridades é o que ocupa o maior espaço entre as personalidades públicas, com 27 codificações. O presidente faz questão de publicar postagens das visitas que recebe de cantores, artistas, apresentadores, jogadores de futebol e até personagens. Essa é mais uma demonstração do esforço de Bolsonaro em demonstrar popularidade na rede social. A ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, e o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva estão em terceiro e quarto lugares, respectivamente, com 18 e 16 codificações cada, entre as personalidades públicas mais citadas. Damares lidera o ministério mais ideológico do governo, à frente das pautas dos costumes, e Lula é o adversário declarado de Bolsonaro.

Depois de personalidades públicas, o grupo de *atores e personalidades* mais abordado nas postagens é o de *relações internacionais* e contempla as publicações e as citações sobre países, visitas a chefes de Estado, bem como referências a ações, políticas e posicionamentos de outros países e instituições. Israel e Estados Unidos somam 38% das citações entre os 34 países mencionados, com 46 e 19 menções cada respectivamente. De forma recorrente nas postagens, o presidente Jair Bolsonaro faz questão de destacar a grande amizade e alinhamento com o país americano, em especial com o então presidente Donald Trump e com Israel. O terceiro país mais citado é a Venezuela, na maioria das vezes relacionada a aspectos negativos.

A imprensa é o grupo de *atores e personalidades* com mais espaço no Instagram de Bolsonaro. Na codificação, foram classificados quatro subgrupos: *empresas de comunicação, jornalistas, parte da mídia e referências à imprensa*. A *Folha de S. Paulo* é a empresa de comunicação mais mencionada pelo presidente, com 22 citações, seguida pela TV Globo, com 18, e pelo jornal *O Globo*, com 10. Entre os jornalistas, Alexandre Garcia, Augusto Nunes e Ratinho são os mais lembrados, com 6, 4 e 3 menções, respectivamente. É possível observar que Jair Bolsonaro, ao referir-se à imprensa, privilegia as menções às *empresas de comunicação* em relação a *jornalistas*.

6.5.1 A valoração de atores e personalidades

Abordagem valorativa foi atribuída aos *atores e personalidades*, valorando os códigos encontrados dentro desse grupo e permitindo que fossem identificados os aliados e os adversários de Bolsonaro. Os atores receberam a categorização de qualificação, desqualificação ou neutralidade ou, ainda, indeterminado. Na tabela 10, são apresentados os resultados dessa abordagem valorativa entre os atores.

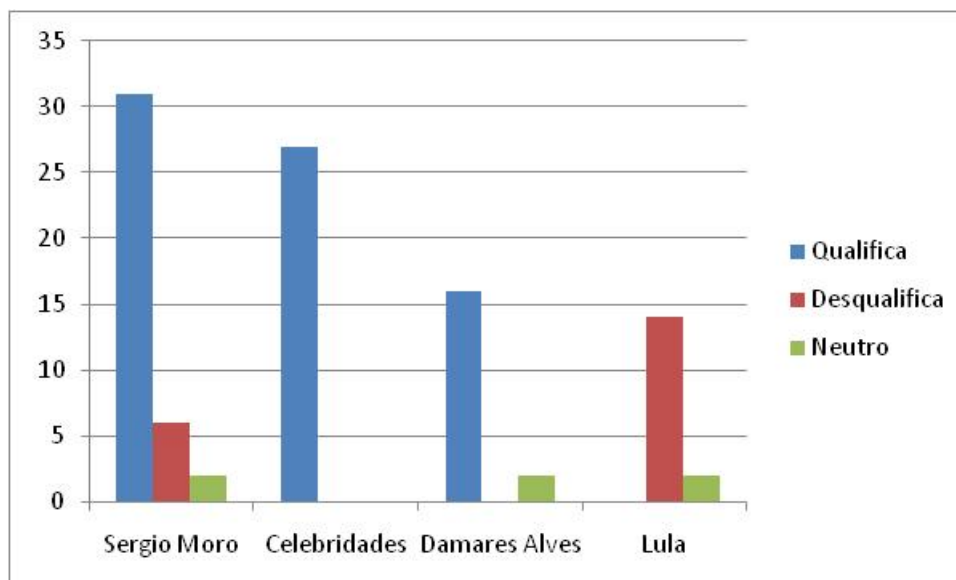
Tabela 7– Abordagem valorativa por grupos de atores e personalidades

Atores políticos	Qualifica	Desqualifica	Neutro	Inderterminado	Nº códigos	% Total
Poder Executivo	23	14	27	0	64	7,6
Poder Judiciário	11	4	18	2	35	4,1
Entidades - movimentos sociais	7	26	1	0	34	4,0
Partidos políticos	1	60	3	0	64	7,6
Relações internacionais	144	37	25	1	207	24,4
Personalidades públicas	141	64	12	0	217	25,6
Poder Legislativo	19	1	17	0	37	4,4
Relações com a imprensa	52	121	15	1	189	22,3
Total	398	327	118	4	847	100,0
Total percentual	46,99	38,61	13,93	0,47	100,00	

Fonte: Elaboração própria (2021).

A partir da leitura dos resultados, é possível identificar que, em suas publicações, o presidente cita personalidades da cena pública com abordagem de qualificação com mais frequência do que de desqualificação, ou seja, menciona mais aliados do que inimigos. A valoração das quatro personalidades mais citadas é apresentada no gráfico 10.

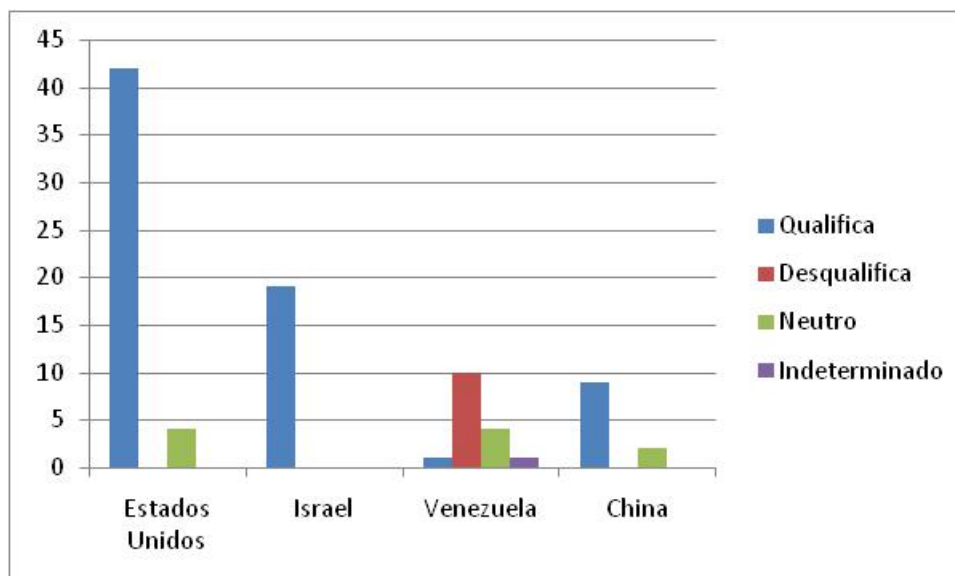
Gráfico 10– Valoração das personalidades públicas mais citadas



Fonte: Elaboração própria (2021).

Percebe-se a mudança de tom sobre Sergio Moro, personalidade pública mais mencionada por Bolsonaro. As menções de qualificação são observadas até a saída de Moro do Ministério da Justiça e Segurança. Depois do fato, o presidente refere-se a ele seis vezes em caráter de desqualificação. As celebridades aparecem em segundo lugar, sempre apresentadas como aliadas do presidente. Da mesma forma, a ministra Damares Alves é qualificada na quase totalidade das menções. O ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva é o primeiro adversário a aparecer entre as personalidades públicas, sendo quase tão citado quanto Damares, mas, ao contrário, é desqualificado na maior parte das menções. Lula é adversário histórico de Bolsonaro e personifica os inimigos do atual presidente da República desde quando era Lula o mandatário da nação.

Da mesma forma, a referência a *atores internacionais* é feita de forma positiva na maioria das ocorrências. O gráfico11 apresenta a valoração dos países mais mencionados por Bolsonaro.

Gráfico 11– Valoração dos países mais mencionados por Bolsonaro

Fonte: Elaboração própria (2020).

Entre os países, os Estados Unidos é o mais lembrado e também o grande aliado, com o dobro de menções de qualificação que o segundo país mais mencionado e também qualificado por Bolsonaro, Israel. Ao longo de todo o período analisado, o presidente buscou relacionar a sua imagem à do então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e relembrar a proximidade entre os dois países. A imagem 17 traz o exemplo de uma postagem a respeito dos Estados Unidos e de Donald Trump.

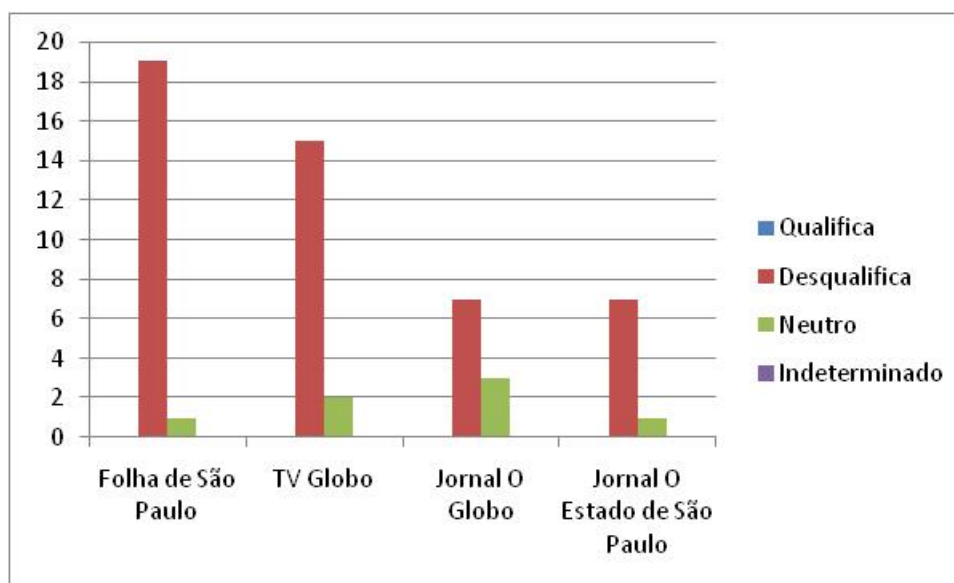
Imagem 17 – Postagem com menção aos Estados Unidos

Fonte: Bolsonaro (2019).¹²²

A postagem mostra Jair Bolsonaro e Donald Trump lado a lado durante reunião na Casa Branca, na primeira visita do presidente brasileiro ao país americano. A legenda diz: “*Uma nova era nas relações entre Brasil e Estados Unidos se inicia, para o bem de nossas nações. Grande dia! BR-US Great Day!*”. Bolsonaro relaciona a proximidade entre os dois chefes de Estado à prosperidade e à mudança, posicionando os Estados Unidos como exemplo para o Brasil e Donald Trump como sua grande inspiração para governar o país.

O terceiro grupo de atores mais lembrados é a *imprensa*, que, ao lado de partidos políticos e movimentos sociais, forma o grupo de desqualificados pelo presidente, ou seja, receberam mais menções de desqualificação do que de qualificação. As *empresas de comunicação* são as mais citadas, com destaque para o jornal Folha de S. Paulo, a TV Globo e os jornais O Globo e Estadão. O gráfico 12 apresenta a valoração das quatro empresas de comunicação mais mencionadas.

Gráfico 12– Valoração das empresas de comunicação mais mencionadas



Fonte: Elaboração própria (2020).

A Folha de S. Paulo é a empresa de comunicação mais mencionada pelo presidente, seguida pela TV Globo e pelo jornal O Globo. O POST 615 é um exemplo de menção à TV Globo e está apresentado na imagem 18.

¹²²BOLSONARO, Jair. *Uma nova era nas relações entre Brasil e Estados Unidos...* 19 mar. 2019. Instagram: [jairmessiasbolsonaro](https://www.instagram.com/p/BvMumNiHWDP/). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BvMumNiHWDP/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Imagem 18 – Postagem com menção à TV Globo



Fonte: Bolsonaro (2019).¹²³

O exemplo apresentado refere-se ao contexto em que a Rede Globo divulgou matéria relacionando Jair Bolsonaro ao assassinato da vereadora Marielle Franco¹²⁴. Na postagem, Jair Bolsonaro refere-se à TV Globo como “canalhas” e publica uma imagem do logotipo da empresa como um esgoto.

A TV Record, primeira empresa de comunicação a surgir como aliada, aparece com oito codificações, mesmo número que o jornal O Estado de São Paulo, porém, todas as menções são de qualificação. Os nove *jornalistas* mais citados pelo presidente têm valoração de qualificação. Os quatro primeiros são Alexandre Garcia, com seis menções; Augusto Nunes, com quatro; Ratinho, com quatro; e Silvio Santos, também com quatro. Percebe-se que, quando o intuito é atacar a imprensa, o alvo são as grandes empresas de comunicação. Quando a intenção é qualificar atores da imprensa, a menção é nominal, identificando os indivíduos que fazem parte do grupo de aliados.

Esses dados nos permitem identificar a coerência da lógica de construção de inimigos do presidente Jair Bolsonaro. Os adversários apontados se configuram como grupos institucionais, mantendo a coerência com a narrativa, já identificada em pesquisas anteriores (WEBER *et al.*, 2019), de inimigos abstratos, como a esquerda, os socialistas, os ambientalistas e toda organização que se oponha ao posicionamento

¹²³ BOLSONARO, Jair. *Canalhas*. 29out. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B4OVk76BFo_/. Acesso em: 20 jan. 2021.

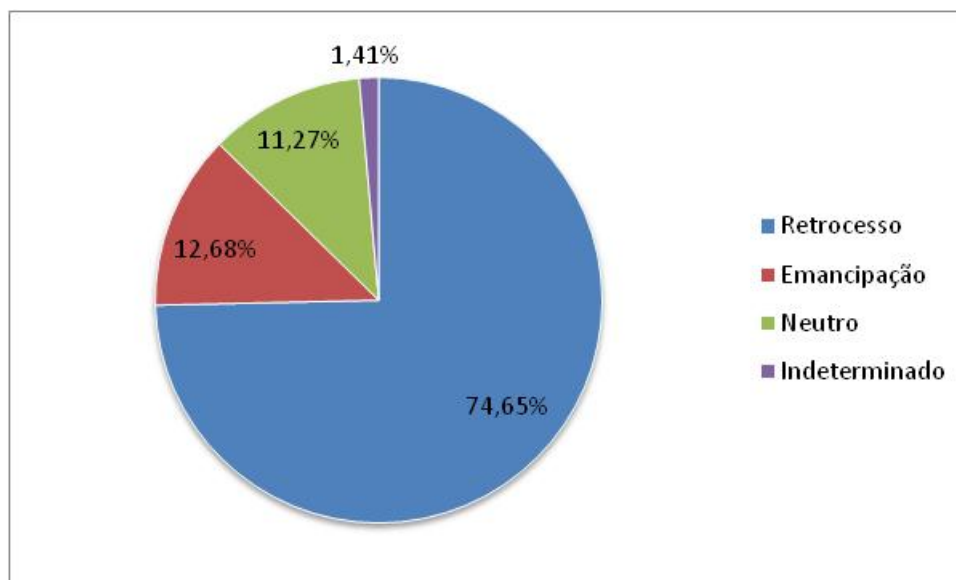
¹²⁴ GUIMARÃES, Arthur *et al.* Suspeito da morte de Marielle se reuniu com outro acusado no condomínio de Bolsonaro antes do crime; ao entrar, alegou que ia para a casa do presidente, segundo porteiro. *G1*, Rio de Janeiro, 29 out. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/29/suspeito-da-morte-de-marielle-se-reuniu-com-outro-acusado-no-condominio-de-bolsonaro-antes-do-crime-ao-entrar-alegou-que-ia-para-a-casa-do-presidente-segundo-porteiro.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2021.

de Jair Bolsonaro. Por outro lado, os aliados são nomeados, destacando as boas relações do presidente.

6.6 Abordagem moralista no Instagram @jairmessiasbolsonaro

Em relação ao total de postagens, a categoria *abordagem moralista* aparece em 568 *posts* dos 1225 codificados, o que corresponde a 46,3% do total. Desses, 424 são de retrocesso, 72 de emancipação, 64 neutros e 8 indeterminados (quando se sabe que existe moralidade, mas não é possível identificar o conteúdo moral, caso dos vídeos com mais de 3 minutos). O gráfico 13 apresenta o resultado da abordagem moral em percentuais.

Gráfico 13– Percentual de valoração em abordagem moralista



Fonte: Elaboração própria (2020).

A *abordagem moralista* indicada na categoria *retrocesso*, ou seja, que ignora os ideais de participação, igualdade e autonomia do indivíduo com vistas à emancipação social, é predominante entre as postagens em que se percebe o componente de valoração moral. O número também demonstra que o presidente mantém coerência entre as postagens divulgadas nas suas redes sociais e os discursos oficiais proferidos, assim como as comunicações institucionais, conforme se observou no capítulo anterior.

As referidas categorias se cruzam com os temas políticos e morais identificados. A seguir, serão apresentados os resultados da valoração dos *temas*

políticos e morais a partir da moral e da religiosidade e também a abordagem valorativa dos atores e personalidades e o respectivo cruzamento com as categorias.

6.6.1 Atores e personalidades

Os *atores e personalidades* se relacionam com *abordagem moralista* em 522 dos 847 códigos registrados nesse grupo, cerca de 60%. A tabela 11 apresenta a valoração de *abordagem moralista* no grupo de *atores e personalidades*.

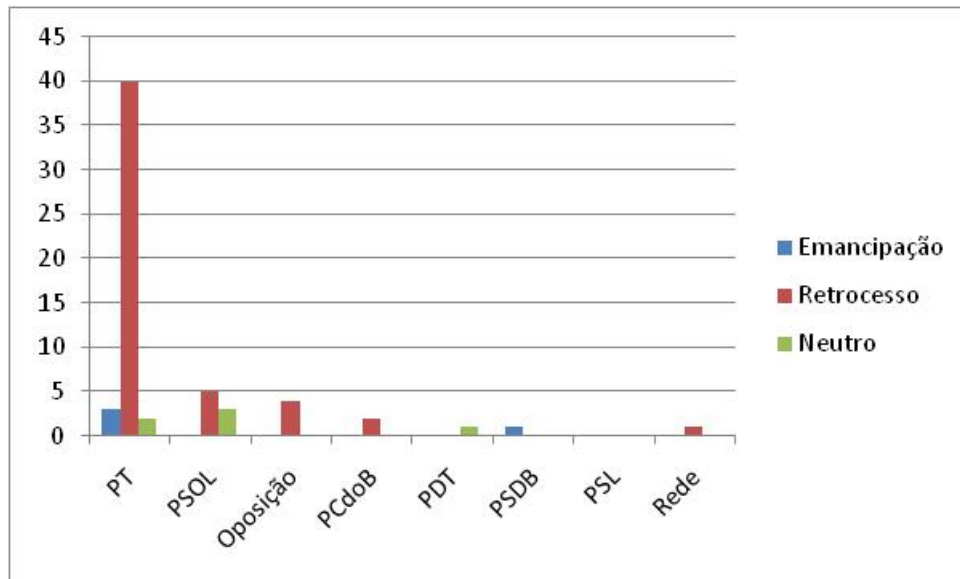
Tabela 8 – Abordagem moralista por grupo de atores e personalidades

Atores políticos	Emancipação	Indeterminado	Neutro	Retrocesso	Nº de códigos	Total de ocorrências do código	% em relação ao total
Partidos políticos	4	0	6	52	62	64	96,9
Entidades - movimentos sociais	1	0	0	27	28	35	80,0
Relações com a imprensa	7	3	8	116	134	192	69,8
Poder Judiciário	5	1	5	13	24	35	68,6
Poder executivo	7	0	3	28	38	64	59,4
Personalidades públicas	13	3	26	87	129	229	56,3
Poder legislativo	5	0	2	12	19	37	51,4
Relações internacionais	7	2	25	54	88	209	42,1
Total	49	9	75	389	522	865	60,3
Total percentual	9,39	1,72	14,37	74,52	100,00		

Fonte: Elaboração própria (2020).

Em todos os grupos de *atores e personalidades* averiguados, o *retrocesso* é muito superior à *abordagem emancipatória*. Os partidos políticos são relacionados à *abordagem moral* em quase todas as ocorrências e, em 52 das 62 abordagens moralistas relacionadas ao grupo, é caracterizado o retrocesso. O gráfico 14 apresenta a valoração de *abordagem moral* para cada partido político.

Gráfico 14– Abordagem moralista relacionada a partidos políticos



Fonte: Elaboração própria (2020).

Partido mais citado por Bolsonaro nas postagens, o PT também é o que acumula a maior relação com a abordagem de *retrocesso*. Nota-se que o PSL não foi relacionado com a *abordagem moralista*.

O segundo grupo com maior percentual de *retrocesso* são as *entidades* e os *movimentos sociais*, que, em 27 dos 28 códigos relacionados à *abordagem moralista*, apresentam características retrocessivas em relação ao viés moralista. A entidade mais mencionada por Jair Bolsonaro é o Foro de São Paulo, que tem todos os códigos relacionados à *abordagem moralista de retrocesso*. A Imagem 19 mostra o POST 401, exemplo de uma postagem sobre o *ator político*.

Imagem 19 – Postagem com menção ao Foro de São Paulo



Fonte: Bolsonaro (2019).¹²⁵

A postagem mostra o presidente utilizando as redes sociais para reforçar a retórica de que existiria um projeto de poder totalitário da esquerda, citando, além da entidade, personalidades públicas como parte de organizações criminosas que pretendem dominar a América Latina. O post recebeu múltiplas codificações de *temas sensíveis* e políticos, como *ideologia*, *ditadura*, *comportamento referente a adversários*. O exemplo foi classificado como retrocessivo por promover a polarização política a partir de um discurso de ódio e classificar os adversários como inimigos, inviabilizando o debate público e a livre expressão de diferentes opiniões.

O grupo da *imprensa* relaciona-se com *abordagem moralista* em 134 dos 189 códigos em que aparece. O principal motivo é por ter sido desqualificado em grande parte das menções do presidente Jair Bolsonaro, destacando-se como o principal inimigo do presidente no Instagram. Em 86% das vezes, a característica moralista da menção à imprensa é de *retrocesso*, por promover o embate e conflito com o grupo, violando a institucionalidade que o cargo exige.

Não por acaso, os três grupos de *atores e personalidades* desqualificados também receberam *abordagem moralista de retrocesso*, devido ao fato do comportamento do presidente Jair Bolsonaro em relação aos adversários não respeitar a pluralidade partidária e ideológica, mas ser caracterizado como personalizado,

¹²⁵ BOLSONARO, Jair. Na próxima quinta... 22 jul. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B0PUBcNhol2/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

agressivo e desrespeitoso, características que inviabilizam o debate público e enfraquecem a comunicação pública e, por consequência, a democracia.

6.6.2 Temas políticos

Das 1480 referências identificadas em *temas políticos*, 777 se relacionam com *abordagens moralistas*. A tabela 12 apresenta os resultados por tema e por categoria moral.

Tabela 9 – Abordagem moralista sobre temas políticos

	Emancipação	Indeterminado	Neutro	Retrocesso	Total	Total ocorrência do tema	% em relação ao total de ocorrências
Notícias Falsas	0	0	3	39	42	49	85,71
Ideologia	0	0	1	38	39	49	79,59
Sistema Econômico	2	0	2	22	26	33	78,79
Eleições	1	0	2	17	20	26	76,92
Regime político	8	0	2	24	34	46	73,91
Brasil	5	1	8	57	71	100	71,00
Corrupção	1	0	2	19	22	32	68,75
Políticas públicas	59	12	14	145	230	335	68,66
Mídias Sociais - Internet	0	1	0	7	8	14	57,14
Pandemia	38	1	22	102	163	298	54,70
Efemérides	0	0	0	20	20	63	31,75
Forças de Segurança	8	1	6	40	55	180	30,56
Presidência da república	1	0	7	39	47	255	18,43
Total	123	16	69	569	777	1480	52,50
Total em percentual	15,83	2,06	8,88	73,23	100		

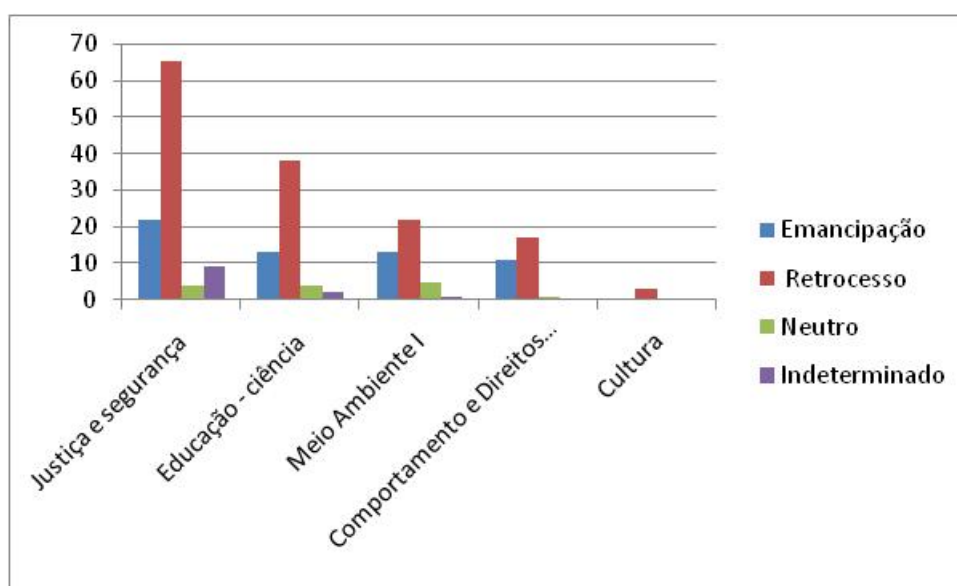
Fonte: Elaboração própria (2020).

Seis temas políticos têm a maior proporção de *abordagem moralista* nas ocorrências, *notícias falsas*, *ideologia*, *sistema econômico*, *eleições*, *regime político* e *Brasil*, todos com mais de 70%. *Notícias falsas* aparece em destaque, com 85% de ocorrências de *abordagem moralista*. Dessas, 92% são de retrocesso. A alta ocorrência de *abordagem moralista de retrocesso* deve-se ao fato de que o tema é atrelado aos adversários, acusados de disseminar notícias falsas sobre o presidente e o governo. Da mesma forma, *ideologia*, *sistema econômico*, *eleições* e *regime político* fazem referência aos opositores, ligados à esquerda, ao socialismo, à ditadura e à ocorrência do pleito eleitoral. No tema *Brasil*, em que 71 das 100 ocorrências têm *abordagem moralista*, 78% são do subtema *patriotismo*, relacionado, seguidamente, às *questões religiosas*, principalmente a partir do bordão presidencial, “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Por isso, 26 das 27 *abordagens moralistas* do tema *patriotismo* são retrocessivas, a partir dos argumentos já descritos no item 6.1. O tema *corrupção* aparece logo em seguida, com 68,75% de abordagem moralista, resultado

que também tem relação com a postura do presidente sobre os adversários, acusados de corrupção.

A presença de *moralidade* nas cinco áreas recortadas em *políticas públicas* – *comportamento e direitos humanos, cultura, educação e ciência, Justiça e segurança e meio ambiente* – corresponde a quase 30% do total de categorizações moralistas. Das 335 codificações em *políticas públicas*, 230 (68,66%) relacionam-se com *abordagem moral* e, entre elas, 145 são de *retrocesso*, ou seja, retrocedem em valores referentes à liberdade, à igualdade e à autonomia do ser humano. O gráfico 15 apresenta a valoração das *políticas públicas* relacionadas à *abordagem moralista*.

Gráfico 15– valoração das políticas públicas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Todas as *políticas públicas* registram mais *abordagens morais de retrocesso* do que de *emancipação*. *Justiça e segurança* é a política pública com a maior diferença absoluta entre as codificações de retrocesso e emancipação, principalmente devido às abordagens a respeito da criminalidade e à defesa do armamento civil. Proporcionalmente, a diferença entre *abordagens emancipatórias* e *retrocessivas* é a mesma do que em *educação*. Em ambas, as abordagens emancipatórias correspondem a cerca de 33% das abordagens de retrocesso. Em *educação*, os temas com mais referências relacionadas a retrocesso são *escolas cívico-militares* e *ensino superior*. A imagem 20 traz o POST 211, exemplo de postagem sobre *ensino superior* com *abordagem de retrocesso*.

Imagem 20 – Postagem do Instagram @jairmessiasbolsonaro sobre Ensino superior



Fonte: Bolsonaro (2019).¹²⁶

No exemplo apresentado, o presidente publicou uma foto dele e do ministro da Educação na época, Abraham Weintraub, com o seguinte texto na legenda:

O Ministro da Educação Abraham Weintraub estuda descentralizar investimento em faculdades de filosofia e sociologia (humanas). Alunos já matriculados não serão afetados. O objetivo é focar em áreas que gerem retorno imediato ao contribuinte, como: veterinária, engenharia e medicina. - A função do governo é respeitar o dinheiro do pagador de impostos, ensinando para os jovens a leitura, escrita e a fazer conta e depois um ofício que gere renda para a pessoa e bem-estar para a família, que melhore a sociedade em sua volta. Saiba mais assistindo nossa live de ontem em nosso canal no youtube.

Ensino superior seguidamente aparece relacionado a *temas sensíveis* com *abordagens moralistas de retrocesso*. No POST 121¹²⁷, a legenda traz o seguinte texto:

O ambiente acadêmico com o passar do tempo vem sendo massacrado pela ideologia de esquerda que divide para conquistar e enaltece o socialismo e tripudia o capitalismo. Neste contexto, a formação dos cidadãos é esquecida e prioriza-se a conquista dos militantes políticos. Temos como uma das principais prioridades do governo quebrar este ciclo. Infelizmente, trata-se de um trabalho árduo e demorado, pois ao longo de anos o aparelhamento do estado foi feito estrategicamente para ter a perpetuação dos chefes do socialismo no poder, com a massa de manobra hipnotizada comendo

¹²⁶BOLSONARO, Jair. *O Ministério da Educação...* 26 abr. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BwtvCUQHt-M/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹²⁷BOLSONARO, Jair. *O ambiente acadêmico...* 11 mar. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bu3cAp9n4-z/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

migalhas e seus líderes nadando na corrupção do dinheiro público. Não se refaz da noite para o dia algo tão grande. Mas um ponto de partida já existe e estamos fazendo nossa difícil parte. Desejamos que outras gerações se organizem e levem adiante esta sementinha que foi plantada por muitos e que impeçamos para sempre que o mal que esteve tão perto de destruir nosso país volte com força. Defeitos, todos temos, mas a maldade formada para destruir é nata e organizada apenas por um lado. Vamos trabalhar juntos para resgatar nosso amado Brasil!

O referido post foi classificado como de retrocesso pois descredibiliza a academia e coloca o universo científico como inimigo, acentua a polarização e reforça a narrativa de luta contra o socialismo.

No tema *pandemia*, o percentual da presença de *abordagem moralista* é um pouco mais baixo. Dos 298 códigos registrados no tema, 54%, têm abordagem moralista. Ainda assim, o número demonstra a presença dessa abordagem em um tema de grande interesse para a população. Entre os 163 códigos de *moralidades* encontrados, 102 (61%) são de *retrocesso* e 38 (22%), de *emancipação*. *Abordagens neutras e indeterminadas* somam 17% das codificações. Os subtemas que predominaram na *abordagem moralista de retrocesso* foram os relacionados aos protocolos sanitários, como *isolamento social* e *uso de máscaras*, e à *hidroxicloroquina*, defendida por Jair Bolsonaro em todas as postagens em que foi mencionada. A *abordagem de retrocesso* é identificada a partir do comportamento contrário a evidências científicas, rompendo com a racionalidade do debate em torno da pandemia, o que descaracteriza, na essência, o que se define por comunicação pública.

6.6.3 Temas sensíveis

Os *temas sensíveis* referem-se a pautas que estão ligadas ao comportamento e à autonomia moral do indivíduo. Eles serviram de referência para valoração em abordagem moralista, uma vez que é preciso identificar de que forma o presidente Jair Bolsonaro trata dessas questões. A tabela 13 apresenta os resultados absolutos, dentro da margem de erro de 4%.

Tabela 10 – Abordagem moralista dos temas sensíveis

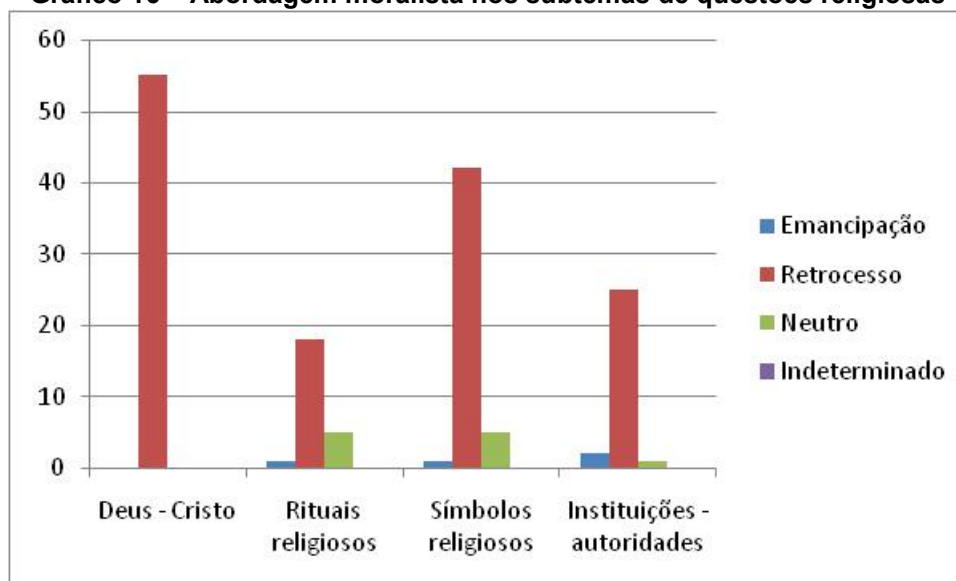
Temas morais	Emancipação	Retrocesso	Neutro	Indeterminado	Total
Questões Religiosas	4	144	11	0	159
Aborto	0	5	0	0	5
Pobreza - miséria	4	2	0	0	6
Família	2	11	1	1	15
Questões raciais	0	3	0	0	3
Moral e costumes	0	14	0	1	15
Questões sobre a mulher	5	3	2	0	10
Gênero e sexualidade	1	9	0	0	10
Comportamento referente à ciência	13	57	4	1	75
Infância	4	26	2	0	32
Comportamento sobre adversários	9	213	22	3	247
Violência	19	39	1	3	62
Direitos Humanos	6	27	2	3	38
Questões indígenas	1	9	1	0	11
Total	68	562	46	12	688
Total em percentual	9,88	81,69	6,69	1,74	100,00

Fonte: Elaboração própria (2020).

A *abordagem moralista dos temas sensíveis* está valorada como retrocesso em 81,6% das referências. O número atesta o posicionamento do presidente Jair Bolsonaro contrário a valores de emancipação social, restringindo os espaços para evolução da sociedade no que tange a autonomia, liberdade e defesa do interesse público. O tema *comportamento referente a adversários* é o que tem mais ocorrências na abordagem. Dessa forma, é possível afirmar que o conflito é tema predominante na estratégia de comunicação presidencial no Instagram, obedecendo à coerência de narrativa identificada em outros produtos comunicacionais. A presença recorrente do inimigo nas publicações presidenciais promove a perspectiva simplista do debate público ao ignorar o pluralismo de ideias para focar no dualismo e na divisão, elementos estruturantes da lógica religiosa (BOURDIEU, 2011) e que servem de base para o populismo moderno (ROSANVALLON, 2020).

As *questões religiosas* foram valoradas como retrocessivas nas vezes em que os temas religiosos trouxeram elementos privados, referindo-se à crença do presidente, o que, por si só, já é um fator de desequilíbrio para a democracia. As valorações em emancipação referem-se a discursos em que ele defende a liberdade e a diversidade religiosa e as recorrências neutras dizem respeito às publicações em que ele se refere ao elemento religioso como chefe de Estado, como quando prestou condolências ao Sri Lanka por um ataque terrorista em uma Igreja (POST204). No gráfico 16, são apresentados os subtemas de *questões religiosas* e as respectivas valorações de *abordagem moralista*.

Gráfico 16 – Abordagem moralista nos subtemas de questões religiosas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Percebe-se que as menções a *Deus*, *Cristo* ou divindades têm caráter de retrocesso em todas as vezes, pois inserem o elemento religioso associado a temas de interesse público ou os apresentam sob o ponto de vista do posicionamento privado do presidente. O caráter de *retrocesso* predomina também nos outros subtemas, e a *abordagem religiosa* está relacionada à *emancipação* em situações pontuais, no POST 768, quando Jair Bolsonaro comunica o desligamento do então secretário especial da Cultura, Roberto Alvim, por pronunciamento com referências nazistas, e se mostra solidário à comunidade judaica¹²⁸.

Em diversas publicações, são encontrados diferentes subtemas de *questões religiosas* que caracterizam *moralidade de retrocesso*. A imagem 21 mostra o exemplo do POST436.

¹²⁸ BOLSONARO, Jair. *Nota...* 17 jan. 2020. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7bVTIWBeuf/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Imagem 13– Post sobre questões religiosas com abordagem de retrocesso



Fonte: Bolsonaro (2019).¹²⁹

A postagem apresentada traz a imagem de Bolsonaro em um cenário que indica templo religioso, e a legenda diz:

Da série João 8:32 (2) / O PRESIDENTE PODE MISTURAR POLÍTICA COM RELIGIÃO? "O Estado é laico, SIM. Mas o Presidente da República é CRISTÃO, como aproximadamente 90% do povo brasileiro também o É." Romanos 8:31, se Deus é por nós quem será contra nós?

Além de a imagem apresentar um símbolo religioso, na legenda são citados dois versículos bíblicos e também Deus. A postagem ainda traz um argumento para justificar a presença da religiosidade no governo, violando o princípio institucional da laicidade, que proíbe manifestações religiosas pelo Estado (CONSTITUIÇÃO, 1989). A composição da foto aliada ao texto é um elemento simbólico potente para entender o papel da religião na comunicação do governo. Bolsonaro se apresenta em um cenário religioso, em um ângulo que o posiciona para o alto, como uma figura divina. Trata-se de evidente retrocesso em relação a conquista da laicidade do Estado moderno e à defesa do interesse público.

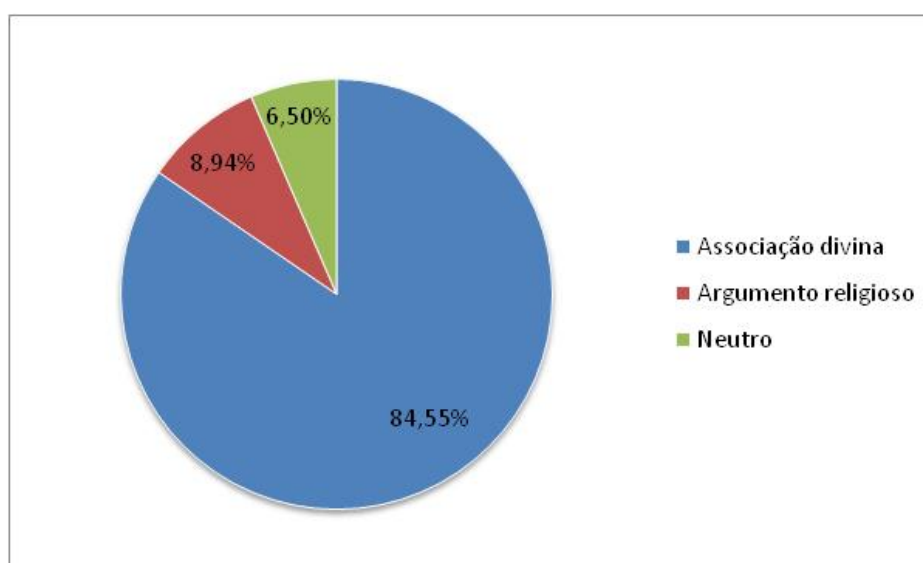
¹²⁹BOLSONARO, Jair. *Da série João 8:32 (2)*...6 ago. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B00-BmhDQF/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

O terceiro tema com mais ocorrências em *abordagem moralista de retrocesso* é o *comportamento referente à ciência*. A pesquisa demonstrou que, quando se refere a evidências científicas, Jair Bolsonaro se posiciona contrário ao que a ciência comprova ou publica dados científicos inverídicos em 76% dos casos, e em apenas 16% das declarações fica ao lado da ciência, rompendo declaradamente com a racionalidade balizadora da comunicação pública e exigida pela democracia. Como já mencionado, o comportamento do presidente em relação à ciência atua tergiversando a verdade, ao negar a ciência como fonte crível de justificação da realidade.

6.7 Abordagem religiosa

A categoria *abordagem religiosa* está presente em 123 postagens do Instagram de Bolsonaro, o que corresponde a cerca de 10% do total de *posts* analisados. Entre eles, 104 são referentes a *associações divinas*, 11 a *argumentos religiosos* e 8 são *neutros*. O gráfico 17 apresenta a distribuição das codificações nas subcategorias.

Gráfico 17– Percentual de valoração em abordagem religiosa



Fonte: Elaboração própria (2020).

A relação que o presidente estabelece entre a religiosidade e os temas analisados ocorre, na grande maioria das vezes, a partir de associações divinas, ou seja, pela presença do elemento religioso em postagens de diferentes temáticas. Os argumentos religiosos para ações do Estado são minoria, o que revela a sutileza com que Bolsonaro insere a perspectiva religiosa na comunicação, relacionando,

indiretamente, os valores e as crenças da doutrina religiosa representada pelos símbolos aos temas abordados nas publicações. A referência a Deus por meio da associação divina assume caráter de passionalidade e adentra o universo mágico, desconsiderando o compromisso com a racionalidade e com o uso de argumentos válidos.

6.7.1 Atores e personalidades

Neste item, será apresentada a *abordagem religiosa* relacionada aos *atores e personalidades*. Com isso, busca-se identificar quais são os grupos de atores presentes na comunicação quando o presidente faz uso de associações divinas ou de argumentos religiosos. A tabela 14 apresenta os resultados por grupo de atores.

Tabela 11– Abordagem religiosa por grupo de atores e personalidades

Atores políticos	Associações Divinas	Argumento Religioso	Neutro	Nº de códigos	Total de ocorrências do código	% em relação ao total
Poder Executivo	6	1	1	8	64	12,5
Poder Judiciário	3	1	0	4	35	11,4
Entidades - movimentos sociais	2	1	0	3	35	8,6
Partidos políticos	5	0	0	5	64	7,8
Relações internacionais	8	2	2	12	209	5,7
Personalidades públicas	12	1	0	13	229	5,7
Poder Legislativo	1	0	0	1	37	2,7
Relações com a imprensa	5	0	0	5	192	2,6
Total	42	6	3	51	865	5,9
Total percentual	82,35	11,76	5,88	100,00		

Fonte: Elaboração própria (2021).

Proporcionalmente, o Poder Executivo é apresentado com a maior *abordagem religiosa*, com 12,5% em relação ao total de ocorrências do ator político. A maior parte das ocorrências são associações divinas que aparecem junto com o subtema *referências ao Poder Executivo*, como o POST 269, apresentado na imagem 22.

Imagem 22 – Post com abordagem religiosa relacionada ao Poder Executivo



Fonte: Bolsonaro (2019)¹³⁰

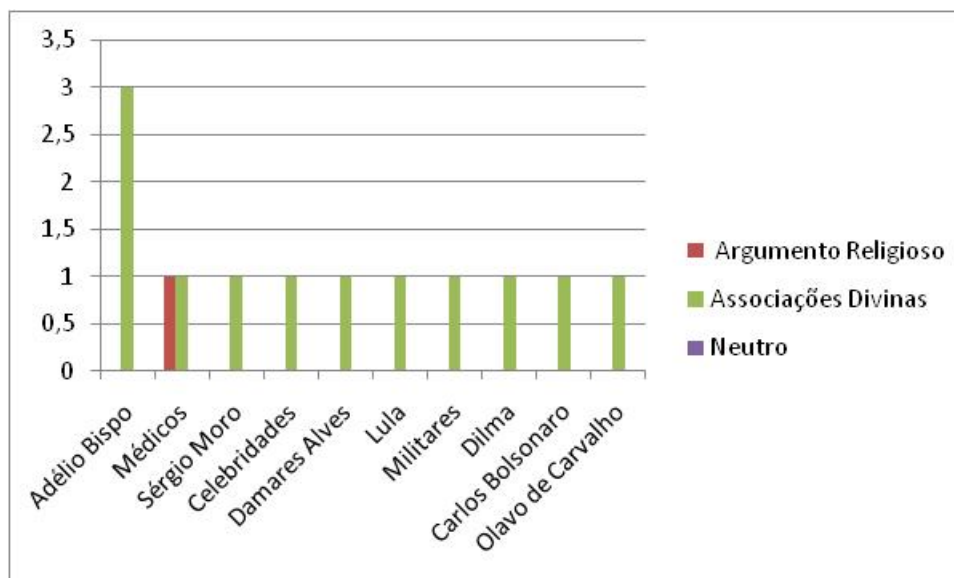
No exemplo, o presidente Jair Bolsonaro comenta as manifestações organizadas ocorridas no dia 26 de maio. A legenda diz:

Quanto aos atos do dia 26, vejo como uma manifestação espontânea da população, que de forma inédita vem sendo a voz principal para as decisões políticas que o Brasil deve tomar. Acredito na harmonia, na sensibilidade e no patriotismo dos integrantes dos três Poderes da República para o momento que atravessa nossa Nação. Juntos, ao lado do povo e de Deus alcançaremos nossos objetivos! BR

O texto reflete o posicionamento do presidente sobre as manifestações que tiveram como objetivo a defesa do governo. Assim, destaca novamente o tema do *patriotismo*, dessa vez relacionado aos Três Poderes, e, ao final, aciona o povo e Deus na narrativa, dessa vez indicando que ambos participam das ações.

Entre as *personalidades públicas*, diferentes *atores* e *personalidades* se relacionam com a *abordagem religiosa*. O gráfico 18 apresenta os atores relacionados à abordagem religiosa.

¹³⁰ BOLSONARO, Jair. *Quanto aos atos do dia 26...* 21 maio 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bxvvc0ghU-P/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Gráfico 18 – Abordagem religiosa em personalidades públicas

Fonte: Elaboração própria (2020).

A personalidade mais relacionada a *abordagens religiosas* é Adélio Bispo, autor do atentado à faca, referido no item anterior. Ele está presente em postagens em que Jair Bolsonaro agradece a Deus pela recuperação de saúde. O POST 523 é um exemplo da *abordagem religiosa* relacionada ao ator Adélio Bispo, conforme mostra a imagem 23.

Imagem 23 – Abordagem religiosa relacionada a Adélio Bispo

Fonte: Bolsonaro (2019).¹³¹

A postagem tomada como exemplo é representativa, pois demonstra como o presidente Jair Bolsonaro retoma a pauta dos inimigos em diferentes contextos,

¹³¹BOLSONARO, Jair. *Com a graça de Deus...* 16set. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B2fFn73Bm7T/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

inclusive quando se refere a um acontecimento positivo, no qual, inclusive, está presente a associação divina. É interessante observar que, para referir-se a Adélio, Bolsonaro aciona o partido no qual ele era filiado e destaca que esse partido é de esquerda, reforçando, no imaginário coletivo, a ligação entre esquerda e violência, atos criminosos e medo.

O segundo grupo com menções relacionadas à *abordagem religiosa* são os *médicos*, com uma associação divina e um argumento religioso. Como argumento religioso, Jair Bolsonaro afirma, no POST 1040, esperar que Deus iluminasse os médicos para que revelassem ao mundo os benefícios da Hidroxicloroquina. Com essa afirmação, ele desloca a noção de verdade do universo da ciência e da razão para a perspectiva mágica e espiritual ao sugerir que os médicos defensores do uso do medicamento são iluminados por Deus e, por isso, dignos de credibilidade, mesmo que contrariem as evidências científicas.

6.7.2 Temas políticos

Assim como a *abordagem moralista* se relaciona com *temas políticos*, também a presença da *abordagem religiosa* pode ser verificada nos diferentes temas identificados nas postagens. É interessante observar em que temas a religiosidade é mais acionada. Assim, serão apresentados os temas políticos em relação à abordagem religiosa. O item foi submetido à valoração nos seguintes subitens: *argumento religioso*, *associação divina* ou *abordagem neutra*. A tabela 15 apresenta as ocorrências de abordagem religiosa em cada tema.

Tabela 12– Abordagem religiosa por tema político

	Associações Divinas	Argumento Religioso	Neutro	Total	Total ocorrência do tema	% em relação ao total de ocorrências
Efemérides	20	0	2	22	63	34,92
Brasil	32	1	0	33	100	33,00
Sistema Econômico	3	2	0	5	33	15,15
Regime político	3	2	1	6	46	13,04
Eleições	3	0	0	3	26	11,54
Ideologia	4	1	0	5	49	10,20
Presidência da república	24	1	0	25	255	9,80
Corrupção	3	0	0	3	32	9,38
Forças de Segurança	13	0	0	13	180	7,22
Notícias Falsas	3	0	0	3	49	6,12
Políticas públicas	11	1	1	13	335	3,88
Pandemia	9	1	0	10	298	3,36
Mídias Sociais - Internet	0	0	0	0	14	0,00
Total	128	9	4	141	1480	9,53
Total em percentual	90,8	6,4	2,8	100		

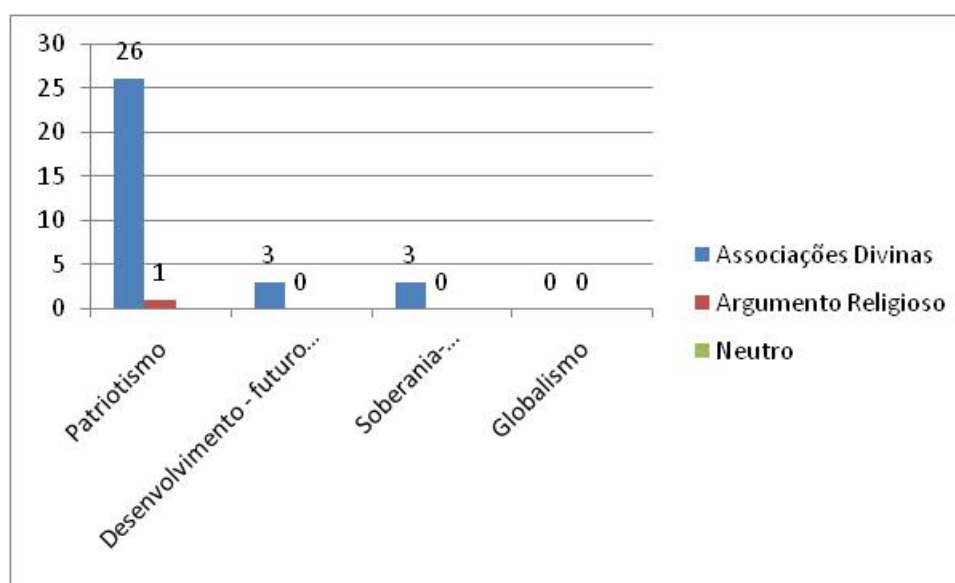
Fonte: Elaboração própria (2021).

A *abordagem religiosa* está presente em 141 dos 1.480 códigos de *temas políticos*, o que corresponde a 9,53%. Mais de 90% são *associações divinas*, quando o presidente utiliza elementos e referências religiosas durante o posicionamento sobre algum tema político ou moral.

Proporcionalmente, o tema *efemérides* tem a maior ocorrência de *abordagem religiosa* porque um dos subtemas de *efemérides* diz respeito, justamente, a eventos e datas comemorativas relacionadas à religiosidade. Das 63 codificações do tema, 22 têm *abordagem religiosa*, sendo que 20 são de *associações divinas*.

O tema *Brasil*, que contempla *patriotismo*, *soberania nacional* e falas sobre o *futuro e desenvolvimento do país*, é o segundo que mais se relaciona com a *abordagem religiosa*. O gráfico 19 apresenta a distribuição dessa categoria por subtema em *Brasil*.

Gráfico 19 – Valoração da *abordagem religiosa* nos subtemas de *Brasil*



Fonte: Elaboração própria (2020).

O subtema *patriotismo* é o mais abordado do ponto de vista da religiosidade, o que corrobora com a estratégia verificada em outros produtos comunicacionais. Nessa classificação, está incluído o bordão do presidente, que exalta o Brasil acima de tudo e Deus acima de todos. A relação entre Deus e o país, apresentando Jair Bolsonaro como salvador da nação, tanto do ponto de vista mitológico quanto messiânico, sintetiza a origem da força do discurso presidencial, presente em vários produtos analisados. Esse aspecto talvez evidencie de forma mais contundente o quanto as dimensões privada e pública estão cada vez mais fundidas na nova conformação do

espaço público. A personificação populista descrita por Rosanvallon (2020) se relaciona tanto com o imaginário dos fiéis quanto com a perspectiva mítica do salvador da pátria, o que Rosanvallon (2020, p. 49) chama de o Homem-povo, e Jair Bolsonaro consegue dominar essa narrativa ao ponto de tornar dispensável, por parte de seus apoiadores, o questionamento fundamentado em argumentos válidos e aceito por todos.

O tema *sistema econômico* aparece em terceiro lugar com a maior *abordagem religiosa* proporcional, presente em 15,15% das ocorrências. A imagem 22 apresenta a relação entre o capitalismo e a religiosidade expressa por um argumento religioso.

Imagem 14– Postagem sobre sistema econômico com abordagem religiosa



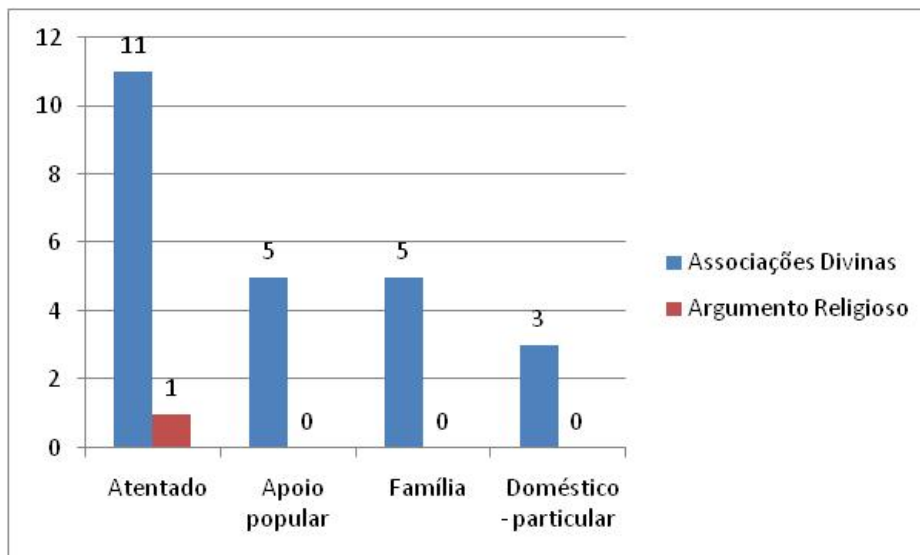
Fonte: Bolsonaro (2019).¹³²

No exemplo, é replicada a manchete do portal *Pragmatismo político*, que destaca a afirmação do presidente de defesa da propriedade privada sob o argumento religioso: “*A propriedade privada é sagrada e ponto final*”. Esse é um dos *posts* em que há justificativa relacionada à religiosidade para o posicionamento político do presidente. Muito embora, no *post*, o uso da palavra religiosa tenha sido proferido em contexto de figura de linguagem, a referência segue sendo válida no sentido do uso do elemento religioso para absolutizar uma questão que seria relativa. Neste caso, o assunto ainda tem relação com a lógica religiosa de considerar a propriedade privada como direito natural do homem. O tema é abordado desde o surgimento do protestantismo, quando a acumulação de riqueza passou a ser considerada sinal da graça divina (WEBER, 2013), e foi reforçada no início do movimento conservador a partir dos registros de Burke (1969).

¹³² BOLSONARO, Jair. *Bolsonaro: “propriedade privada é sagrada e ponto final*. 11 mar. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bw2dtRahboP/>. Acesso em: 20 maio 2020.

O tema *Presidência da República* é relacionado à *abordagem religiosa* em quase 10% das ocorrências. Os quatro subtemas foram relacionados à categoria conforme o gráfico 20.

Gráfico 20 – Subtemas de Presidência da República com abordagem religiosa



Fonte: Elaboração própria (2020).

O tema *atentado* tem *abordagem religiosa* em 12 das 27 ocorrências, cerca de 45% do total. A narrativa de que Deus permitiu que Bolsonaro sobrevivesse ao atentado à faca para cumprir a missão de presidir o Brasil é recorrente e colabora com a construção da imagem messiânica do presidente. A imagem 23 apresenta o POST 387, exemplo de diversos temas políticos relacionados à abordagem religiosa.

Imagem 15 – Postagem sobre o atentado à faca de Jair Bolsonaro com abordagem religiosa



Fonte: Bolsonaro (2019).¹³³

A postagem traz a imagem de um desenho, possivelmente entregue a Bolsonaro em sinal de apoio, que mostra o presidente caminhando ligado a um aparelho hospitalar e segurando a bandeira do Brasil. Acima, uma pomba que irradia luz, símbolo do Espírito Santo, um dos elementos da trindade Santa dos cristãos. Na legenda, o texto: *“O período em que nasci de novo. Agradeço a Deus pela minha vida e a vocês pelo apoio! Brasil acima de tudo, Deus acima de todos! BR #tbt”*. Nos comentários, é possível identificar o texto de uma apoiadora, que relaciona a recuperação de Bolsonaro à vitória nas eleições. “Deus lhe salvou para cumprir uma missão com o Brasil”, escreveu. A postagem é representativa, pois mostra como as temáticas se relacionam para construir uma narrativa bem definida e com função estratégica na comunicação do presidente e do governo, segundo a qual Bolsonaro tem a missão de salvar a pátria e a recuperação do atentado à faca se torna um sinal de que ele realmente é o escolhido para ocupar o cargo de presidente.

¹³³BOLSONARO, Jair. *O período em que nasci de novo*. 18 jul. 2019. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B0FMYPYnK-8/>. Acesso em: 20 maio 2020.

6.7.3 Temas sensíveis

Os *temas sensíveis* também foram observados quanto à sua relação com a *abordagem religiosa*. A ocorrência de abordagem religiosa em *temas sensíveis* foi observada a partir do número absoluto de ocorrências de cada tema, para que seja possível verificar quais são os temas em que a categoria mais aparece proporcionalmente. A tabela 16 apresenta os temas com maior abordagem religiosa proporcional.

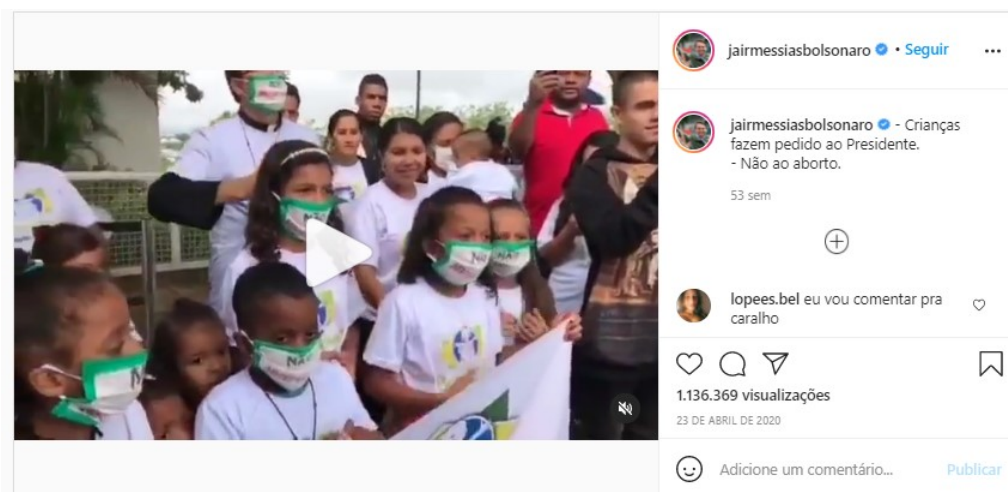
Tabela 13– Abordagem religiosa em temas sensíveis

Temas morais	Argumento Religioso	Associações Divinas	Neutro	Total religiosidade	Total ocorrência do tema	% em relação ao total de ocorrências
Questões Religiosas	17	136	10	163	159	102,5
Aborto	1	1	0	2	5	40,0
Pobreza - miséria	1	1	0	2	6	33,3
Família	0	4	1	5	17	29,4
Questões raciais	0	0	1	1	4	25,0
Moral e costumes	0	3	0	3	15	20,0
Questões sobre a mulher	0	1	0	1	10	10,0
Gênero e sexualidade	0	0	1	1	12	8,3
Comportamento referente à ciência	1	5	0	6	75	8,0
Infância	1	2	0	3	38	7,9
Comportamento sobre adversários	2	16	0	18	256	7,0
Violência	0	1	0	1	64	1,6
Direitos Humanos	0	0	0	0	42	0,0
Questões indígenas	0	0	0	0	11	0,0
Total	23	170	13	206	714	28,9
Total em percentual	11,17	82,52	6,31	100,00		

Fonte: Elaboração própria (2020).

Obviamente, a maior parte das *abordagens religiosas* está relacionada às *questões religiosas*. A porcentagem de abordagem religiosa acima do número de ocorrências de questões religiosas deve-se ao fato de que, em quatro postagens, o *post* em que o tema aparece foi categorizado como *associação divina* e *argumento religioso*. Além desse tema, o *aborto* aparece com mais ocorrências proporcionais, tendo presente a abordagem religiosa em duas das cinco postagens sobre o assunto. Na imagem 24, apresenta-se o POST1081, que relaciona crianças, aborto e religião.

Imagem 16– Postagem sobre abordagem religiosa do tema aborto



Fonte: Bolsonaro (2020)¹³⁴

A postagem é de um vídeo gravado na frente do Palácio do Planalto, em um local criado pelo presidente Jair Bolsonaro para dar declarações e encontrar eleitores. No vídeo, um padre conduz sete crianças, uniformizadas com camisetas e máscaras de um grupo religioso, a realizar uma manifestação contra o aborto. A postagem reforça o tabu relacionado ao tema do *aborto* na sociedade e impede a discussão de forma aberta e livre. Além disso, ao induzir crianças a manifestar posicionamento diante de uma questão social e política, o religioso, líder do grupo, não leva em conta o nível de desenvolvimento cognitivo e moral de seus liderados, que ainda não possuem condições de acessar todas as informações disponíveis sobre o tema e de tomar decisões moralmente autônomas, após reflexão individual sobre os fatos.

Pobreza, família e questões raciais formam o grupo em que a *abordagem religiosa* é acionada de 25% a 35% das recorrências. *Pobreza* tem poucas ocorrências gerais, o que já causa desconforto, levando-se em conta que estamos observando a comunicação do presidente de um dos países mais desiguais do mundo e, além disso, a *abordagem religiosa* está associada ao tema em duas das seis vezes em que é abordado, revelando que o assunto acaba por ser mais uma pauta que está a serviço da retórica direcionada a interesses privados e populistas de Bolsonaro. Já com relação à *família*, que também está relacionada à dimensão privada, o resultado está dentro do esperado e obedece à coerência de narrativa identificada em outros

¹³⁴BOLSONARO, Jair. *Crianças fazem pedido ao presidente*. 23 abr. 2020. Instagram: jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B_V6OVOn_6p/. Acesso em: 20 maio 2020.

produtos comunicacionais analisados, que apresenta a família sob o aspecto tradicional conservador.

No capítulo 6, foram apresentadas as características de produtos comunicacionais vinculados ao presidente Jair Bolsonaro no que diz respeito à dimensão privada da *moralidade* e da *religiosidade*. A análise a respeito tanto da comunicação do governo, a partir dos meios oficiais e dos canais diretos do presidente, será feita a seguir, no capítulo 7.

7 ANÁLISE

Ao longo dos capítulos 5 e 6, foram apresentados e analisados os produtos comunicacionais do governo de Jair Messias Bolsonaro do *corpus* de pesquisa, no período entre 01 de Janeiro de 2019 e 30 de junho de 2020. No capítulo 5, organizaram-se os produtos oriundos do sistema de comunicação institucional, produzidos pela Secretaria de Comunicação Institucional (SECOM) e pelas Assessorias de Comunicação dos ministérios: logotipo, agendas, campanhas, discursos e redes sociais, estas últimas sendo consideradas pelo viés quantitativo. Já no capítulo 6, foram apresentados os produtos de comunicação vinculados à figura pública de Jair Bolsonaro, como a marca e as redes sociais em seu nome.

A partir da identificação de temas políticos e sensíveis selecionados para esta pesquisa, foi possível verificar a presença de temas recorrentes em diferentes produtos de comunicação institucional. O *ufanismo*, característica marcante do slogan e da marca do governo, aparece sob a ótica do patriotismo e da soberania nacional nos discursos presidenciais, sendo o tema político mais acionado no discurso de posse, com dez referências. A *exaltação à pátria* remete diretamente ao *tema sensível* recorrente nos discursos e presente também no logotipo: a *referência aos adversários/inimigos*. A relação se dá pelo argumento de que a defesa da nação é necessária diante de tantas ameaças. A lógica da construção do inimigo tem raízes no campo religioso, segundo Bourdieu (1987), que destaca o dualismo entre bem e mal como um mecanismo de divisão e exclusão, presente na estrutura das religiões, e que conflita com os ideais democráticos do pluralismo de ideias e do debate livre exercido por indivíduos autônomos, promovendo uma perspectiva simplista da sociedade. Na mesma esteira, são abordados temas como a *ideologia*, a partir do embate entre esquerda e direita, o *sistema econômico*, com o destaque para o antagonismo entre capitalismo e comunismo, o regime político, com referências à *democracia* e *ditadura*, e as *forças de segurança*, destinadas a proteger a nação dos inimigos.

Ao explorar uma visão dualista da sociedade em sua comunicação, a universalidade, um dos indicadores da comunicação pública, dá lugar à perspectiva privada da segregação, por não considerar como válidos os posicionamentos de grupos contrários a diretrizes governamentais. O discurso institucional, dessa forma, assume um caráter personalizado e desconsidera a impessoalidade, princípio que o surgimento da república imprimiu à sociedade moderna desde que desassociou o clero e a monarquia do poder político.

Ao observar a presença de *temas sensíveis*, é possível ampliar a análise também para as campanhas publicitárias. O levantamento realizado para identificação de temáticas sensíveis entre as campanhas promovidas pelo governo mostrou que as pautas desse grupo presentes no logotipo institucional e nos discursos reverberam nas campanhas institucionais. A pesquisa com as campanhas demonstrou que a incidência das temáticas *sexualidade, mulher e infância* é predominante nas campanhas sobre *temas sensíveis*. Tanto no texto de apoio de lançamento do logotipo institucional quanto nos dois discursos longos analisados, o de posse e o da ONU, as temáticas aparecem com abordagem semelhante: o apelo à defesa da infância, com o discurso oculto de que estaria sendo sexualizada a partir do debate sobre gênero, e o direcionamento moral conservador a respeito da sexualidade controlada, intimamente ligado ao discurso que acusa a esquerda de promover ataque à *célula mater* da sociedade, a família tradicional.

O moralismo que alude à sexualidade tem relação com o ascetismo protestante, que pregava controle dos impulsos terrenos como forma de manifestar a graça de Deus e separava os condenados dos eleitos, inserindo a lógica da divisão no seio da sociedade capitalista (WEBER, 2013). Mais uma vez, o elemento de raízes religiosas contraria os princípios democráticos, conforme a classificação de Dahl (2000). O autor destaca como um dos cinco aspectos para se escolher a democracia a autonomia moral, que é a liberdade do indivíduo de decidir sobre seus atos após reflexão individual e baseada em seus próprios princípios morais. Dessa forma, o conservadorismo é acionado, impedindo a emancipação social, um dos indicadores de comunicação pública que fortalecem a democracia

Ao dar mais um passo em direção aos aspectos perseguidos por esta pesquisa, conseguimos encontrar relação entre os produtos de comunicação e as agendas presidenciais voltadas a grupos religiosos. Freston (1994) identifica a terceira onda do pentecostalismo, ou o neopentecostalismo, a partir da ênfase no ascetismo e na expulsão de demônios. Pertence a esse grupo a maioria das igrejas midiáticas, que construíram poder para ingressar na esfera política (FONTELES, 2007) e hoje constituem a Frente Parlamentar Evangélica. Além dos políticos, pastores e líderes religiosos também podem ter influência direta nas ações do governo, já que mantêm relações institucionais fortes com o presidente, conforme fica evidente no alto número de agendas religiosas voltadas ao segmento evangélico. O ascetismo dessas igrejas é baseado em um ideal de resgate da moral e dos bons costumes, o que se reflete nas estratégias da FPE no Congresso para barrar o debate de pautas progressistas (DIP, 2018). Conforme identificado nos discursos analisados e até mesmo em uma das

campanhas publicitárias, a presença da religiosidade é evidenciada pela comunicação institucional, tanto por meio de associações divinas quanto a partir da abordagem conservadora de *temas sensíveis*, caracterizando o retrocesso moral da sociedade. A associação simples com elementos divinos descarta a função da racionalidade para o debate público e aciona a passionalidade, ao mexer com a fé religiosa, que tem caráter privado, não exige argumentação racional e, por isso, não é reconhecida por todos os interessados no debate. A representatividade, outro indicador de comunicação pública, é prejudicada, na medida em que apenas um grupo religioso é privilegiado, desconsiderando a pluralidade religiosa existente no país. Assim, a laicidade do Estado é atingida, enfraquecendo a democracia por meio da obstrução de elementos basilares da comunicação pública.

O capítulo 6 traz números que aprofundam as questões presentes na comunicação institucional e mostram onde está sendo construído o discurso que reverbera na comunicação institucional. A começar pelo bordão presidencial, que se mantém o mesmo desde a eleição e caracteriza a figura pública de Bolsonaro a partir de dois elementos centrais, o *militarismo/patriotismo* e a *religiosidade*, independentemente do cargo que ocupa. São esses dois elementos que se desdobram em toda a linha de comunicação identificada no Instagram@jairmessiasbolsonaro.

Bolsonaro segue a lógica da divisão dualista ao identificar aliados e inimigos, mencionando nominalmente os presidentes de países, as personalidades públicas e os jornalistas considerados amigos. Por outro lado, desqualifica as empresas da mídia, países alinhados com o regime político ou sistema econômico opostos aos que ele defende, os movimentos sociais e os partidos políticos, apontando quem são os inimigos da nação. Não por acaso, o maior percentual de abordagem moralista de retrocesso em *temas políticos* está relacionado às *notícias falsas*, à *ideologia* e ao *regime político*, temas que são recorrentes nas postagens em que Bolsonaro se dirige aos adversários em tom de conflito. Os três *temas sensíveis* mais recorrentes, *comportamento referente a adversários*, seguido por *questões religiosas* e, em terceiro lugar, *comportamento referente à ciência*, formam uma tríade complementar que dialoga com os temas centrais da comunicação bolsonarista, na medida em que até mesmo a ciência é considerada parte do grupo de inimigos e, portanto, também deve ser excluída e combatida. A lógica da divisão e da exclusão, atribuída por Bourdieu (1987) ao campo religioso, aliada ao tom autoritário do bordão de Bolsonaro, constitui a coerência e o simplismo que facilitam a adesão da população ao discurso do presidente.

Quando é analisada a *abordagem religiosa* das postagens, os cruzamentos de temas e atores demonstram que o discurso segue a mesma linha central. O ator mais relacionado à religiosidade é o *Poder Executivo*, comandado por Bolsonaro. Entre as personalidades públicas, as postagens sobre *Adélio Bispo* têm a maior relação com a *abordagem religiosa*, justamente por tratarem do tema do atentado à faca, do qual atribui a sua recuperação à providência divina. Entre os temas políticos, as *efemérides* apresentam o alto número de postagens sobre datas e eventos religiosos, e a prevalência de abordagem religiosa no tema *Brasil* indica a relação direta entre patriotismo e soberania nacional e elementos divinos. Os *temas sensíveis* relacionados à *abordagem religiosa* - além de *questões religiosas* – *aborto*, *pobreza/miséria* e *família*, fazem parte do discurso religioso conservador proferido nas Igrejas, principalmente *aborto* e *família*, bandeiras diretamente relacionadas à moral religiosa. Em relação à pobreza, a relação com a religiosidade é indireta. Bourdieu (2011) traça essa relação ao destacar que ela se deve ao fato de que a manutenção da ordem simbólica contribui para a ordem política. Nesse sentido, a Igreja interfere nesse processo ao inculcar percepções de mundo que realizam a legitimação da ordenação do mundo, o que torna a pobreza algo natural. Nas Igrejas, a noção de divisão de classes é neutralizada para dar lugar à ideia de que todos são irmãos aos olhos de Deus.

A partir da observação desses dados, pode-se afirmar que os indicadores de comunicação pública são desrespeitados em sua totalidade. A personalização fica evidente diante do ataque a opositores, ignorando a impessoalidade que o cargo exige. Em vez de publicizar as ações do governo, Bolsonaro faz propaganda direcionada de seu mandato, invalidando toda crítica que venha da opinião pública e impedindo o contraponto. Com esse movimento, oculta informações que o desabonam, violando o princípio da publicização e da transparência. Os grupos considerados inimigos são segregados e a representatividade da diversidade de crenças e opiniões dá lugar à individualização e à comunicação direcionada apenas a grupos de interesse. Com a exclusão do diverso antes que haja a possibilidade do diálogo, o preconceito vem à tona e oprime minorias sociais, raciais e de gênero, desrespeitando a igualdade entre indivíduos que vivem na sociedade. O *viés religioso* infringe o princípio do Estado laico e desequilibra o debate público.

Todos esses elementos nos levam à direção oposta da emancipação social que deveria reger a humanidade e que tem os princípios democráticos como base. O conservadorismo é concebido na dimensão privada, na medida em que privilegia certos grupos em detrimento de outros, contrariando a sociedade de iguais (BOBBIO,

2007). A presença da moral conservadora e da religiosidade no Estado caracteriza a privatização do público na medida em que grupos religiosos conseguem adentrar o grande sistema estatal e subverter a lógica do interesse público, fazendo valer seus interesses privados, o que, no caso das organizações religiosas presentes no governo Bolsonaro, são os valores morais conservadores e elementos da religião cristã. O princípio do Estado laico deveria evitar que essa relação tivesse como resultado a interferência da ordem simbólica religiosa nas ações governamentais voltadas ao interesse público, garantindo o que Bobbio (2007) chama de primado do público, que trata da afirmação de que a soma dos bens individuais não é maior do que o bem coletivo. Quando esse princípio é violado, a comunicação pública perde seu caráter fundamental e a democracia sai enfraquecida.

A análise qualitativa do conteúdo do Instagram de Bolsonaro a partir do *software* NVivo tornou tangível a percepção de que o posicionamento presidencial direciona o Brasil para o retrocesso, na medida em que naturaliza a presença de elementos privados, que não obedece aos requisitos de participação do debate democrático e busca privar a sociedade da pluralidade de expressões e modos de vida capazes de ampliar a noção de realidade, que oferece subsídios para o respeito à diversidade e para a consciência social. Dessa forma, a comunicação pública é propositalmente obstruída, o que aumenta a distância entre governo e população no que diz respeito à busca por soluções eficazes para os problemas comuns, e o autoritarismo encontra terreno fértil a partir da ausência do debate genuíno.

Em outra perspectiva, é observar as características levantadas na investigação a partir das definições de Rosanvallon (2020) a respeito do populismo moderno. Bolsonaro se vale da lógica de divisão contida na ordem simbólica religiosa e presente em nossa cultura para ganhar força a partir da concepção de povo baseada na presença de um inimigo a ser combatido, o “nós VS. eles”, primeira característica do populismo moderno descrito por Rosanvallon (2020). Não por acaso, o inimigo é lembrado e citado de forma recorrente nos produtos comunicacionais analisados. A divisão também se opera diante do conceito de céu VS. inferno, Deus VS. Diabo, atribuindo um significado vazio àqueles para o qual se dirigem os ataques, ou seja, o sentido do “mal” é atribuído de formas diferentes para cada um dos indivíduos de acordo com a sua experiência, o que amplia o leque de inimigos comuns do povo. Nesse caso, o inimigo pode ser a esquerda, o PT, os ambientalistas, os intelectuais, os professores e todos os que se oponham ao governo, o que imprime uma lógica de equivalência entre esses atores pelo antagonismo em relação ao governo e os exclui da concepção de povo admitida pelo governo.

A característica principal do discurso do presidente, de dirigir-se ao grupo específico formado por seus apoiadores, constitui o que Rosanvallon (2020) chama de democracia direta, polarizada, imediata. Tanto no Instagram quanto nos momentos em que representa o Estado brasileiro, Bolsonaro fala diretamente para o seu eleitor, o cidadão de bem, aquele que quer o porte de armas, está com medo do comunismo e da ideologia de gênero, desconsiderando que a população é formada por grupos com concepções diferentes a respeito desses temas.

Em algumas campanhas publicitárias institucionais, também é possível identificar argumentos de cunho moral sendo utilizados em detrimento de argumentos científicos. A estratégia aumenta a identificação com o público de interesse, dispensa a mediação da imprensa ou de outros políticos e contribui para o acirramento da divisão no país, o que fortalece o poder simbólico de manutenção da ordem social. As agendas religiosas do presidente, majoritariamente cristãs, demonstram essa estratégia de forma clara. As comunidades religiosas conservadoras sentem que estão sendo privilegiadas e, portanto, representariam a ordem vigente. A opinião em perspectiva, característica primeira dos argumentos de fiéis religiosos, torna-se discurso dogmático a partir das declarações do presidente, frustrando a possibilidade de que haja espaço para o diálogo entre diferentes formas de pensamento e de que surja, assim, o discurso argumentativo (GOMES, 2008).

O fortalecimento da ordem simbólica de divisão e da polarização, oriunda da concepção de povo uno, contribui para a imagem do próprio presidente, que representa as demandas de seus apoiadores, a que o autor denomina “o homem-povo”. Diante da heterogeneidade da política moderna, a identidade do povo passa a ser moldada a partir de uma personalidade, o líder carismático representa sua unidade e passa a ser a sua voz. (ROSANVALLON, 2020). Bourdieu (2011) também cita essa figura como o messias. Não por acaso, esse é uma das nomenclaturas a que Bolsonaro atende.

O nacionalismo presente de forma destacada nas comunicações governamentais constitui a quarta característica de Rosanvallon (2020) para o populismo moderno, também calcada na ideia de um inimigo, aquele que exige que o país defenda a sua soberania e proteja suas fronteiras. O discurso na ONU talvez seja o exemplo mais significativo nesse sentido, uma vez que o presidente ataca outros países, acusa a ONU de atuar em prol de agendas globais e não das nações e reafirma várias vezes a soberania nacional. O inimigo da nação de Bolsonaro também é interno, caracterizado por todos os grupos que questionam a ordem vigente e o posicionamento conservador, e deve ser desconsiderado como parte da nação. A narrativa justifica a parcialidade do presidente junto aos seus apoiadores, promovendo

cada vez mais a polarização e diminuindo o espaço para a promoção da comunicação pública no cenário brasileiro.

Por fim, o regime de paixões e emoções, característica que completa a concepção de populismo de Rosanvallon (2020), talvez configure o elemento principal da estratégia política e de comunicação do governo, especialmente relacionada à comunidade religiosa. Não por acaso, o grupo que mantém a base mais coesa de apoio ao presidente, mesmo após dois anos de fracasso na economia, na gestão da pandemia, na política externa e em diversas áreas de políticas públicas, é o grupo dos evangélicos¹³⁵. O conceito dessa característica indica que, na prática, a divisão entre razão e emoção é difícil de ocorrer. O discurso espiritual, mágico, próprio das religiões, opera sob essa lógica e, inserido no cenário político, distorce o regime de verdade ao qual a sociedade estava habituada a se basear. O resultado é o acirramento das emoções, a perda de relevância da racionalidade e a conseqüente obstrução do debate público. A emoção de posição, aquela relativa ao ressentimento democrático, sensação de pouco prestígio ou de abandono, foi marca da população evangélica ao longo dos anos, e que agora se vê na centralidade da sociedade a partir da comunicação bolsonarista. Somada a essa questão, a emoção intelectual, a que tem por base informações manipuladas ou visões conspiratórias, com gatilhos moralistas, é prática recorrente na comunicação governamental e colabora para a sobreposição da emoção ante a razão.

Como resultado, ocorre a emoção de intervenção, a ação que traduz o manejo das paixões em um regime populista. Configura-se como uma política de desconfiança, baseada nos ideais de vigilância e controle dos poderes, mas de forma radicalizada. O Brasil comandado por Jair Bolsonaro segue a lógica da emoção de intervenção, formando uma comunidade de repulsão e expulsão, que absolutiza os argumentos ao ponto do inegociável. O asco moral está no centro desse sentimento, promovendo o rechaço indiscriminado e descartando a possibilidade da troca de ideias, o que representa a queda do espaço de deliberação.

Percebe-se que a lógica populista se fortalece no governo Bolsonaro e é complementada pelo viés religioso, traduzindo-se em uma abordagem moralista que não tolera o contraponto. As verdades que emanam da reconstrução do mundo baseada nas crenças oriundas das doutrinas religiosas e do ascetismo moralista se constituem de tal forma que o consenso é considerado produto de manipulação e que qualquer tipo de cooperação argumentativa representaria o fim da nova realidade a ser

¹³⁵BALLOUSSIER, Anna Virginia. Apoio evangélico em 2022 indica Bolsonaro na ponta e entaves a Doria, Huck e PT. FOLHA, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/02/apoio-evangelico-em-2022-indica-bolsonaro-na-ponta-e-entaves-a-doria-huck-e-pt.shtml>. Acesso em: 15/06/2021.

construída. Assim, a democracia brasileira sofre um ataque em sua essência, na medida em que desaparece a noção de comunidade direcionada ao entendimento. As *fake news* e as informações distorcidas prosperam nesse ambiente, em que a noção de verdade se rarefaz perante convicções particulares com referências definidas por grupos alheios ao interesse público e à racionalidade.

Quando os conceitos fundantes da comunicação pública, como a racionalidade e o interesse público, são negligenciados, o debate torna-se inviável. Esteves (2011) esclarece que é ele que constitui a comunicação pública em si e a vincula à natureza essencialmente racional, tanto pelo caráter cognitivo quanto pelo moral. A presença da moralidade e da religiosidade impede que exista debate genuíno sobre as pautas que afetam a vida dos brasileiros de diversos grupos. Os interesses privados, evidentes a partir da imposição de direcionamentos relativos a um grupo específico que não apresenta argumentos válidos a todos os envolvidos, levam a sociedade brasileira ao retrocesso cognitivo e moral ao qual Esteves (2011) se refere. A divisão e a exclusão promovidas pelo presidente, ao invalidar e atacar a parcela da sociedade brasileira crítica ao seu projeto, é o elemento mais marcante dos produtos comunicacionais apresentados, em especial as postagens do seu Instagram, e revela um governo que corrói a democracia pela sua base, que é o diálogo racional, autônomo e com vistas ao consenso (GOMES, 2008). Não por acaso, esse elemento tem raízes no campo religioso, transborda para o campo político e é apropriado pelo populismo de forma a aumentar o poder do líder populista e enfraquecer a comunicação pública e a democracia em seu aspecto central.

Nesta análise, buscamos realizar o cruzamento ente os dados obtidos e o acúmulo teórico da pesquisa, para que fosse possível entender em quais aspectos a comunicação pública está distorcida pela estratégia de comunicação do governo Bolsonaro. O movimento nos revela que esse campo de estudo está sendo obstruído em seus conceitos basilares. A inviabilidade do debate cooperativo aprofunda as diferenças entre os diversos grupos da sociedade brasileira e amplia a distância que nos separa do ideal democrático igualitário e direcionado à emancipação social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O governo de Jair Messias Bolsonaro coloca-se no centro da análise da comunicação pública na medida em que vai ultrapassando as bordas delimitadas pelo regime de verdade e do espaço público convencionados pela sociedade democrática vivida no Brasil desde o fim da ditadura militar. Assim, se constitui como um importante objeto de pesquisa para o campo da comunicação pública, uma vez que permite o acionamento de conceitos basilares da área, que aponta espaços públicos com debates abertos com vistas ao consenso para a construção de uma democracia fortalecida, para análise da práxis comunicacional do governo.

Cada produto comunicacional analisado revelou a costura narrativa existente entre o que o governo fala ao seu público nas redes sociais, por meio da figura presidencial, e o que transmite em canais oficiais como a defesa ideológica de uma nova concepção de verdade. Assim, durante o percurso para alcançar o objetivo geral da presente pesquisa, foi sendo construída uma dissertação que revelou as intervenções privadas a partir da presença da moralidade conservadora e da religiosidade nos produtos comunicacionais do governo em diferentes canais de interação com a população.

O olhar amplo sobre o fenômeno comunicacional utilizado pelo governo Bolsonaro joga luz nas teias históricas formadoras da configuração de sociedade que pensávamos estar consolidada e que se revela porosa desde sua concepção. O princípio do Estado laico é sinalizado como guardião da fronteira pública em relação à religiosidade. Contudo, os criadores da república eram, antes de tudo, servos que dedicavam à acumulação da riqueza para a glória divina. Sendo assim, a vida asceta, ou seja, a privação dos prazeres mundanos ancorada na imagem divina, fez parte do processo que dividiu a sociedade capitalista moderna entre os eleitos, que viam no trabalho e na acumulação de riqueza um sinal da graça, e os condenados, aqueles que não seguiam as orientações de Lutero e não buscavam o trabalho como vocação, o que transformou os protestantes em burgueses capazes de pleitear participação no poder. O moralismo conservador, embora não tenha aparente relação direta com a religiosidade, tem raízes na lógica protestante, sobretudo calvinista, de ruptura de classes dentro do tecido social. O movimento conservador de Burke surgiu a partir da condenação dos pleitos por igualdade entre os homens, utilizando, para tanto, argumentos divinos. Dessa forma, o componente moralista religioso está contido na própria concepção da república e, conseqüentemente, reverbera na aplicabilidade do princípio do Estado laico.

Durante todo o período da história moderna, esse paradoxo foi tensionado pelo esforço em direcionar a sociedade ao mais próximo possível do ideal humanista de igualdade e fraternidade, movimento que teve a ciência como aliada. Por mais que o interesse público seja conceito abstrato e dê margem a diversas significações, servindo, muitas vezes, à soma de interesses privados, a ciência, traduzida nas disciplinas, concedia o refúgio do consenso, o conjunto de discursos que validavam o regime de verdade de nossa organização social a partir do princípio da racionalidade. Pelo menos em relação às evidências científicas, estávamos a salvo das discordâncias. Opiniões em perspectiva que tinham como base os traços culturais de religião e comportamento estavam delimitadas pelo ambiente privado e não tinham a credibilidade necessária para adentrar no debate público como pauta central ou argumento para pautas de interesse público ligadas a temas vitais para a sociedade. Em alguma medida, os meios de comunicação reforçavam esse quadro de mundo, constringendo, como mediadores do espaço público, argumentos que não estivessem alinhados a ideias convencionadas como válidas.

O fenômeno das redes digitais e a possibilidade da comunicação pessoalizada, direta e, por isso, circulante em grupos fechados, com o incremento do raciocínio capitalista dos conglomerados responsáveis por essas mídias e que conformou, a partir de algoritmos, o acesso ainda mais direcionado às informações, trouxe à tona as opiniões antes inibidas pela racionalidade e pôs à prova o regime de verdade que ainda delimitava as frágeis fronteiras entre público e privado. A comunicação direta, polarizada e imediata, mencionada por Rosanvallon (2020) como uma das características do populismo moderno, emerge desse novo cenário, em que diferentes atores travam disputas por visibilidade e legitimidade. São espaços de manifestação de natureza mais complexa, pois as publicações já não pertencem à uma dimensão ou à outra. Essa nova característica parece ser bem explorada na comunicação do presidente Jair Bolsonaro e infere-se que, inclusive, foi ela que proporcionou a ele, político com posicionamentos antes constringidos pelas convenções do debate público, alcance capaz de lhe conceder visibilidade e status para que fosse possível chegar à presidência da república. O jogo que o presidente, como figura pública, faz ao publicizar posições particulares e que desobedecem conceitos fundantes da comunicação pública e da democracia em um espaço que é público, ou seja, a que todos têm acesso, mas a partir do perfil próprio, permite elasticidade para testar a adesão de seus apoiadores, a reação da opinião pública e os efeitos da possível aplicação na estratégia de comunicação institucional, sob a justificativa de que aquele é seu espaço pessoal, mesmo sendo ele figura pública, o que torna os seus perfis nas

redes sociais espaços de expressão do governo. Assim, forma grupos com opiniões semelhantes em torno de novas propostas de verdade, paralelas às convenções definidas pela sociedade e que sedimentaram as bases da democracia.

O processo esfacela a possibilidade de trocas argumentativas que garantam a pluralidade do debate. A dualidade característica de nossa sociedade é evidenciada nas simplificações das bolhas das redes sociais, obedecendo ao mecanismo de inclusão – exclusão, que tem origem no campo religioso. Quanto menor a capacidade de abstração, maior a tendência de assumir algo como verdade em exclusão às outras possibilidades. Não se trata de algo novo e o movimento é, inclusive, ferramenta política na modernidade, na medida em que o discurso político, para captar adesão de grandes audiências, precisa ser simplificado, o que elimina as diversas facetas a respeito de uma mesma questão. Contudo, o mecanismo adquire novos usos e adaptações a partir das possibilidades oferecidas pelas tecnologias digitais. Nesse processo, as redes digitais ajudaram a legitimar afirmações questionáveis, expuseram e consolidaram o que antes fazia parte da dimensão privada do indivíduo como opinião em perspectiva, promoveram a descredibilização da imprensa, guardiã do constrangimento social, e suscitaram o ódio aos adversários.

Essa arena pública moderna se tornou terreno fértil para a ascensão das doutrinas religiosas, aglutinando comunidades que compartilham dos mesmos dogmas e admitem as mesmas certezas, eliminando a necessidade de debate diante do número expressivo de adeptos. A dualidade retroalimenta a emoção de intervenção, que rechaça o adversário e produz certo tipo de asco moral de quem não compactua com as ideias consolidadas em determinado grupo. A comunicação do presidente Jair Bolsonaro utiliza a nova configuração da comunicação facilitada pelas redes sociais para reiterar o discurso dual que caracteriza permanente conflito e mantém seus apoiadores adeptos aos posicionamentos presidenciais a partir do apelo emocional, como o medo e o ódio, e diminui a possibilidade de espaço para o diálogo e questionamento de certezas.

Os posicionamentos moralistas e religiosos sobre *temas sensíveis*, que reverberam nos temas políticos e vitais, é o motor de captação da comunicação personalizada que o presidente realiza por meio da comunicação de seu governo. O movimento difere de governos anteriores tanto no objeto quanto no modo em que se apresenta. A sociedade costumava identificar como elemento da dimensão privada nos governos a presença de interesses econômicos, relacionados a grandes conglomerados e aos políticos, que eram gerenciados de forma velada, ou seja,

estavam sujeitos ao constrangimento frente à opinião pública. O governo de Jair Bolsonaro subverte essa lógica e insere um elemento privado de outra ordem e de maneira explícita na comunicação governamental. Esse novo comportamento, somado ao fato de que a dimensão moralista tem aderência em grande parcela do público, gera um estranhamento que torna sinuoso o caminho para identificação e crítica dos problemas que podem surgir. O viés moralista relacionado a comportamento acarreta outro efeito favorável ao governo, que é o de tornar a divisão na sociedade ainda mais marcada, acentuando a polarização.

O viés religioso é útil a essa lógica na medida em que justifica a nova proposta de verdade. Considerando que mais de 90% dos brasileiros são cristãos, as associações divinas como argumento para o novo quadro de mundo defendido pelo presidente são ao menos compreendidas por grande parte da população do país. Nesse contexto, os fiéis com mais envolvimento em sua comunidade religiosa tendem a admitir os argumentos a partir dos preceitos divinos, descartando as convenções científicas e intelectuais firmadas para promover o interesse público e a emancipação da sociedade. As Igrejas neopentecostais se configuram como a população religiosa mais relevante para apoio político, uma vez que têm interesse em marcar presença na mídia e na política, estão em franca expansão no país e compartilham da mesma visão conservadora que norteia as ações do presidente Jair Bolsonaro. A presença religiosa na comunicação desarticula a estrutura da esfera pública na medida em que os argumentos considerados válidos estão calcados em outra noção de verdade e não obedecem à lógica da racionalidade e da participação.

Um dos efeitos mais nocivos dessa estratégia é o deslizamento da centralidade do debate dos temas vitais à sociedade para temas sensíveis. Com espaços de manifestação mais complexos e híbridos, as pautas comportamentais e culturais disputam visibilidade com aquelas ligadas ao funcionamento essencial da coletividade. A pesquisa identificou que o viés moralista e o viés religioso estão presentes em diferentes pontos de contato com a população com o objetivo de conformar um novo quadro de mundo, dissociado de aspectos basilares que nortearam o desenvolvimento social até então. Nessa nova visão, as questões cotidianas fundamentais para o desenvolvimento da sociedade – educação, saúde, saneamento básico, por exemplo – deixam de ser prioridade, para dar lugar à ordenação moral de justificativa religiosa sobre comportamentos e formas de agir.

A interação comunicativa do mundo simbólico propõe um debate cooperativo com vistas ao consenso e à solução dos conflitos entre indivíduos autônomos presentes no

espaço público. O tema que mobiliza essa argumentação cooperativa deverá ser sempre um tema que diga respeito à coletividade e que estabeleça de modo central, tangível e concreto. Ao captar as novas propostas de verdade que se desenvolvem nas redes sociais e explorar o posicionamento privado sobre questões morais e religiosas como forma de gerar identificação e adesão dos públicos dessas bolhas na comunicação pública do governo, o presidente tergiversa sobre pautas que estão sob gerenciamento governamental para temas culturais e emocionais, que estão fora de sua alçada institucional. Trata-se da subversão, em essência, do princípio do primado do público.

O retrocesso se dá a partir desse ponto, na medida em que o país fica sem espaços para o debate de soluções de problemas que afetam diretamente o cotidiano para que sejam debatidas questões controversas e conflituosas que não podem ser resolvidas com prova de fatos ou com racionalidade estão mais suscetíveis ao reforço ideológico do governo. O que Bobbio (1987) chama de “a soma dos bens individuais” que não pode se impor ao bem público é traduzida, nesse caso, pela importância que os vieses moralista e religioso têm na vida de um grande número de pessoas, razão pela qual o debate em torno desses temas adquire relevância e causa grande adesão. Contudo, ainda que o tema tenha peso na orientação comportamental das pessoas, não deixa de ser formado por questões ancoradas em individualismos autocentrados e associativismos fragmentados, fruto de valores particulares de cada núcleo familiar ou religioso. O governo, no seu dever de ser, está a serviço do interesse público e não pode ser percebido apenas como parte do debate. A relação entre poder do Estado e sociedade se configura a partir do acionamento da publicidade frente à crítica e ao controle dos cidadãos. A perda de espaço de temas de interesse público vitais para temas sensíveis na comunicação de Jair Bolsonaro configura, dessa forma, a privatização da função do Estado, na medida em que o governo deixa de cumprir o papel de publicização central sobre ações a respeito de questões essenciais para a sociedade e, assim, abrir espaço para o controle a partir do debate público, para promover discursos dogmáticos sobre questões que dizem respeito à dimensão privada da comunicação, inculcando percepções de mundo baseadas em crenças e valores de grupos específicos.

O debate público, que confere à comunicação pública seu caráter racional, por meio dos processos comunicacionais que levam à construção da vontade coletiva, tem a dupla capacidade de fortalecer aspectos cognitivos, a partir do valor de esclarecimento com argumentos válidos, e também morais, a partir da emancipação social, e são nesses aspectos que reside o caráter qualificador da democracia.

Quando o poder do Estado não propõe um debate racional, está levando a nação para o retrocesso. Por não dar espaço ao debate sobre problemas que precisam de solução; Por, ao mitigar a possibilidade de debate, não permitir que a sociedade organize atitudes e interesses das pessoas e dos grupos sociais com vistas à emancipação moral; Por descaracterizar o aspecto qualificador da democracia, o que leva ao enfraquecimento de todo o jogo democrático, o que fortalece formas autoritárias de governar.

Ao chegar ao final da pesquisa, consolida-se a percepção de que, por mais que a retórica presidencial afirme o compromisso com a democracia, o trabalho de rarefação das bases democráticas está centralizado no ataque aos princípios da comunicação pública pública na medida em que a comunicação particular do presidente se sobrepõe a questões de interesse público, reduzindo o debate e desqualificando a participação da sociedade. O acionamento da moralidade e da religiosidade é central nesse movimento, sobretudo porque mexe com fatores da vida privada de todos, o que se configura uma estratégia altamente eficaz.

Esta pesquisa dialogou com o contexto social vivido pela sociedade brasileira. Por essa razão, suscitou desdobramentos para responder à complexidade que o tema exige e obedeceu a um caminho científico que pudesse oferecer resultados confiáveis e considerações amparadas em bases teóricas que propõem indicativos iniciais para compreender a realidade apresentada. O caminho aberto por esta dissertação deverá ser explorado em publicações futuras, com aprofundamento das descobertas e interpretações à luz da ciência para traçar estratégias que possam nos reconduzir à emancipação social.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Syntia Pereira. Mídia, democracia e a presença dos neopentecostais na política brasileira. *In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIAS POLÍTICAS*, 10., Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <https://cienciapolitica.org.br/system/files/documentos/eventos/2017/04/midia-democracia-e-presenca-dos-neopentecostais-politica.pdf>. Acesso em: maio 2020.
- ARENDT, Hannah. *A dignidade da política: ensaios e conferências*. Rio de Janeiro: Editora Relume – Dumará, 1993.
- BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. *Organicom*, ano 6, n. 10/11, 2009. Disponível em <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/194>. Acesso em: jul. 2020.
- BANDEIRA, Alexandre Dresch. *Valdemiro Santiago parte para o abraço: estratégias midiáticas e interacionais envolvidas na Igreja Mundial do Poder de Deus*. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2015.
- BENETTI, Marcia. *Deus vence o diabo: o discurso dos testemunhos da Igreja Universal do Reino de Deus*. 2000. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2000.
- BÍBLIA, N.T. Atos dos Apóstolos. *In: BÍBLIA*. Português. Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos. Tradução de José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.
- BOBBIO, Norberto. *Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política*. 14. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2007.
- BOLSONARO, Flávio. *Jair Messias Bolsonaro: mito ou verdade*. Rio de Janeiro: Editora Altadena, 2016.
- BORELLI, Viviane. Os sentidos do religioso e do midiático por fiéis da Igreja Internacional da Graça de Deus. *Líbero*, São Paulo, ano XV, n. 29, p. 125-134, jun. 2012. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/11-Os-sentidos-do-religioso-e-do-midiatico-por-fieis-da-Igreja-Internacional-da-Gra-a-de-Deus.pdf>. Acesso em: maio 2020.
- BRASIL. Congresso Nacional. [Site oficial], Brasília, 2019. Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/>. Acesso em: 20/11/2020
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas*. São Paulo: Perspectiva. 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. The Forms of Capital. In RICHARDSON, J., *Handbook in Theory and research for the sociology os Education*, Westport, CT: Greenwood, p. 241-58, 1986.

- BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2. p. 77-101, 2006. ISSN 1478-0887.
- BURKE, Edmund. *Reflexões sobre a revolução em França*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1969.
- CAMURÇA, Marcelo Ayres. Um poder evangélico no Estado brasileiro? Mobilização eleitoral, atuação parlamentar e presença no governo Bolsonaro. *Revista NUPEM*, Campo Mourão (PR), n. 12, v. 25, p. 82-104, 2020. Disponível em: <http://revistanupem.unespar.edu.br/index.php/nupem/article/view/713>. Acesso em: março 2020.
- CARVALHO, Luiz Maklouf. *O cadete e o capitão: a vida de Jair Bolsonaro no quartel*. São Paulo: Editora Todavia, 2019.
- CARVALHO, Olavo de. *A nova era e a revolução cultural: Fritjof Capra e Antonio Gramsci*. 3. edição. Rio de Janeiro: Instituto de Artes Liberais; Stella Caymmy Editora, 1994.
- CASULLO, Maria Esperanza. *¿Por qué funciona el populismo? el discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo encrisis*. Buenos Aires: Siglo XXI Editora Ibero-americana, 2019.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2006.
- CRAIDE, Sabrina. No discurso de posse, Bolsonaro pede apoio para reconstruir o país. Brasília, DF, *Agência Brasil*, 1 jan. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-01/no-discurso-de-posse-bolsonaro-pede-apoio-para-reconstruir-o-pais>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Os processos de mediação das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 26, n. 1, 2019. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/30691>. Acesso em: jul. 2020.
- DAHL, Robert A. *Sobre a democracia*. São Paulo: Editora UnB, 2001.
- DATAFOLHA – Instituto de Pesquisa. [Site oficial]. São Paulo, 2020. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/>. Acesso em: jul. 2020.
- DIAS, Tiago. Eleitoral, tosco, fantástico: Uma análise do logo do governo Bolsonaro. São Paulo, TAB, 17 jan. 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/17/no-logo-do-brasil-da-nova-era-o-progresso-vem-da-direita-a-esquerda.htm>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- DIP, Andrea. *Em nome de quem? A bancada evangélica e seu projeto de poder*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2018.
- DURKHEIM, Émile; NEVES, Paulo. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Paulinas, 1989. (Tópicos) ISBN: 8533605153.

FABRINO, Ricardo. Dimensões Democráticas nas Jornadas de Junho. In: Reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. 14/08/2017

ESTEVES, João Pissarra. *Sociologia da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FITZI, Gregor; Mackert, Juergen; TURNER, Bryan S. *Populism and the Crisis of Democracy*. London: Routledge, 2018.

FONTELES, Henrique A. Da religiosidade participativa à participação virtual: Uma reflexão sobre a natureza (in)comunicativa do programa religioso "Show da Fé". *Revista Âncora*, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 67-81, 2007. Disponível em: http://www.revistaancora.com.br/revista_3/05.pdf. Acesso em: fev. 2020.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*: aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FRESTON, Paul. Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ANTONIAZZI, Alberto *et al.* *Nem anjos nem demônios*: interpretações sociológicas do pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1994.

GABRIEL, José Luciano. *Liberdade Religiosa e Estado Laico Brasileiro*: uma abordagem à luz de Habermas e do Direito. Rio de Janeiro: Gramma Editora, 2018.

GENRO, Sandra Eliane Oliveira Bitencourt. Teoria da prosperidade e guerra espiritual para exorcizar os demônios da América Latina. *Sul21*, Porto Alegre, 20 nov. 2019. Disponível em: <https://www.sul21.com.br/opiniaopublica/2019/11/teoria-da-prosperidade-e-guerra-espiritual-para-exorcizar-os-demonios-da-america-latina-por-sandra-bitencourt/>. Acesso em: ago. 2020.

_____. *O agendamento do aborto na campanha presidencial brasileira em 2010*: reverberação e silenciamentos estratégicos entre imprensa, mídias sociais e candidatos. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

GERBASE, Iami. *Religião, política e mídia*: as eleições municipais brasileiras de 2016 em páginas de notícias gospel no Facebook. 2017. Monografia (Graduação em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

GOMES, Wilson. Parte I Esfera Pública Política. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus, 2008. p. 29-162.

HABERMAS, Jürgen. Religion in the Public Sphere. *European Journal of Philosophy*, v. 14, n. 1, 2006. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-0378.2006.00241.x>. Acesso em: abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: jul. 2020.

JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Lisboa: Ed. 70, 2007.

KANT, Immanuel. A religião nos Limites da Simples razão. Editora Escala. São Paulo. 2008.

MACCEDO, Paulo. A jornada do herói: conquistando pessoas com histórias. In: MACCEDO, Paulo. *Blog do Paulo Maccedo*. [S.l., 2016]. Disponível em: <https://paulomaccedo.com/jornada-do-heroi-storytelling/>. Acesso em: maio 2020.

MACHADO, Maria das Dores Campos. O discurso cristão sobre a “ideologia de gênero”. *Revista Estudos Femininos*, Florianópolis, v. 26, n. 2, p. 1-18, 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-026X2018000200212&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: maio 2020.

MACHADO, Maria das Dores Campos. *Política e Religião: a participação dos evangélicos nas eleições*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 82-104

MACHADO, Maria das Dores Campos; BURITY, Joanildo. A Ascensão Política dos Pentecostais no Brasil na Avaliação de Líderes Religiosos. *Dados* [online], v. 57, n. 3, p. 601-631, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52582014000300601&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: jan. 2020.

MAIA, Rousiley. Visibilidade midiática e deliberação pública. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus, 2008. P. 165 - 193

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; GUIMARÃES, Bruno Menezes Andrade. Conversações políticas e midiáticação no Facebook: interações e conflitos a partir dos comentários sobre as ações da Frente Parlamentar Evangélica. *Intercom: revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 41, n. 3, 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442018000300087. Acesso em: jul. 2020.

MARTINO, Luis Sá. *Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais*. São Paulo: Paulus, 2016.

MARTINO Luís Mauro Sá; MARQUES Ângela Cristina Salgueiro. *Ética, mídia e comunicação: Relações sociais em um mundo conectado*. São Paulo: Summus Editorial, 2018.

MARX, Karl. Sobre a religião. Editora Edições 70. São Paulo. 1975.

PECCININ, Luiz Eduardo. *O discurso religioso na arena política: representação e deliberação democrática no Estado laico*. 2016. Dissertação (Mestrado em Direito) – Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. *Revista de Saúde Pública*, v. 29, n. 10, 1995.

PUTNAM, Robert D. The prosperous Community – Social Capital and Public Life. In: *The American Prospect*. 1983. v. 13. p. 35-43.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, Renan William dos. Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no Congresso Nacional e na Frente Parlamentar Evangélica. *Tempo soc.* [online], v. 29, n. 2, p.187-214, 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702017000200187&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: maio 2020.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, William dos Santos; BONATO, Massimo. Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil. *Revista USP*, São Paulo, n. 120, p. 43-60, 2019. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/155530>. Acesso em: fev. 2020.

ROSANVALLON, Pierre. *El siglo Del populismo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg SL, 2020.

ROTSCHILD, B. O. *Revolução Cultural*. Vol. 1: Manifesto Contra o Marxismo na Educação. São Paulo: Editora Cemeai, 1994.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, v. 1, n. 1, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>. Acesso em: 20/03/2021

SAINT-CLAIR, Clóvis. *Bolsonaro: o Homem que Peitou o Exército e Desafia a Democracia*. Rio de Janeiro: Editora Máquina de Livros, 2018.

SANTAELLA, L. Epistemologia semiótica. *Cognitio*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 93-110, 2008.

SANTOS, Leandro de Paula. *Entre a virtude e o risco: sobre religião e opinião pública*. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

SILVA, Carla Luciana. Guerras culturais ou luta de classes? A face atual do anticomunismo. *Revista História & Lutas de Classes*, [S.l.], 2018. Disponível em: <http://dev.historiaelutadeclases.com.br/>. Acesso em: 27 ago. 2019.

SILVA, Fabio Lacerda Martins da. *Pentecostalismo, eleições e representação política no Brasil contemporâneo*. 2017. Tese (Doutorado em Ciência política) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SOARES, Pedro Gustavo Cavalcanti. *Secularismo e democracia: uma análise comparativa da influência religiosa nas instituições e cultura políticas no Brasil e na mídia*. 2015. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

SOUZA, Priscila Vieira e. *Comunicação, modernidade, religião: Relações culturais na história e produção do Centro Audiovisual Evangélico – CAVE (1951 – 1971)*. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

TREVISAN, Janine. A Frente Parlamentar evangélica: força política no estado laico brasileiro. *Revista Numen*, v. 16, n. 26, p. 30- 57, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufff.br/index.php/numen/article/view/21884>. Acesso em: março/ 2020.

VERDÉLIO, Andréia. Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na assembleia geral da ONU. *Agência Brasil*, Brasília, DF, 24 set. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-09/presidente-jair-bolsonaro-discursa-na-assembleia-geral-da-onu>. Acesso em:

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. *In*: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. *Comunicação pública e política: pesquisa e prática*. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

WEBER, Maria Helena *et. al.* Rupturas político-estéticas na eleição presidencial de 2018. *In*: IMPACTOS político-comunicacionais nas eleições brasileiras de 2018. Curitiba: CPOP; Carvalho Comunicação, 2021.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Editora Martin-Claret, 2013.

WEBER, Max. *Sociologia das Religiões*. São Paulo: Editora ícone, 2010.

ANEXOS

ANEXO A – Discurso de posse de Jair Bolsonaro (1º de janeiro de 2019)

Excelentíssimo presidente do Congresso Nacional, senador Eunício Oliveira. Senhoras e senhores chefes de Estado, chefes de Governo, vice-chefes de Estado e vice-chefes de Governo, que me honram com suas presenças.

Vice-presidente da República Federativa do Brasil, Hamilton Mourão, meu contemporâneo de Academia Militar de Agulhas Negras. Presidente da Câmara dos Deputados, prezado amigo e companheiro, deputado Rodrigo Maia.

Ex-presidentes da República Federativa do Brasil, senhor José Sarney, senhor Fernando Collor de Mello. Presidente do Supremo Tribunal Federal, ministro Dias Toffoli.

Senhoras e senhores ministros de Estado e comandantes das Forças aqui presentes. Procuradora-Geral da República, Raquel Dodge.

Senhoras e senhores governadores, senhoras e senhores senadores e deputados federais. Senhoras e senhores chefes de missões estrangeiras acreditados junto ao governo brasileiro.

Minha querida esposa Michelle, da aqui vizinha Ceilândia. Meus filhos e familiares aqui presentes — a conheci aqui na Câmara.

Brasileiros e brasileiras. Primeiro, quero agradecer a Deus por estar vivo. Que, pelas mãos de profissionais da Santa Casa de Juiz de Fora, operou um verdadeiro milagre. Obrigado, meu Deus!

Com humildade, volto a esta Casa, onde, por 28 anos, me empenhei em servir à nação brasileira, travei grandes embates e acumulei experiências e aprendizados que me deram a oportunidade de crescer e amadurecer.

Volto a esta Casa, não mais como deputado, mas como Presidente da República Federativa do Brasil, mandato a mim confiado pela vontade soberana do povo brasileiro.

Hoje, aqui estou, fortalecido, emocionado e profundamente agradecido a Deus, pela minha vida, e aos brasileiros, que confiaram a mim a honrosa missão de governar o Brasil neste período de grandes desafios e, ao mesmo tempo, de enorme esperança. Governar com vocês.

Aproveito este momento solene e convoco cada um dos congressistas para me ajudarem na missão de restaurar e de reerguer nossa pátria, libertando-a, definitivamente, do jugo da corrupção, da criminalidade, da irresponsabilidade econômica e da submissão ideológica.

Temos, diante de nós, uma oportunidade única de reconstruir o nosso país e de resgatar a esperança dos nossos compatriotas.

Estou certo de que enfrentaremos enormes desafios, mas, se tivermos a sabedoria de ouvir a voz do povo, alcançaremos êxito em nossos objetivos, e, pelo exemplo e pelo trabalho, levaremos as futuras gerações a nos seguir nesta tarefa gloriosa.

Vamos unir o povo, valorizar a família, respeitar as religiões e nossa tradição judaico-cristã, combater a ideologia de gênero, conservando nossos valores. O Brasil voltará a ser um país livre das amarras ideológicas.

Pretendo partilhar o poder, de forma progressiva, responsável e consciente, de Brasília para o Brasil; do poder Central para estados e municípios.

Minha campanha eleitoral atendeu ao chamado das ruas e forjou o compromisso de colocar o Brasil acima de tudo e Deus acima de todos.

Por isso, quando os inimigos da pátria, da ordem e da liberdade tentaram pôr fim à minha vida, milhões de brasileiros foram às ruas.

Uma campanha eleitoral transformou-se em um movimento cívico, cobriu-se de verde e amarelo, tornou-se espontânea, forte e indestrutível, e nos trouxe até aqui.

Nada aconteceria sem o esforço e o engajamento de cada um dos brasileiros que tomaram as ruas para preservar a nossa liberdade e a democracia.

Reafirmo meu compromisso de construir uma sociedade sem discriminação ou divisão.

Daqui em diante, nos pautaremos pela vontade soberana daqueles brasileiros que querem boas escolas, capazes de preparar seus filhos para o mercado de trabalho e não para a militância política; que sonham com a liberdade de ir e vir, sem serem vitimados pelo crime; que desejam conquistar, pelo mérito, bons empregos e sustentar com dignidade suas famílias; que exigem saúde, educação, infraestrutura e saneamento básico, em respeito aos direitos e garantias fundamentais da nossa Constituição.

O Pavilhão Nacional nos remete à “Ordem e ao Progresso”. Nenhuma sociedade se desenvolve sem respeitar esses preceitos.

O cidadão de bem merece dispor de meios para se defender, respeitando o referendo de 2005, quando optou, nas urnas, pelo direito à legítima defesa.

Vamos honrar e valorizar aqueles que sacrificam suas vidas em nome de nossa segurança e da segurança dos nossos familiares.

Contamos com o apoio do Congresso Nacional para dar o respaldo jurídico para os policiais realizarem seu trabalho.

Eles merecem e devem ser respeitados!

Nossas Forças Armadas terão as condições necessárias para cumprir sua missão constitucional de defesa da soberania, do território nacional e das instituições democráticas, mantendo suas capacidades dissuasórias para resguardar nossa soberania e proteger nossas fronteiras.

Montamos nossa equipe de forma técnica, sem o tradicional viés político que tornou o Estado ineficiente e corrupto.

Vamos valorizar o Parlamento, resgatando a legitimidade e a credibilidade do Congresso Nacional.

Na economia traremos a marca da confiança, do interesse nacional, do livre mercado e da eficiência.

Confiança no cumprimento de que o governo não gastará mais do que arrecada e na garantia de que as regras, os contratos e as propriedades serão respeitados.

Realizaremos reformas estruturantes, que serão essenciais para a saúde financeira e sustentabilidade das contas públicas, transformando o cenário econômico e abrindo novas oportunidades.

Precisamos criar um ciclo virtuoso para a economia que traga a confiança necessária para permitir abrir nossos mercados para o comércio internacional, estimulando a competição, a produtividade e a eficácia, sem o viés ideológico.

Nesse processo de recuperação do crescimento, o setor agropecuário seguirá desempenhando um papel decisivo, em perfeita harmonia com a preservação do meio ambiente.

Dessa forma, todo setor produtivo terá um aumento da eficiência, com menos regulamentação e burocracia.

Esses desafios só serão resolvidos mediante um verdadeiro pacto nacional entre a sociedade e os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, na busca de novos caminhos para um novo Brasil.

Uma de minhas prioridades é proteger e revigorar a democracia brasileira, trabalhando arduamente para que ela deixe de ser apenas uma promessa formal e distante e passe a ser um componente substancial e tangível da vida política brasileira, com o respeito ao Estado Democrático.

A construção de uma nação mais justa e desenvolvida requer a ruptura com práticas que se mostram nefastas para todos nós, maculando a classe política e atrasando o progresso.

A irresponsabilidade nos conduziu à maior crise ética, moral e econômica de nossa história.

Hoje começamos um trabalho árduo para que o Brasil inicie um novo capítulo de sua história.

Um capítulo no qual o Brasil será visto como um país forte, pujante, confiante e ousado.

A política externa retomará o seu papel na defesa da soberania, na construção da grandeza e no fomento ao desenvolvimento do Brasil.

Senhoras e senhores Congressistas.

Deixo esta casa, rumo ao Palácio do Planalto, com a missão de representar o povo brasileiro.

Com a bênção de Deus, o apoio da minha família e a força do povo brasileiro, trabalharei incansavelmente para que o Brasil se encontre com o seu destino e se torne a grande nação que todos queremos. Muito obrigado a todos vocês.

Brasil acima de tudo! Deus acima de todos!

ANEXO B – Discurso da ONU (24/09/2019)

Senhor Presidente da Assembleia Geral, Tijjani Muhammad-Bande,

Senhor Secretário-Geral da ONU, António Guterres,

Chefes de Estado, de Governo e de Delegação,

Senhoras e Senhores,

XX—XX—XX—XX

Apresento aos senhores um novo Brasil, que ressurgiu depois de estar à beira do socialismo.

Um Brasil que está sendo reconstruído a partir dos anseios e dos ideais de seu povo.

No meu governo, o Brasil vem trabalhando para reconquistar a confiança do mundo, diminuindo o desemprego, a violência e o risco para os negócios, por meio da desburocratização, da desregulamentação e, em especial, pelo exemplo.

Meu país esteve muito próximo do socialismo, o que nos colocou numa situação de corrupção generalizada, grave recessão econômica, altas taxas de criminalidade e de ataques ininterruptos aos valores familiares e religiosos que formam nossas tradições.

Em 2013, um acordo entre o governo petista e a ditadura cubana trouxe ao Brasil 10 mil médicos sem nenhuma comprovação profissional. Foram impedidos de trazer cônjuges e filhos, tiveram 75% de seus salários confiscados pelo regime e foram impedidos de usufruir de direitos fundamentais, como o de ir e vir.

Um verdadeiro trabalho escravo, acreditem...

Respaldo por entidades de direitos humanos do Brasil e da ONU!

Antes mesmo de eu assumir o governo, quase 90% deles deixaram o Brasil, por ação unilateral do regime cubano. Os que decidiram ficar, se submeterão à qualificação médica para exercer sua profissão.

Deste modo, nosso país deixou de contribuir com a ditadura cubana, não mais enviando para Havana 300 milhões de dólares todos os anos.

A história nos mostra que, já nos anos 60, agentes cubanos foram enviados a diversos países para colaborar com a implementação de ditaduras.

Há poucas décadas tentaram mudar o regime brasileiro e de outros países da América Latina.

Foram derrotados!

Civis e militares brasileiros foram mortos e outros tantos tiveram suas reputações destruídas, mas vencemos aquela guerra e resguardamos nossa liberdade.

Na Venezuela, esses agentes do regime cubano, levados por Hugo Chávez, também chegaram e hoje são aproximadamente 60 mil, que controlam e interferem em todas as áreas da sociedade local, principalmente na Inteligência e na Defesa.

A Venezuela, outrora um país pujante e democrático, hoje experimenta a crueldade do socialismo. O socialismo está dando certo na Venezuela!

Todos estão pobres e sem liberdade!

O Brasil também sente os impactos da ditadura venezuelana. Dos mais de 4 milhões que fugiram do país, uma parte migrou para o Brasil, fugindo da fome e da violência. Temos feito a nossa parte para ajudá-los, através da Operação Acolhida, realizada pelo Exército Brasileiro e elogiada mundialmente.

Trabalhamos com outros países, entre eles os EUA, para que a democracia seja restabelecida na Venezuela, mas também nos empenhamos duramente para que outros países da América do Sul não experimentem esse nefasto regime.

O Foro de São Paulo, organização criminosa criada em 1990 por Fidel Castro, Lula e Hugo Chávez para difundir e implementar o socialismo na América Latina, ainda continua vivo e tem que ser combatido.

XX—XX—XX—XX

Senhoras e Senhores,

Em busca de prosperidade, estamos adotando políticas que nos aproximem de países outros que se desenvolveram e consolidaram suas democracias.

Não pode haver liberdade política sem que haja também liberdade econômica. E vice-versa. O livre mercado, as concessões e as privatizações já se fazem presentes hoje no Brasil.

A economia está reagindo, ao romper os vícios e amarras de quase duas décadas de irresponsabilidade fiscal, aparelhamento do Estado e corrupção

generalizada. A abertura, a gestão competente e os ganhos de produtividade são objetivos imediatos do nosso governo.

Estamos abrindo a economia e nos integrando às cadeias globais de valor. Em apenas oito meses, concluímos os dois maiores acordos comerciais da história do país, aqueles firmados entre o Mercosul e a União Europeia e entre o Mercosul e a Área Europeia de Livre Comércio, o EFTA. Pretendemos seguir adiante com vários outros acordos nos próximos meses.

Estamos prontos também para iniciar nosso processo de adesão à Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Já estamos adiantados, adotando as práticas mundiais mais elevadas em todo os terrenos, desde a regulação financeira até a proteção ambiental.

XX—XX—XX—XX

Senhorita YSANY KALAPALO, agora vamos falar de Amazônia.

Em primeiro lugar, meu governo tem um compromisso solene com a preservação do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável em benefício do Brasil e do mundo.

O Brasil é um dos países mais ricos em biodiversidade e riquezas minerais.

Nossa Amazônia é maior que toda a Europa Ocidental e permanece praticamente intocada. Prova de que somos um dos países que mais protegem o meio ambiente.

Nesta época do ano, o clima seco e os ventos favorecem queimadas espontâneas e criminosas. Vale ressaltar que existem também queimadas praticadas por índios e populações locais, como parte de sua respectiva cultura e forma de sobrevivência.

Problemas qualquer país os tem. Contudo, os ataques sensacionalistas que sofremos por grande parte da mídia internacional devido aos focos de incêndio na Amazônia despertaram nosso sentimento patriótico.

É uma falácia dizer que a Amazônia é patrimônio da humanidade e um equívoco, como atestam os cientistas, afirmar que a nossa floresta é o pulmão do mundo.

Valendo-se dessas falácias, um ou outro país, em vez de ajudar, embarcou nas mentiras da mídia e se portou de forma desrespeitosa, com espírito colonialista.

Questionaram aquilo que nos é mais sagrado: a nossa soberania!

Um deles por ocasião do encontro do G7 ousou sugerir aplicar sanções ao Brasil, sem sequer nos ouvir. Agradeço àqueles que não aceitaram levar adiante essa absurda proposta.

Em especial, ao Presidente Donald Trump, que bem sintetizou o espírito que deve reinar entre os países da ONU: respeito à liberdade e à soberania de cada um de nós.

Hoje, 14% do território brasileiro está demarcado como terra indígena, mas é preciso entender que nossos nativos são seres humanos, exatamente como qualquer um de nós. Eles querem e merecem usufruir dos mesmos direitos de que todos nós.

Quero deixar claro: o Brasil não vai aumentar para 20% sua área já demarcada como terra indígena, como alguns chefes de Estados gostariam que acontecesse.

Existem, no Brasil, 225 povos indígenas, além de referências de 70 tribos vivendo em locais isolados. Cada povo ou tribo com seu cacique, sua cultura, suas tradições, seus costumes e principalmente sua forma de ver o mundo.

A visão de um líder indígena não representa a de todos os índios brasileiros. Muitas vezes alguns desses líderes, como o Cacique Raoni, são usados como peça de manobra por governos estrangeiros na sua guerra informacional para avançar seus interesses na Amazônia.

Infelizmente, algumas pessoas, de dentro e de fora do Brasil, apoiadas em ONGs, teimam em tratar e manter nossos índios como verdadeiros homens das cavernas.

O Brasil agora tem um presidente que se preocupa com aqueles que lá estavam antes da chegada dos portugueses. O índio não quer ser latifundiário pobre em cima de terras ricas. Especialmente das terras mais ricas do mundo. É o caso das reservas Ianomâmi e Raposa Serra do Sol. Nessas reservas, existe grande abundância de ouro, diamante, urânio, nióbio e terras raras, entre outros.

E esses territórios são enormes. A reserva Ianomâmi, sozinha, conta com aproximadamente 95 mil km², o equivalente ao tamanho de Portugal ou da Hungria, embora apenas 15 mil índios vivam nessa área.

Isso demonstra que os que nos atacam não estão preocupados com o ser humano índio, mas sim com as riquezas minerais e a biodiversidade existentes nessas áreas.

CARTA

A Organização das Nações Unidas teve papel fundamental na superação do colonialismo e não pode aceitar que essa mentalidade regresse a estas salas e corredores, sob qualquer pretexto.

Não podemos esquecer que o mundo necessita ser alimentado. A França e a Alemanha, por exemplo, usam mais de 50% de seus territórios para a agricultura, já o Brasil usa apenas 8% de terras para a produção de alimentos.

61% do nosso território é preservado!

Nossa política é de tolerância zero para com a criminalidade, aí incluídos os crimes ambientais.

Quero reafirmar minha posição de que qualquer iniciativa de ajuda ou apoio à preservação da Floresta Amazônica, ou de outros biomas, deve ser tratada em pleno respeito à soberania brasileira.

Também rechaçamos as tentativas de instrumentalizar a questão ambiental ou a política indigenista, em prol de interesses políticos e econômicos externos, em especial os disfarçados de boas intenções.

Estamos prontos para, em parcerias, e agregando valor, aproveitar de forma sustentável todo nosso potencial.

XX—XX—XX—XX

O Brasil reafirma seu compromisso intransigente com os mais altos padrões de direitos humanos, com a defesa da democracia e da liberdade, de expressão, religiosa e de imprensa. É um compromisso que caminha junto com o combate à corrupção e à criminalidade, demandas urgentes da sociedade brasileira.

Seguiremos contribuindo, dentro e fora das Nações Unidas, para a construção de um mundo onde não haja impunidade, esconderijo ou abrigo para criminosos e corruptos.

Em meu governo, o terrorista italiano Cesare Battisti fugiu do Brasil, foi preso na Bolívia e extraditado para a Itália. Outros três terroristas paraguaios e um chileno, que viviam no Brasil como refugiados políticos, também foram devolvidos a seus países.

Terroristas sob o disfarce de perseguidos políticos não mais encontrarão refúgio no Brasil.

Há pouco, presidentes socialistas que me antecederam desviaram centenas de bilhões de dólares comprando parte da mídia e do parlamento, tudo por um projeto de poder absoluto.

Foram julgados e punidos graças ao patriotismo, perseverança e coragem de um juiz que é símbolo no meu país, o Dr. Sérgio Moro, nosso atual Ministro da Justiça e Segurança Pública.

Esses presidentes também transferiram boa parte desses recursos para outros países, com a finalidade de promover e implementar projetos semelhantes em toda a região. Essa fonte de recursos secou.

Esses mesmos governantes vinham aqui todos os anos e faziam descompromissados discursos com temas que nunca atenderam aos reais interesses do Brasil nem contribuíram para a estabilidade mundial. Mesmo assim, eram aplaudidos.

Em meu país, tínhamos que fazer algo a respeito dos quase 70 mil homicídios e dos incontáveis crimes violentos que, anualmente, massacravam a população brasileira. A vida é o mais básico dos direitos humanos. Nossos policiais militares eram o alvo preferencial do crime. Só em 2017, cerca de 400 policiais militares foram cruelmente assassinados. Isso está mudando.

Medidas foram tomadas e conseguimos reduzir em mais de 20% o número de homicídios nos seis primeiros meses de meu governo.

As apreensões de cocaína e outras drogas atingiram níveis recorde.

Hoje o Brasil está mais seguro e ainda mais hospitaleiro. Acabamos de estender a isenção de vistos para países como Estados Unidos, Japão, Austrália e Canadá, e estamos estudando adotar medidas similares para China e Índia, dentre outros.

Com mais segurança e com essas facilidades, queremos que todos possam conhecer o Brasil, e em especial, a nossa Amazônia, com toda sua vastidão e beleza natural.

Ela não está sendo devastada e nem consumida pelo fogo, como diz mentirosamente a mídia. Cada um de vocês pode comprovar o que estou falando agora.

Não deixem de conhecer o Brasil, ele é muito diferente daquele estampado em muitos jornais e televisões!

XX—XX—XX—XX

A perseguição religiosa é um flagelo que devemos combater incansavelmente.

Nos últimos anos, testemunhamos, em diferentes regiões, ataques covardes que vitimaram fiéis congregados em igrejas, sinagogas e mesquitas.

O Brasil condena, energicamente, todos esses atos e está pronto a colaborar, com outros países, para a proteção daqueles que se veem oprimidos por causa de sua fé.

Preocupam o povo brasileiro, em particular, a crescente perseguição, a discriminação e a violência contra missionários e minorias religiosas, em diferentes regiões do mundo.

Por isso, apoiamos a criação do 'Dia Internacional em Memória das Vítimas de Atos de Violência baseados em Religião ou Crença'.

Nessa data, recordaremos anualmente aqueles que sofrem as consequências nefastas da perseguição religiosa.

É inadmissível que, em pleno Século XXI, com tantos instrumentos, tratados e organismos com a finalidade de resguardar direitos de todo tipo e de toda sorte, ainda haja milhões de cristãos e pessoas de outras religiões que perdem sua vida ou sua liberdade em razão de sua fé.

A devoção do Brasil à causa da paz se comprova pelo sólido histórico de contribuições para as missões da ONU.

Há 70 anos, o Brasil tem dado contribuição efetiva para as operações de manutenção da paz das Nações Unidas.

Apoiamos todos os esforços para que essas missões se tornem mais efetivas e tragam benefícios reais e concretos para os países que as recebem.

Nas circunstâncias mais variadas – no Haiti, no Líbano, na República Democrática do Congo –, os contingentes brasileiros são reconhecidos pela qualidade de seu trabalho e pelo respeito à população, aos direitos humanos e aos

princípios que norteiam as operações de manutenção de paz.

Reafirmo nossa disposição de manter contribuição concreta às missões da ONU, inclusive no que diz respeito ao treinamento e à capacitação de tropas, área em que temos reconhecida experiência.

XX—XX—XX—XX

Ao longo deste ano, estabelecemos uma ampla agenda internacional com intuito de resgatar o papel do Brasil no cenário mundial e retomar as relações com importantes parceiros.

Em janeiro, estivemos em Davos, onde apresentamos nosso ambicioso programa de reformas para investidores de todo o mundo.

Em março, visitamos Washington onde lançamos uma parceria abrangente e ousada com o governo dos Estados Unidos em todas as áreas, com destaque para a coordenação política e para a cooperação econômica e militar.

Ainda em março, estivemos no Chile, onde foi lançado o PROSUL, importante iniciativa para garantir que a América do Sul se consolide como um espaço de democracia e de liberdade.

Na sequência, visitamos Israel, onde identificamos inúmeras oportunidades de cooperação em especial na área de tecnologia e segurança. Agradeço a Israel o apoio no combate aos recentes desastres ocorridos em meu país.

Visitamos também um de nossos grandes parceiros no Cone Sul, a Argentina. Com o Presidente Mauricio Macri e nossos sócios do Uruguai e do Paraguai, afastamos do Mercosul a ideologia e conquistamos importantes vitórias comerciais, ao concluir negociações que já se arrastavam por décadas.

Ainda este ano, visitaremos importantes parceiros asiáticos, tanto no Extremo Oriente quanto no Oriente Médio. Essas visitas reforçarão a amizade e o aprofundamento das relações com Japão, China, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos e Catar. Pretendemos seguir o mesmo caminho com todo o mundo árabe e a Ásia.

Também estamos ansiosos para visitar nossos parceiros, e amigos, na África, na Oceania e na Europa.

Como os senhores podem ver, o Brasil é um país aberto ao mundo, em busca de parcerias com todos os que tenham interesse de trabalhar pela prosperidade, pela paz e pela liberdade.

XX—XX—XX—XX

Senhoras e Senhores,

O Brasil que represento é um país que está se reerguendo, revigorando parcerias e reconquistando sua confiança política e economicamente.

Estamos preparados para assumir as responsabilidades que nos cabem no sistema internacional.

Durante as últimas décadas, nos deixamos seduzir, sem perceber, por sistemas ideológicos de pensamento que não buscavam a verdade, mas o poder absoluto.

A ideologia se instalou no terreno da cultura, da educação e da mídia, dominando meios de comunicação, universidades e escolas.

A ideologia invadiu nossos lares para investir contra a célula mater de qualquer sociedade saudável, a família.

Tentam ainda destruir a inocência de nossas crianças, pervertendo até mesmo sua identidade mais básica e elementar, a biológica.

O politicamente correto passou a dominar o debate público para expulsar a racionalidade e substituí-la pela manipulação, pela repetição de clichês e pelas palavras de ordem.

A ideologia invadiu a própria alma humana para dela expulsar Deus e a dignidade com que Ele nos revestiu.

E, com esses métodos, essa ideologia sempre deixou um rastro de morte, ignorância e miséria por onde passou.

Sou prova viva disso. Fui covardemente esfaqueado por um militante de esquerda e só sobrevivi por um milagre de Deus. Mais uma vez agradeço a Deus pela minha vida.

A ONU pode ajudar a derrotar o ambiente materialista e ideológico que compromete alguns princípios básicos da dignidade humana. Essa organização foi criada para promover a paz entre nações soberanas e o progresso social com liberdade, conforme o preâmbulo de sua Carta.

Nas questões do clima, da democracia, dos direitos humanos, da igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres, e em tantas outras, tudo o que precisamos é isto: contemplar a verdade, seguindo João 8,32:

- “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”.

Todos os nossos instrumentos, nacionais e internacionais, devem estar direcionados, em última instância, para esse objetivo.

Não estamos aqui para apagar nacionalidades e soberanias em nome de um “interesse global” abstrato.

Esta não é a Organização do Interesse Global!

É a Organização das Nações Unidas. Assim deve permanecer!

Com humildade e confiante no poder libertador da verdade, estejam certos de que poderão contar com este novo Brasil que aqui apresento aos senhores e senhoras.

Agradeço a todos pela graça e glória de Deus!

Meu muito obrigado.

ANEXO C – Primeiro pronunciamento sobre o Coronavírus (24/03/2020)

Desde quando resgatamos nossos irmãos em Wuhan, na China, em uma operação coordenada pelos ministérios da Defesa e das Relações Exteriores, surgiu para nós um sinal amarelo. Começamos a nos preparar para enfrentar o coronavírus, pois sabíamos que mais cedo ou mais tarde ele chegaria ao Brasil.

Trabalho do Ministério

Nosso ministro da Saúde reuniu-se com quase todos os secretários de Saúde dos estados para que o planejamento estratégico de combate ao vírus fosse construído e, desde então, o doutor Henrique Mandetta vem desempenhando um excelente trabalho de esclarecimento e preparação do SUS para atendimento de possíveis vítimas. Mas, o que tínhamos que conter naquele momento era o pânico, a histeria. E, ao mesmo tempo, traçar a estratégia para salvar vidas e evitar o desemprego em massa. Assim fizemos, quase contra tudo e contra todos.

Grande parte dos meios de comunicação foram na contramão. Espalharam exatamente a sensação de pavor, tendo como carro chefe o anúncio de um grande número de vítimas na Itália, um país com grande número de idosos e com um clima totalmente diferente do nosso. Um cenário perfeito, potencializado pela mídia, para que uma verdadeira histeria se espalhasse pelo nosso país. Contudo, percebe-se que, de ontem para hoje, parte da imprensa mudou seu editorial. Pedem calma e tranquilidade. Isso é muito bom. Parabéns, imprensa brasileira. É essencial que o equilíbrio e a verdade prevaleça, entre nós.

O vírus chegou, está sendo enfrentado por nós e brevemente passará. Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos, sim, voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, como proibição de transporte, fechamento de comércio e confinamento em massa. O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Então, por que fechar escolas? Raros são os casos fatais de pessoas sãs, com menos de 40 anos de idade.

90% de nós não teremos qualquer manifestação caso se contamine. Devemos, sim, é ter extrema preocupação em não transmitir o vírus para os outros, em especial aos nossos queridos pais e avós. Respeitando as orientações do Ministério da Saúde. No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus, não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito, acometido de uma gripezinha ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão.

Enquanto estou falando, o mundo busca um tratamento para a doença. O FDA americano e o Hospital Albert Einstein, em São Paulo, buscam a comprovação da eficácia da cloroquina no tratamento do Covid-19. Nosso governo tem recebido notícias positivas sobre este remédio fabricado no Brasil e largamente utilizado no

combate à malária, lúpus e artrite. Acredito em Deus, que capacitará cientistas e pesquisadores do Brasil e do mundo na cura desta doença

Aproveito para render as minhas homenagens a todos os profissionais de saúde. Médicos, enfermeiros, técnicos e colaboradores que, na linha de frente nos recebem nos hospitais,. Nos tratam e nos confortam. Sem pânico ou histeria, como venho falando desde o início, venceremos o vírus e nos orgulharemos de estar vivendo neste novo Brasil, que tem tudo, sim, para ser uma grande Nação. Estamos juntos, cada vez mais unidos, Deus abençoe nossa pátria querida.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Campanhas do governo de Jair Bolsonaro de 01 de janeiro de 2019 a 30 de junho de 2020

Ministério	Quant.	Fonte	Campanha	Ano	Nº de vídeos	Link	Sobre tema sensível?	Qual tema?
SECOM	4	http://antigo.secom.gov.br/ultimos-videos	Campanha Coronavírus	indet.	4	secom.gov.br/atuacao/publicidade/videos/campanha-coronavirus	Sim	Comportamento referente à ciência
			Agenda	indet.	39	secom.gov.br/atuacao/publicidade/videos/agenda-positiva-2020	Não	
			Nova	indet.	10	secom.gov.br/atuacao/publicidade/videos/a-nova-previdencia-2020	Não	
			Alistamento	indet.	2	secom.gov.br/atuacao/publicidade/videos/alistamento-2020	Não	
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	4	https://www.gov.br/agricultura/pt-br/campanhas	Plano Safra	2020	1	https://www.gov.br/agricultura/pt-br/campanhas/plano-safra-2020	Não	
			Mapa contra o coronavírus	2020	1	www.gov.br/agricultura/pt-br/campanhas/mapa-contra-o-coronavirus	Sim	Comportamento referente à ciência
			Monitor do seguro rural	2020	1	agricultura/pt-br/assuntos/riscos-seguro/seguro-rural/monitor-do-seguro	Não	
			Venda casada	2019	1	https://www.gov.br/agricultura/pt-br/campanhas/venda-casada	Não	
Ministério da Cidadania	4	https://www.gov.br/cidadania/pt-br/campanhas	Campanha	2019	3	ube.com/watch?v=qjrCjUA121o&list=PLlJkyFU48tIcWrlA	Sim	Crianças
			Campanha de	2019	5	ube.com/watch?v=YTgX7otLl4&list=PLlJkyFU48tIcWrlA	Não	
			Campanha	2020	3	m/c/Minist%C3%A9riodaCidadania/search?query=aux%C3%A9rio%20sem%20desculpa">m/c/Minist%C3%A9riodaCidadania/search?query=aux%C3%A9rio%20sem%20desculpa	Não	
			Assédio não tem desculpa	2020	2	t%C3%A9riodaCidadania/search?query=ass%C3%A9dio%20sem%20desculpa">t%C3%A9riodaCidadania/search?query=ass%C3%A9dio%20sem%20desculpa	Sim	Sexualidade, menções à mulher
Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações	0	https://www.gov.br/mcti/pt-br	Não encontrado		0			
Ministério das Comunicações	0	https://www.gov.br/mcom/pt-br	Não encontrado		0			
Ministério da Defesa	2	https://www.gov.br/defesa/pt-br	Alistamento	2020	1	https://www.youtube.com/watch?v=sOulkgwQdP	Não	
			Alistamento militar	2019	1	https://www.youtube.com/watch?v=NPWus45eyHI	Não	
Ministério da Economia	4	https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1	Conheça o	2019	1	onomia/pt-br/centrais-de-conteudo/videos/2019/10/conheca-o-irpf	Não	
			Especial	2019	12	/centrais-de-conteudo/videos/2019/03/especial-emprego	Não	
			Especial IRPF	2019	13	ais-de-conteudo/videos/2019/03/especial-irpf-2019-questoes	Não	
			Minuto	2019	5	s-de-conteudo/videos/2019/09/minuto-transferencias-bonificacoes	Não	
Ministério da Educação	7	https://www.gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1	Coronavírus	2020	0	v.gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/coronavirus	Sim	Comportamento referente à ciência
			Enem 2020	2020	2	v.gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/enem-2020	Não	
			Tempo de	2020	1	v.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/tempo-de	Não	
			Clique Escola	2020	3	v.gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/clique-escola	Não	
			OBMEP	2020	1	ww.gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/obmep	Não	
			Conta pra mim	2020	1	gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/conta-para-mim	Sim	Família, criança
Novos	2020	1	gov.br/mec/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-1/novos	Não				
Ministério da Infraestrutura	1	https://www.gov.br/infrae	Apresentação do ministério	2019	1	https://www.youtube.com/watch?v=LzC-DQwe3U8	Não	
Ministério da Justiça e Segurança Pública	5	https://www.gov.br/mj/pt-br/centrais-de-conteudo/videos	Campanha contra o Tráfico de	2020	1	mj/pt-br/centrais-de-conteudo/videos/campanha-contra-o-trafico-de	Sim	Exploração sexual, violência
			Em frente	2019	1	ww.gov.br/mj/pt-br/centrais-de-conteudo/videos/em-frente	Sim	Violência
			Projeto	2019	1	v.br/mj/pt-br/centrais-de-conteudo/videos/projeto-ches	Não	
			Campanha	2019	1	entrais-de-conteudo/videos/campanha-antipirataria-video	Não	
			Projeto Vigia	2019	1	gov.br/mj/pt-br/centrais-de-conteudo/videos/projeto-vigia	Não	

Ministério da Saúde	30	https://antigo.saude.gov.br/campanhas	Outubro Rosa	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/47524-outubro-rosa	Sim	Menções à mulher
			Campanha doação	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/47031-campanha-doacao-de	Não	
			Campanha doe	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46896-campanha-doe-leite	Não	
			Campanha Dia	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46788-campanha-dia-mundo	Não	
			Campanha Doença	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46728-campanha-doenca	Não	
			Campanha	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46595-campanha-nacional-de-luta-d	Não	
			Febre Amarela	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46574-febre-amar	Não	
			Vacinação contra a	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46565-vacinacao-contra	Não	
			Coronavírus	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46452-coronavirus	Sim	Comportame
			Vacinação Contra	2020	4	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46330-vacinacao-contra-saram	Não	
			Usar camisinha é uma resposta de	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46327-campanha-de-pre	Sim	Sexualidade
			Adolescência primeiro, gravidez depois	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46274-prevencao gravid	Sim	Gravidez, sexualidade, criança, comportamento referente à ciência
			E se? Campanha	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46097-aids-2019	Sim	Sexualidade
			Vamos prevenir a	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46041-obesidade-infan	Não	
			Vacinação contra o	2020	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/46008-vacinacao-contra-sar	Não	
			#SóComCamisinha - campanha IST	2019	6	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45958-campanha-d	Sim	Sexualidade
			Outubro Rosa	2019	0	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45880-outubro-ro	Sim	Menções à mulher
			Doação de órgãos	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45853-doacao-de-orgao	Não	
			Dê um like na vida - combate à depressão	2019	4	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45818-combate-a-dep	Sim	Suicídio
			E você? Já combateu o	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45789-combate-ao-mosquit	Não	
			Movimento Vacina	2019	0	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45747-movimento-vacina-br	Não	
			Campanha	2019	2	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45636-campanha-amamen	Sim	Amamentaçã
			Campanha Doe	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45525-campanha-doe	Não	
			Doe leite materno,	2019	2	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45502-campanha-doacao-de	Não	
			Brasil sem malária	2019	0	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45481-campanha-ma	Não	
			Vacine contra a	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45385-vacinacao-contra	Não	
Movimento Vacina	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45316-campanha-prevencao-a-gri	Não				
Campanha	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45311-campanha-tubercu	Não				
Vamos acabar com	2019	3	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45261-carnaval-20	Sim	Sexualidade			
Use camisinha - Hanseníase -	2019	1	https://antigo.saude.gov.br/campanhas/45261-carnaval-20	Não				
Ministério das Relações Exteriores	0	https://www.gov.br/mre/pt-br	Não encontrado					
Ministério de Minas e	1	https://www.youtube.com	RenovaBio	2020	1	https://www.youtube.com/watch?v=u3C97fPCWE&t=7	Não	
Ministério do desenvolvimento regional	0	https://www.gov.br/mdr/pt-br https://www.youtube.com/channel/UC	Não encontrado					
Ministério do Meio Ambiente	4	https://www.gov.br/mma/pt-br https://www.youtube.com/user/mmeioambiente/videos	Juntos contra o Coronavírus	2020	1	https://www.youtube.com/watch?v=LHAeXbJp6o	Sim	Comportamento referente à ciência
			Lixão Zero	2020	8	https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/agendaambientalurbana/lixao-zero https://www.youtube.com/watch?v=7mP1ity5ac	Não	
			Combate ao lixo do Amazônia pelo Brasil	2020	2	https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/agendaambientalurbana/comba	Não	
Ministério do Turismo	12	http://antigo.turismo.gov.br https://www.youtube.com/c/MinisterioDoTurismo/videos	O Brasil espera por	2020	11	https://www.youtube.com/watch?v=2F_RbSub8OQ	Não	
			Não cancele, Brasil, destino	2020	1	http://antigo.turismo.gov.br/nao-cancelar-remarque.html	Não	
			Selo Turismo	2020	2	https://www.youtube.com/watch?v=GFPMRH09XTc	Não	
			Investe Turismo	2020	19	http://antigo.turismo.gov.br/seloresponsavel/	Não	
			A hora do turismo	2019	1	http://antigo.turismo.gov.br/investeturismo.html	Não	
			Conheça o	2019	3	http://antigo.turismo.gov.br/ahoradoturismo.html	Não	
			Vá além do futebol	2019	1	https://www.youtube.com/watch?v=nhZVwG1yrz8	Não	
			Destinos que	2019	4	https://www.youtube.com/watch?v=Wphu0pwQsjA	Não	
			Um turismo feito	2019	5	https://www.youtube.com/watch?v=ABSi_wIQeA4	Não	
			Exploração sexual no turismo	2019	1	https://www.youtube.com/watch?v=JZsTOGw6-6M	Não	
			Turistando nos	2019	1	https://www.youtube.com/watch?v=aKELIMudGbk	Sim	Exploração sexual
				2019	2	https://www.youtube.com/watch?v=SORAfgk6PV0	Não	

APÊNDICE B – Agendas presidenciais religiosas

Data	Evento	Local	Subtema	Religião
17/01/2019	Jorge Antonio de Oliveira, Ministro-Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República; Luiz Eduardo Ramos, Ministro-Chefe da Secretaria de	Palacio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
17/03/2019	Reunião com lideranças	Washington/EUA	Autoridade religiosa	Evangélico
01/04/2019	Visita à Basílica do Santo	Jerusalém/Israel	Símbolo religioso	Cristão
01/04/2019	Visita ao Muro das	Jerusalém/Israel	Símbolo religioso	Judeu
10/04/2019	Jantar de Confraternização da	Palácio do Planalto	Evento	Islamismo
11/04/2019	Palestra proferida pelo	Rio de Janeiro/RJ	Evento	Evangélico
11/04/2019	Almoço com participantes da edição	Rio de Janeiro/RJ	Evento	Evangélico
17/04/2019	Celebração de Páscoa	Palácio do Planalto	Evento	Cristão
25/04/2019	Pastor Gilmar dos Santos, Presidente da Igreja Assembleia de Deus de Missão de Todos os Santos; Pastor Airton Moura Correia, Igreja Assembleia de	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
21/05/2019	Ato de Consagração do Brasil a Jesus Cristo por	Palácio do Planalto	Evento	Cristão
21/05/2019	Deputado Sóstenes Cavalcante (DEM/RJ), Vice-Líder do DEM na Câmara dos Deputados;	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
13/06/2019	Culto de Celebração e Momento Cívico em	Belém/PA	Evento	Evangélico
17/06/2019	Deputado David Soares (DEM/SP); e Missionário	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
17/06/2019	Jorge Antônio de Oliveira Francisco,	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
19/06/2019	Visita ao Mosteiro das	Guaratinguetá/SP	Símbolo religioso	Católico
20/06/2019	27ª edição da Marcha	São Paulo/SP	Evento	Evangélico
04/07/2019	Augusto Heleno, Ministro-Chefe do Gabinete de Segurança Institucional da	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Católico
10/07/2019	Culto	Brasília/DF	Evento	Evangélico
10/07/2019	Sessão Solene em Homenagem aos 42	Brasília/DF	Evento	Evangélico
10/07/2019	Representantes do	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Cristão
11/07/2019	Café da manhã com a Bancada da Frente	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
12/07/2019	Luiz Eduardo Ramos, Ministro-Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
21/07/2019	Celebração Internacional	Brasília/DF	Evento	Evangélico

04/08/2019	Culto Especial de	Brasília/DF	Evento	Evangélico
07/08/2019	Almoço com Lideranças	Brasília/DF	Autoridade religiosa	Evangélico
10/08/2019	Marcha para Jesus pela	Brasília/DF	Evento	Evangélico
26/08/2019	Reverendo Izaías de Souza Maciel, Presidente da Ordem dos Ministros Evangélicos do Brasil e no Exterior; Guilhermino	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
01/09/2019	Culto no Templo de	São Paulo/SP	Evento	Evangélico
06/09/2019	Silvio Santos, Apresentador de	Palácio da alvorada	Autoridade religiosa	Evangélico
02/10/2019	Deputado Pastor Marco Feliciano (PODE/SP),	Palácio da alvorada	Político religioso	Evangélico
02/10/2019	Dom Giovanni d'Aniello,	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Católico
12/10/2019	Missa alusiva ao Dia de Nossa Senhora	Aparecida/ SP	Evento	Católico
12/10/2019	Visita à imagem original	Aparecida/ SP	Símbolo religioso	Católico
15/10/2019	Solenidade do 13º do	Palácio do Planalto	Evento	Católico
15/10/2019	Deputado Pastor Marco Feliciano (PODE/SP),	Palácio da Alvorada	Político religioso	Evangélico
18/10/2019	Pastor Gilmar Santos, Presidente da Convenção Nacional de	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
06/11/2019	Pastor Silas Malafaia, Presidente do Conselho	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
26/11/2019	Culto de Gratidão a Deus	Manaus/AM	Evento	Evangélico
17/12/2019	Apóstolo Estevam Hernandes, Presidente Igreja Apostólica	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
17/12/2019	Culto de Ação de Graças	Palácio do Planalto	Evento	Evangélico
18/12/2019	Conferência Nacional para Agentes Públicos e	Brasília/DF	Evento	Evangélico
19/12/2019	Cantata de Natal	Palácio do Planalto	Evento	Cristão
15/01/2020	Luiz Eduardo Ramos, Ministro-Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República; Deputado	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
05/02/2020	Deputado Pastor Marco Feliciano (PODE/SP),	Palacio do Planalto	Político religioso	Evangélico
15/02/2020	Cerimônia de Celebração de 40 anos	Rio de Janeiro/RJ	Evento	Evangélico
11/03/2020	Deputado Pr. Marco Feliciano	Palácio da Alvorada	Político religioso	Evangélico
27/03/2020	Deputado Otoni de Paula (PSC/RJ), Vice-	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
01/04/2020	Deputado Pr. Marco Feliciano	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
12/04/2020	Celebração de Páscoa	Palácio da Alvorada	Evento	Cristão
25/04/2020	Deputado Otoni de	Palácio da Alvorada	Político religioso	Evangélico
06/05/2020	Deputado Otoni de	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
13/05/2020	Padre Pedro Stepien	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Católico
21/05/2020	Deputado Otoni de	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
02/06/2020	Deputado Pr. Marco Feliciano	Palácio do Planalto	Político religioso	Evangélico
04/06/2020	Ironi Spuldaro, Fundador da Missão Há Poder de	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico
05/06/2020	Pastor Silas Malafaia, Presidente do Conselho	Palácio do Planalto	Autoridade religiosa	Evangélico

APÊNDICE D – Posts do Instagram

POST	Data	Link
POST01	01/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsGeogPgcS/
POST1225	30/06/2020	https://www.instagram.com/p/CCETJscBZfp/
POST1223	29/06/2020	https://www.instagram.com/p/CCBYgT7hAHR/
POST1224	29/06/2020	https://www.instagram.com/p/CCBKVg7Bdpk/
POST1222	28/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB-eHsYBeCj/
POST1220	27/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB23U8LhQ1U/
POST1221	27/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB8hEXOhB2/
POST1216	25/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB23U8LhQ1U/
POST1217	25/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB4Im0DBoov/
POST1218	25/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB3kWXqBSJd/
POST1219	25/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB4Im0DBoov/
POST1215	24/06/2020	https://www.instagram.com/p/CB1DhFjh4I5/
POST1214	22/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBwHMIzh77M/
POST1213	21/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBtjS07Bzei/
POST1211	19/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBnQkYxBq8B/
POST1212	19/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBodpPTHDI/
POST1210	18/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBkoaGBBwQd/
POST1209	17/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBjkc9UB7bF/
POST1206	16/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBhJ3axhWMH/
POST1207	16/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBhJ3axhWMH/
POST1208	16/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBghWluH4xZ/
POST1205	14/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBbTPYhHXqo/
POST1204	13/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBWwW1EDrFy/
POST1202	12/06/2020	
POST1203	12/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBWL1xLn7gw/
POST1200	11/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBT1XYZHIOM/
POST1201	11/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBSyAuMBk6E/
POST1196	10/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBRY-okBptD/
POST1197	10/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBQKlJOnEtG/
POST1198	10/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBQ1Lahg_c8/
POST1199	10/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBOhluTiRR/
POST1192	08/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBK87xohwnH/
POST1193	08/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBMhz2hhlTL/
POST1194	08/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBL7GeQhrff/
POST1195	08/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBLRUVOHRW0/
POST1189	07/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBlePsEhbZU/
POST1190	07/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBI7YRvBdiG/
POST1191	07/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBIghnGBFUz/
POST1186	06/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBGbf14BuwE/
POST1187	06/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBHMbNbBuis/
POST1188	06/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA9_v4DhM5Y/
POST1181	05/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBD2Clgnjch/
POST1182	05/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBF9vnAhgn4/
POST1183	05/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBDNse7HR5/
POST1184	05/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBE8PB4Hj4F/
POST1185	05/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBEu5boHsSV/
POST1178	04/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBA4GvAH2L5/
POST1179	04/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBCFRLhnSVa/

POST1180	04/06/2020	https://www.instagram.com/p/CBCXSXpnT8I/
POST1177	03/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA_vntVBRnc/
POST1175	02/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA8wcYnnGE7/
POST1176	02/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA9AFkpHNE8/
POST1171	01/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA5ea4FhSqh/
POST1172	01/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA5IfSsnuhe/
POST1173	01/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA6ObF7H3kw/
POST1174	01/06/2020	https://www.instagram.com/p/CA6ckAMhPDI/
POST1169	31/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA3Exj6Bla_/
POST1170	31/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA2vFjlhBZ_/
POST1165	30/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA0QMceEn3nR/
POST1166	30/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA1Au7XBbcT/
POST1167	30/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA1TtKtnWwB/
POST1168	30/05/2020	https://www.instagram.com/p/CA0fQPznN1p/
POST1164	29/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAyoH4Tnwkg/
POST1162	28/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAtxh_hAft6/
POST1163	28/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAt1OZenOE5/
POST1161	27/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAtwb9inVD8/
POST1159	26/05/2020	https://www.instagram.com/p/CArETLshZW4/
POST1160	26/05/2020	https://www.instagram.com/p/CApt5r0DaVX/
POST1157	25/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAm8omlDg6w/
POST1158	25/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAofxLVgSrp/
POST1156	24/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAkYEAZS5/
POST1155	23/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAjU5U1Ds7z/
POST1154	22/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAgUIQXnnhw/
POST1152	21/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAcels_H9dw/
POST1153	21/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAc0QQBHj_6/
POST1146	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAZ-uxbHu_V/
POST1147	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAaZa89HMwl/
POST1148	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAbDLjInOCp/
POST1149	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAaip-jnJSw/
POST1150	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAaOKHAHULb/
POST1151	20/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAaRkXBnr0t/
POST1144	19/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAYclcTnsuu/
POST1145	19/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAXpccsnkiY/
POST1140	18/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAVeUj5ndIT/
POST1141	18/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAU7wEcnSkl/
POST1142	18/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAWXnxXHQm5/
POST1143	18/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAVLAimnnYp/
POST1137	17/05/2020	https://www.instagram.com/p/CASZ8JhhmOr/
POST1138	17/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAS4YSiHX-A/
POST1139	17/05/2020	https://www.instagram.com/p/CASTCbkhpwe/
POST1131	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAPkwUhnfff/
POST1132	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAP59UIHlxC/
POST1133	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAQKI-dHVQp/
POST1134	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAQr8G4Hq5T/
POST1135	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAQ_wuhnEdC/
POST1136	16/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAQ_wuhnEdC/
POST1129	15/05/2020	https://www.instagram.com/p/CANLTe1Hpg9/
POST1130	15/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAOQ6ern6nB/
POST1126	14/05/2020	https://www.instagram.com/p/CALJHE5nqrM/
POST1127	14/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAL5iDujS3p/
POST1128	14/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAMBJ1FH3Ab/

POST1125	13/05/2020	
POST1121	12/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAGAocfnXON/
POST1119	11/05/2020	https://www.instagram.com/p/CADATmbnopv/
POST1120	11/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAEHggmHwit/
POST1114	10/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAAA7XgHNYs/
POST1115	10/05/2020	instagram.com/p/CABEIA7H8VP/
POST1116	10/05/2020	https://www.instagram.com/p/CABfcpfnVGK/
POST1117	10/05/2020	https://www.instagram.com/p/CAARYzBHFvq/
POST1118	10/05/2020	https://www.instagram.com/p/CABytqhn9XH/
POST1111	09/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_-b0AinOI_/
POST1112	09/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_WG1KH3vl/
POST1113	09/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_-GwX2nrnh/
POST1110	08/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_8lhPtnxVu/
POST1107	07/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_5PnGVnR_n/
POST1108	07/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_4hHudHTJ7/
POST1109	07/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_4tON6nN45/
POST1105	06/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_3EyncHsp2/
POST1106	06/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_2QUPGh_Yu/
POST1103	05/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_zr2Qwn4wH/
POST1104	05/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_zKXABnTCo/
POST1101	04/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_vVzgeHRD_/
POST1102	04/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_w9VknMf5/
POST1100	03/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_yYSDLnHdM/
POST1097	02/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_r0d6ZHtaw/
POST1098	02/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_s3LQPnktx/
POST1099	02/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_r4G-8HCuF/
POST1096	01/05/2020	https://www.instagram.com/p/B_qZW6qnTPW/
POST1095	30/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_nG_wYB4Gp/
POST1094	29/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_j6ZHdnS9D/
POST1093	28/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_iKNVFHoOg/
POST1089	27/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_e76aZHidn/
POST1090	27/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_gMeT7Hv3Q/
POST1091	27/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_f4L4enzOI/
POST1092	27/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_fakTfHbMB/
POST1088	26/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_crcQRH3fi/
POST1086	25/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_aL6K3HKai/
POST1087	25/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_Z2Vc-Hsj1/
POST1082	24/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_W-qMyHUnG/
POST1083	24/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_YOYMNnfCW/
POST1084	24/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_Xty7OHFCm/
POST1085	24/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_XU72Yn0QE/
POST1079	23/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_VMVQinASV/
POST1080	23/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_TvAdZHuff/
POST1081	23/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_V6OVOn_6p/
POST1077	22/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_RLm91n8LN/
POST1078	22/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_SMPjMHf0S/
POST1076	21/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_PqCA5nYa2/
POST1075	20/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_NP9mdnhjW/
POST1071	19/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_JaHbn1jA/
POST1072	19/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_KWtyJHbyO/

POST1073	19/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_K39Sjnw6O/
POST1074	19/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_K1A5KHHvw/
POST1070	18/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_JALUSDb3/
POST1066	17/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_FQRgJH_q5/
POST1067	17/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_GFVGcnyxp/
POST1068	17/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_FqtdvnaZj/
POST1069	17/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_L6SvtHMgO/
POST1061	16/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_C-xG-BIBs/
POST1062	16/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_EAIDCnHsW/
POST1063	16/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_EftvdnWK9/
POST1064	16/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_D3Q4hhZR/
POST1065	16/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_EAIDCnHsW/
POST1059	15/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_AHoCana_0/
POST1060	15/04/2020	https://www.instagram.com/p/B_A8Q6kh6kl/
POST1058	14/04/2020	https://www.instagram.com/p/B--Wci6Ba7z/
POST1057	13/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-63vRtBRpx/
POST1053	12/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-4gCQVhAZr/
POST1054	12/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-5mX24BXfh/
POST1055	12/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-5YcrEBvdl/
POST1056	12/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-5BMODBO7F/
POST1049	11/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-3Gu_MBByo/
POST1050	11/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-2PzV2hAql/
POST1051	11/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-1yUyNHbVY/
POST1052	11/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-1trQvH1no/
POST1046	10/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-0HxHnhAOj/
POST1047	10/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-z1plzBnw6/
POST1048	10/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-0Y4k9BDgr/
POST1042	09/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-x7ZjWBavP/
POST1043	09/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-xVYcvh3fq/
POST1044	09/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-xGo91nLw/
POST1045	09/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-wzoLphJLb/
POST1038	08/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-vK3y5B5VR/
POST1039	08/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-vWjEzHpX4/
POST1040	08/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-t6S29nSVH/
POST1041	08/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-uUbMeB0nr/
POST1034	07/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-sdQ62BmZy/
POST1035	07/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-sRdu5Bneb/
POST1036	07/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-rn5iyhqc2/
POST1037	07/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-rKoVHH4yW/
POST1031	06/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-pdpl0hZm-/
POST1032	06/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-o0f8UnVXs/
POST1033	06/04/2020	
POST1029	05/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-mkentHR_u/
POST1030	05/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-mZPZBnGV2/
POST1026	04/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-jnLm6nmsM/
POST1027	04/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-kDYLaH57C/
POST1028	04/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-j61VCn7wW/
POST1024	03/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-g9jwfH-yD/
POST1025	03/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-iXLWyBAqW/
POST1019	02/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-ehP6nBcqM/

POST1020	02/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-fhmmNh6A3/
POST1021	02/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-fy3NWH4X8/
POST1022	02/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-fbSrXhXrE/
POST1023	02/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-gCw25HGK5/
POST1013	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-cXNFVHWJp/
POST1014	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-dLPNSB8Q3/
POST1015	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-dQ1Ukn8_T/
POST1016	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-dcWffhja_/
POST1017	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-djafkhC2Z/
POST1018	01/04/2020	https://www.instagram.com/p/B-cRKViHZUZ/
POST1010	31/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-au0ifntkk/
POST1011	31/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-ZMoOUUnOLU/
POST1012	31/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-aWYuPhKzg/
POST1007	30/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Wsv3PnkRb/
POST1008	30/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-XjKX8BM6D/
POST1009	30/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Xvq7lh97T/
POST1001	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Unzo3nh0N/
POST1002	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-ULcNUHqOd/
POST1003	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-UgJc6nlmw/
POST1004	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-VdTrfhuD/
POST1005	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-VGbr-hd8Y/
POST1006	29/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-UjGCEnxHs/
POST997	28/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-R1MmiH2WE/
POST998	28/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-SJcaxh_o5/
POST999	28/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-S0gCbBxIQ/
POST1000	28/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-RmKMFHstr/
POST991	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-PGGkIBM7G/
POST992	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-PjKU9ijr3/
POST993	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Pq2vwj7to/
POST994	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-QDTGNHHg2/
POST995	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-QXnVBCEy/
POST996	27/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-QgQkJnFUa/
POST987	26/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-MwIUuHfnz/
POST988	26/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-NGWJ_h7Ko/
POST989	26/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-NkNTNH0aV/
POST990	26/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-NOCj9HAKP/
POST979	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Jy9ZYBXaX/
POST980	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-J_uvIBU_H/
POST981	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-KTzvFCGPI/
POST982	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-KrYlfBvO9/
POST983	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-LH_uDHTaf/
POST984	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-LUHTiBo7f/
POST985	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-LaHN8BVVo/
POST986	25/03/2020	https://www.instagram.com/p/B8_HjF8Bvbx/
POST972	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-HRQQHHerE/
POST973	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-HfASRniY9/
POST974	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Hn5pAHU3C/
POST975	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Hu4nHE6w/
POST976	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-IrHjkhFJ1/
POST977	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-llcD0hIBl/
POST978	24/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-IB5bTnH0V/

POST965	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Es806BR2M/
POST966	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-E1x9jB2xl/
POST967	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-FMwQ-HZyx/
POST968	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-FV6BPBh5Q/
POST969	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-FiF0GBKv8/
POST970	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-FuRO_BtX8/
POST971	23/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-GNMG7nLwD/
POST960	22/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-CKO3yhfkT/
POST961	22/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-CbSDPBUol/
POST962	22/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-CvXBnh0L3/
POST963	22/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-C_EwXhNiX/
POST964	22/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-DjZdoBdrk/
POST956	21/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-AZOEnhCxR/
POST957	21/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-Aycm1Bine/
POST958	21/03/2020	https://www.instagram.com/p/B-BMFshh5bR/
POST959	21/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9_nD3IBQgF/
POST952	20/03/2020	https://www.instagram.com/p/B99FZwDBlqv/
POST953	20/03/2020	https://www.instagram.com/p/B99OcwYBCiR/
POST954	20/03/2020	https://www.instagram.com/p/B99eL3uHQFr/
POST955	20/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9_cKdwB-rx/
POST946	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B96h5kah867/
POST947	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B961zWZBITE/
POST948	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B96-pZ-CP1l/
POST949	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B96slhHhGt/
POST950	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B97Dravhml0/
POST951	19/03/2020	https://www.instagram.com/p/B97nDYoh0Nj/
POST939	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B93z0NQnVpP/
POST940	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B94QHvBCDR6/
POST941	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B94WBV0Can2/
POST942	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B94aYLViw5U/
POST943	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B94joSMnAdj/
POST944	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9440CKBama/
POST945	18/03/2020	https://www.instagram.com/p/B94f8EzHMvJ/
POST932	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B91VLchntmr/
POST933	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B91lxMEnsQC/
POST934	17/03/2020	
POST935	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B91wK6fH5JH/
POST936	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B92ly3Xhql5/
POST937	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B92j0RehFi6/
POST938	17/03/2020	https://www.instagram.com/p/B92wU6kHvzH/
POST930	16/03/2020	https://www.instagram.com/p/B90DkTanV-P/
POST931	16/03/2020	https://www.instagram.com/p/B90NXpkBELC/
POST895	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wV-rRnZxD/
POST896	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wdZN3HF3M/
POST897	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wlrALn5D_/
POST898	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wmbqSn3PU/
POST899	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9woF3hBO5B/
POST900	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wptolhkHV/
POST901	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wq2-JhaA6/
POST902	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wrzPFHUhC/
POST903	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wtXERhRTI/

POST903	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wtXERhRTI/
POST904	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wuWuThYbh/
POST905	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wvqtrBnmy/
POST906	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wxd2Eh9YO/
POST907	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wyMZ7hiSz/
POST908	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9wy3WQhbnl/
POST909	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9w0rBvBBIM/
POST910	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9w3hZ0hwsc/
POST911	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9w5CT8B09b/
POST912	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9w6k_ZhFv8/
POST913	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9w8zgChOpv/
POST914	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xA2y9hcBp/
POST915	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xBldZBYjh/
POST916	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xC_uShYXu/
POST917	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xEY4CBELS/
POST918	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xFZQPhZY3/
POST919	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xGdErBoAp/
POST920	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xIzsehyCp/
POST921	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xLw4Sh4n5/
POST922	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xM3GwB9PD/
POST923	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xOCABh_Un/
POST924	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xTzgjHYNE/
POST925	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xU51jhl1K/
POST926	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xX7WWh-xx/
POST927	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xalyBhYBp/
POST928	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xcEsfhorN/
POST929	15/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9xIY3Jhk93/
POST893	14/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9uybqhb_I3/
POST894	14/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9tmaMBnDY3/
POST890	13/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9re8bMn1z9/
POST891	13/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9rd-1knA8o/
POST892	13/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9sCVsbB8EK/
POST888	12/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9puqPnhkuk/
POST889	12/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9oXyb2nZTz/
POST887	11/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9me0rvH9tS/
POST885	10/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9jj5flHjfK/
POST886	10/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9jUkPoHlRk/
POST883	09/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9hvZf8nQmS/
POST884	09/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9hGnuPnY1p/
POST881	08/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9eV-MHnKgop/
POST882	08/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9e2fdKhyN5/
POST876	07/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9bvxCfBTuY/
POST877	07/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9ccalYhflQ/
POST878	07/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9dJrR5Hh5I/
POST879	07/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9dNp0eHfOl/
POST880	07/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9bqFVmHdUg/
POST874	06/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9ZDi-9BWr2/
POST875	06/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9aH7b5BgJt/
POST871	05/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9XUAZHh6P5/
POST872	05/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9WtiU2nenU/

POST873	05/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9WVP2mBr7I/
POST866	04/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9UNqjoH29t/
POST867	04/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9U3HYqH0S3/
POST868	04/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9UoUxohUHh/
POST869	04/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9UX2B_n64t/
POST870	04/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9TupXZnUgp/
POST864	03/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9SWcc3BbmV/
POST865	03/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9Rp4XMhyF9/
POST862	02/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9O4LqWnUo9/
POST863	02/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9OxlB4BeAj/
POST858	01/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9MIFBhHU88/
POST859	01/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9MzmpbhAiH/
POST860	01/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9MjqzIHWoW/
POST861	01/03/2020	https://www.instagram.com/p/B9MNCIvHXt9/
POST856	29/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9KBrgJnTW6/
POST857	29/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9K3E9Dh1H-/
POST854	28/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9HH61nHi0o/
POST855	28/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9IJYoaH9IA/
POST852	27/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9E6dR0iSaV/
POST853	27/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9EPQ5mn6n/
POST847	26/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9C6jeVCRtc/
POST848	26/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9C-6FsCV-u/
POST849	26/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9B-FTBhOEI/
POST850	26/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9CnlypndoS/
POST851	26/02/2020	https://www.instagram.com/p/B9BqkBoBhgu/
POST846	25/02/2020	https://www.instagram.com/p/B7vRzNmBSF8/
POST844	24/02/2020	https://www.instagram.com/p/B88gSEChjMQ/
POST845	24/02/2020	https://www.instagram.com/p/B89o_O_Bd8R/
POST842	23/02/2020	https://www.instagram.com/p/B87kHxThUse/
POST843	23/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8711rdhd4I/
POST840	22/02/2020	https://www.instagram.com/p/B844QkFbtcl/
POST841	22/02/2020	https://www.instagram.com/p/B83_iHxhWJ5/
POST838	20/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8zf8QgBhfl/
POST839	20/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8ynwqOBg48/
POST834	19/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8yZNHvB7iA/
POST835	19/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8wokGhhgap/
POST836	19/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8wBm4SBbkz/
POST837	19/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8w8D8_hoOH/
POST833	18/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8tFF6RBOAU/
POST829	17/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8qn9HDh0ML/
POST830	17/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8rrsEihIEH/
POST831	17/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8sM4LbBKAJ/
POST832	17/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8rFx4NHAtQ/
POST827	16/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8owXZ9hE_n/
POST828	16/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8oiQlVh3s0/
POST823	15/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8loK00Bxny/
POST824	15/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8m3pNoBSfy/
POST825	15/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8m7RothhoN/
POST826	15/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8mloFZBQva/
POST818	14/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8kEBO2hcPp/

POST819	14/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8jP-DPnZtz/
POST820	14/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8kadLQBJZZ/
POST821	14/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8kReklng9u/
POST822	14/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8jJlm5hL8z/
POST815	13/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8hZ906h_n2/
POST816	13/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8gciD5BVP2/
POST817	13/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8gRPzzBR6v/
POST812	12/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8c5iUshiAe/
POST813	12/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8e3o-rhyQ_/
POST814	12/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8d4-2jBmtw/
POST811	11/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8cHNWzhlZu/
POST809	10/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8Yc45Shj86/
POST810	10/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8Zng3fhRLr/
POST808	09/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8XJdlQBKZL/
POST804	08/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8UbKvyhS_l/
POST805	08/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8U1I0_B7k7/
POST806	08/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8UsEaABGUE/
POST807	08/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8SkxQHBCrA/
POST803	07/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8QtXwoB4Ps/
POST802	06/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8OLkfVBFxs/
POST799	05/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8MNDjnn7lL/
POST800	05/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8LE845nGio/
POST801	05/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8LrXB_hE1V/
POST798	04/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8KvM_4Hxgw/
POST797	03/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8G5MAsBuhR/
POST796	02/02/2020	https://www.instagram.com/p/B8FNX8ABqKl/
POST794	31/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7-5YmXhQHs/
POST795	31/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7_i09gheGO/
POST793	29/01/2020	https://www.instagram.com/p/B75zHYWhymB/
POST791	28/01/2020	https://www.instagram.com/p/B74z0BDniFP/
POST792	28/01/2020	https://www.instagram.com/p/B73KrITBIEC/
POST788	27/01/2020	https://www.instagram.com/p/B70qK6zhJRi/
POST789	27/01/2020	https://www.instagram.com/p/B71jLRQB9-s/
POST790	27/01/2020	https://www.instagram.com/p/B71SXM5hMee/
POST785	26/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7zqDn1BBZw/
POST786	26/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7zTDANBjtj/
POST787	26/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7yAlegBtU3/
POST783	25/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7wBOcQBCUc/
POST784	25/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7whfcOhyCm/
POST781	23/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7rhoSTBFV1/
POST782	23/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7rJK1PhXrJ/
POST778	22/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7n0dKMhN8y/
POST779	22/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7qJaeKh-5-/
POST780	22/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7obyLbBzVK/
POST777	21/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7lITTHhJVZ/
POST775	20/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7igGKYhfm4/
POST776	20/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7jSOewh6lX/
POST771	19/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7giUWU4fZ/
POST772	19/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7hChpBBmFJ/
POST773	19/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7hTwCrh81Y/

POST774	19/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7gv8T9BMAB/
POST767	17/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7bMnDhhzZD/
POST768	17/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7bVTIWBeuf/
POST769	17/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7cYOTjB1Dg/
POST770	17/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7bAYdPBRQt/
POST763	16/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7YoSkqBV5J/
POST764	16/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7ZtD6sBl8C/
POST765	16/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7ZtD6sBl8C/
POST766	16/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7Zpt1aBLMc/
POST762	15/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7VxlfwBAMF/
POST761	14/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7TOegOh-UH/
POST759	13/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7RgyNGh3dA/
POST760	13/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7SAidmBqkv/
POST756	12/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7OHZl8Bgg4/
POST757	12/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7OpWZTBjfp/
POST758	12/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7PappzB7G5/
POST754	11/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7LyWUmBHbR/
POST755	11/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7LyWUmBHbR/
POST752	10/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7JBjMQBMyU/
POST753	10/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7KMxKDhRxn/
POST749	09/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7Gso5mBbIW/
POST750	09/01/2020	
POST751	09/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7GYUGIB9dg/
POST747	08/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7ExaqfBLII/
POST748	08/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7EWTvIBUI5/
POST746	07/01/2020	https://www.instagram.com/p/B7BckTyh0HN/
POST745	06/01/2020	https://www.instagram.com/p/B6-dTCYh6Pj/
POST743	05/01/2020	https://www.instagram.com/p/B65ITEOBJ5J/
POST744	05/01/2020	https://www.instagram.com/p/B69couaBSFj/
POST742	02/01/2020	https://www.instagram.com/p/B60DS2rB6Pu/
POST738	01/01/2020	https://www.instagram.com/p/B6y5cN3B2UO/
POST739	01/01/2020	https://www.instagram.com/p/B6wxBZEhY75/
POST740	01/01/2020	https://www.instagram.com/p/B6wv7E1B12v/
POST741	01/01/2020	https://www.instagram.com/p/B6wuHVTB57s/
POST735	31/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6vs4ZsBDLI/
POST736	31/12/2019	https://www.instagram.com/p/B60DS2rB6Pu/
POST737	31/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6vNdRchdBV/
POST732	30/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6tNWHRhKxQ/
POST733	30/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6tk81XhpVd/
POST734	30/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6tGcGKBqNx/
POST730	29/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6qC578Bmbo/
POST731	29/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6q892shf88/
POST726	28/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6obHp5BoZC/
POST727	28/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6hRAXUhFJ9/
POST728	28/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6nwDWIBlqT/
POST729	28/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6oxXs4hmVh/
POST724	27/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6lcDQFhHMi/
POST725	27/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6l-Mp8hLaW/
POST723	26/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6ihpM8hKtd/
POST720	24/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6dQ9WABMUA/

POST721	24/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6eVPxpBleB/
POST722	24/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6eqjkkBf_n/
POST716	21/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6W6cuZhusD/
POST717	21/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6V3ujlBzud/
POST718	21/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6WeFUjhGxp/
POST719	21/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6UaJmWhpHA/
POST714	20/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6TE0NZh6hN/
POST715	20/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6TQGCQB6KY/
POST712	18/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6Oc23IBDbb/
POST713	18/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6PlutVnarV/
POST711	17/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6LbOF5BcBi/
POST710	16/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6lc4uWhRzN/
POST709	15/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6HKwwTBg0S/
POST706	13/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6B6jwKnBYz/
POST707	13/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6A0dudB4_7/
POST708	13/12/2019	https://www.instagram.com/p/B6BbU3Mnjni/
POST704	12/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5-R-mxheon/
POST705	12/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5_IYgpBmKE/
POST702	11/12/2019	https://www.instagram.com/p/B59F2YvHwKT/
POST703	11/12/2019	
POST700	10/12/2019	https://www.instagram.com/p/B56gSscnupP/
POST701	10/12/2019	https://www.instagram.com/p/B55B0QpHiar/
POST699	08/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5z-tkgH3IK/
POST696	06/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5txm3nCOB/
POST697	06/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5vmdFNBNps/
POST698	06/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5vpgfKBvVt/
POST692	05/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5tDpzTBmOG/
POST693	05/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5taZwvnJNa/
POST694	05/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5sUAlqHy_i/
POST695	05/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5tqOHGn4ni/
POST691	04/12/2019	https://www.instagram.com/p/B5p7edHBZaK/
POST690	02/12/2019	
POST689	30/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5ggZ3VnoyN/
POST685	29/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5csIbGnQYm/
POST686	29/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5eAvDxHiCv/
POST687	29/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5oaVe_n7tG/
POST688	29/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5dWliMBaiS/
POST684	28/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5aZFdhBCiC/
POST682	27/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5Y95fkhYSS/
POST683	27/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5Xj0WRB7RU/
POST680	26/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5WkwEGnqkw/
POST681	26/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5U3iX9BoEe/
POST677	25/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5Sb-6phnO5/
POST678	25/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5Sy2OKBoym/
POST679	25/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5T7D7RHfxL/
POST675	24/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5RKCrUnsdB/
POST676	24/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5QNO8KhdwO/
POST673	23/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5NPOUph1SL/
POST674	23/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5OWTwBB6Yb/
POST670	22/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5K4uBhBL31/

POST671	22/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5Ko58KBlwF/
POST672	22/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5LEnrQBGIK/
POST669	21/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5H6wvIHpTK/
POST668	20/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5FigYqh7kg/
POST667	19/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5EQd9QH9UL/
POST664	18/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5B1BWmnrNO/
POST665	18/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5AYsgABrNB/
POST666	18/11/2019	https://www.instagram.com/p/B5A83IHBJOs/
POST662	17/11/2019	https://www.instagram.com/p/B49tiHqhShz/
POST663	17/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4-tP-9hlyx/
POST660	15/11/2019	https://www.instagram.com/p/B44_AbVh974/
POST661	15/11/2019	https://www.instagram.com/p/B45W5GIhg2-/
POST658	14/11/2019	https://www.instagram.com/p/B42vB5Ihyoo/
POST659	14/11/2019	https://www.instagram.com/p/B41H6ennXxQ/
POST657	12/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4yWlwtHMBZ/
POST654	11/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4uhfllhPo9/
POST655	11/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4uF-ulhI8Y/
POST656	11/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4vFf_qBVMS/
POST651	10/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4s3ZqfhoLx/
POST652	10/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4tEeYTB4Q/
POST653	10/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4q1EfVBKF8/
POST648	09/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4pvpZoh3t-/
POST649	09/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4qfk1yBSij/
POST650	09/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4pK2yKhLG5/
POST644	08/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4nvNo7htly/
POST645	08/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4nFY4uh7vA/
POST646	08/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4mlrOdBv4g/
POST647	08/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4nyvYgHB8f/
POST643	06/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4ivfFynMMr/
POST640	05/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4erk3rhS4m/
POST641	05/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4fdW_vBBf2/
POST642	05/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4fNnl5BLzG/
POST636	04/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4cC0X6Bhrs/
POST637	04/11/2019	
POST638	04/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4dZJfmhal7/
POST639	04/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4c2m2Jhlf3/
POST632	03/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4asLLUhI7X/
POST633	03/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4aC-dDBBue/
POST634	03/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4bA3ePhadj/
POST635	03/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4Zz0NAhjZy/
POST629	02/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4YohIaByrR/
POST630	02/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4XA97nBe1D/
POST631	02/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4X_eLrBjNL/
POST625	01/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4U54tOhQa8/
POST626	01/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4VH9VghjuK/
POST627	01/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4V5fPxxH1o/
POST628	01/11/2019	https://www.instagram.com/p/B4UsrJUhdvt/
POST623	31/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4Sya-MBetw/
POST624	31/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4SCOYRhPMs/
POST618	30/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4PrdNnh54E/

POST619	30/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4P99VQBek/
POST620	30/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4QVsbKBPvA/
POST621	30/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4PdvvVBB_5/
POST622	30/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4PRWdWBaRc/
POST615	29/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4OVk76BFo/
POST616	29/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4N_gv7hs1v/
POST617	29/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4Mrmcfhvag/
POST613	28/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4KT3TehVUL/
POST614	28/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4LavpCBUtg/
POST609	27/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4lvPxFhNsl/
POST610	27/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4lqaDWBrSi/
POST611	27/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4IT4pRhXhT/
POST612	27/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4H20N0hJJO/
POST606	26/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4GWtfqHZWX/
POST607	26/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4Fa4HAhU7L/
POST608	26/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4FRh48h_wU/
POST603	25/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4D50zdBRMy/
POST604	25/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4ClyR_hVgO/
POST605	25/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4CXq3whv6y/
POST601	24/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4BXu09Hj59/
POST602	24/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4AMcErBHom/
POST594	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B4h2st6hziz/
POST595	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B390jk7hof/
POST596	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B39iOvhhKqd/
POST597	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3-NxeqhhAo/
POST598	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B2sCOs1hd_h/
POST599	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3-2Oq_nJcg/
POST600	23/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3-l0dqH-AF/
POST591	22/10/2019	https://www.instagram.com/p/B37y8MsBqIK/
POST592	22/10/2019	https://www.instagram.com/p/B37SAefBm-C/
POST593	22/10/2019	https://www.instagram.com/p/B36oseEhfCd/
POST587	21/10/2019	https://www.instagram.com/p/B342H3SnVYM/
POST588	21/10/2019	https://www.instagram.com/p/B34q27BhQKN/
POST589	21/10/2019	https://www.instagram.com/p/B35SMYUB1YY/
POST590	21/10/2019	https://www.instagram.com/p/B34TWxlItzj/
POST585	20/10/2019	https://www.instagram.com/p/B32ue_rB1Pt/
POST586	20/10/2019	https://www.instagram.com/p/B31t3byhGn/
POST582	19/10/2019	https://www.instagram.com/p/B30VdlPBVGZ/
POST583	19/10/2019	https://www.instagram.com/p/B30DgdYBZX4/
POST584	19/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3znINFhes3/
POST578	18/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3xy5udB1wf/
POST579	18/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3xDHhOhUQX/
POST580	18/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3xfkVCBhtU/
POST581	18/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3xNwy4BWIZ/
POST577	17/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3u2b2ABYsK/
POST574	16/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3rW83OBWtS/
POST575	16/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3sNZ82BRVP/
POST576	16/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3srB-2Bqzg/
POST572	15/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3o5R5rBmaG/
POST573	15/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3qRhZShrO3/

POST570	14/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3mivKzBnZ8/
POST571	14/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3m8ql4hPHF/
POST569	13/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3k8cnavV2k/
POST565	12/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3g-8BUB2fl/
POST566	12/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3hNIE-BjNF/
POST567	12/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3ilZmuhTPh/
POST568	12/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3hwo21hfXM/
POST563	11/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3e-clHB-ZN/
POST564	11/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3fccKlhU_R/
POST560	10/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3dR3bshq3V/
POST561	10/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3dHgQzh0lp/
POST562	10/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3bx0fnHNzc/
POST558	08/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3WnTCthz16/
POST559	08/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3XUYxVhS9V/
POST554	07/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3UqVxehE1c/
POST555	07/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3VStEhLiU/
POST556	07/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3VJWOhH8b/
POST557	07/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3UzzQ7h1ml/
POST548	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3RnVunhLTu/
POST549	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3SWxHIBsum/
POST550	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3Sw_ANByw2/
POST551	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3TIE4TBFpb/
POST552	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3SJHP6B_Ym/
POST553	06/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3Rz11bBwmm/
POST546	05/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3P0I5yhX7Y/
POST547	05/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3O_9osByii/
POST544	04/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3MbgnBhay-/
POST545	04/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3NnO03hcnR/
POST541	03/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3LbGHxbZk/
POST542	03/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3KEMGvh9r6/
POST543	03/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3KXWivhAAH/
POST540	02/10/2019	https://www.instagram.com/p/B3IL2htBulu/
POST539	30/09/2019	https://www.instagram.com/p/B3CYQ53BLe-/
POST537	29/09/2019	https://www.instagram.com/p/B3Ap2IDhKWf/
POST538	29/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2_w5U_BPi-/
POST535	28/09/2019	https://www.instagram.com/p/B287J-qBszh/
POST536	28/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2-EckThB3X/
POST533	26/09/2019	https://www.instagram.com/p/B237RxChHei/
POST534	26/09/2019	https://www.instagram.com/p/B25KnJwh83X/
POST531	24/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2zllq1hWgF/
POST532	24/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2zLjHNBsWb/
POST530	22/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2u7DgUBCDH/
POST528	21/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2sCOs1hd_h/
POST529	21/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2sXaedh1sH/
POST527	19/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2wF1SxBkdQ/
POST526	18/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2jWUO5hNKY/
POST525	17/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2h_JHchTGD/
POST521	16/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2fz85-BUPS/
POST522	16/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2fOrvehMYE/
POST523	16/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2fFn73Bm7T/

POST524	16/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2eOvBiBn4U/
POST520	13/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2Wte-fhHji/
POST518	10/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2QLCw-h0b2/
POST519	10/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2Op4rNhXDi/
POST516	09/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2Mh5zDHbLe/
POST517	09/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2MmpzwBmUS/
POST511	07/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2lgoSHB-Wf/
POST512	07/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2IHSXOhxUK/
POST513	07/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2G9tvPh38L/
POST514	07/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2lZ76SBS8g/
POST515	07/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2HNB6dhAJZ/
POST509	06/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2EgCuNBAkm/
POST510	06/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2Fl11hhY62/
POST505	05/09/2019	
POST506	05/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2COnkShwPT/
POST507	05/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2CnrnmBTbz/
POST508	05/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2CJlwgBpAK/
POST503	04/09/2019	https://www.instagram.com/p/B1- 2JRh2yK/
POST504	04/09/2019	https://www.instagram.com/p/B2AmFfwBFfg/
POST500	03/09/2019	https://www.instagram.com/p/B180R-xBSFi/
POST501	03/09/2019	https://www.instagram.com/p/B19P3enB_qT/
POST502	03/09/2019	https://www.instagram.com/p/B19GbYAhXIR/
POST499	02/09/2019	https://www.instagram.com/p/B17ahbYB-80/
POST498	01/09/2019	https://www.instagram.com/p/B14S18bhjHm/
POST496	31/08/2019	https://www.instagram.com/p/B12PNYoBo3T/
POST497	31/08/2019	https://www.instagram.com/p/B11cSUShXWr/
POST492	30/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1zYBWxBAR8/
POST493	30/08/2019	https://www.instagram.com/p/B12TZOsbpM/
POST494	30/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1y6V7WhKaF/
POST495	30/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1zmyRvhEUs/
POST490	29/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1wQUNKhkik/
POST491	29/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1xDHH6BtUM/
POST485	28/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1uc4bPhMRQ/
POST486	28/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1uJrTfh0W0/
POST487	28/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1uG1EbBGPf/
POST488	28/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1ts6NzhA5p/
POST489	28/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1uukOmnjml/
POST483	27/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1qRJ62BOmj/
POST484	27/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1rrXLBPuA/
POST481	26/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1oNR_qhTR3/
POST482	26/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1oKJhrBrt5/
POST477	25/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1mZK14BltX/
POST478	25/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1m30ftBBJG/
POST479	25/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1mA5kihKNz/
POST480	25/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1ly6Gohr_y/
POST474	24/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1jHEfQBnPi/
POST475	24/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1j3yeahnXr/
POST476	24/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1iFThrBh_P/
POST471	23/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1hju3xBBjw/
POST472	23/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1hP5ChBML4/
POST473	23/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1gl-8hh78l/

POST470	22/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1e8e04BFcn/
POST468	21/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1be URhses/
POST469	21/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1bBnV7BMNz/
POST467	20/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1Y2-b6Bqhq/
POST466	19/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1XXEDWhDWT/
POST463	18/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1URQFHBA9b/
POST464	18/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1T4T5FhQXw/
POST465	18/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1SnTYyn98O/
POST459	17/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1RcCpjh3il/
POST460	17/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1Q37 KBbT /
POST461	17/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1SZDDEhj0S/
POST462	17/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1R6V1khN-S/
POST457	16/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1PeRcfB5la/
POST458	16/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1PAfRahN7Z/
POST455	15/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1LveB2hxoz/
POST456	15/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1NET-bhp7F/
POST451	14/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1JF5z3Bbbj/
POST452	14/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1Kk3mqhvUL/
POST453	14/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1JuP4WhsIJ/
POST454	14/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1JdRgXnk34/
POST449	13/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1HliqjBUcl/
POST450	13/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1Ge8MwBOEx/
POST446	11/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1B-FWYBd8q/
POST447	11/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1BnsqCh AO/
POST448	11/08/2019	https://www.instagram.com/p/B1C-obBhPzk/
POST444	10/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0 N7QUBHuj/
POST445	10/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0 b ohUsy/
POST441	09/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0852kHhN26/
POST442	09/08/2019	https://www.instagram.com/p/B08QrbFB7TK/
POST443	09/08/2019	https://www.instagram.com/p/B09Pgzh9Xn/
POST440	08/08/2019	https://www.instagram.com/p/B05qidkhSKF/
POST438	07/08/2019	https://www.instagram.com/p/B04k89mnHDo/
POST439	07/08/2019	https://www.instagram.com/p/B03GZKsBdzZ/
POST435	06/08/2019	https://www.instagram.com/p/B01731ShZpN/
POST436	06/08/2019	https://www.instagram.com/p/B00- BmhDQF/
POST437	06/08/2019	https://www.instagram.com/p/B00uiRIBZXD/
POST434	05/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0yFGN hZtH/
POST432	04/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0vn3xaH95-/
POST433	04/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0wu5rVhKW2/
POST430	03/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0uEhQwhc3H/
POST431	03/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0tsSUBhB0o/
POST428	02/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0rJ 4YBW-6/
POST429	02/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0qPoSghJQs/
POST426	01/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0pRJGin_Gs/
POST427	01/08/2019	https://www.instagram.com/p/B0oQjXKklo-/
POST421	31/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0l g2FhgyH/
POST422	31/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0mtvHbBh4N/
POST423	31/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0lc 7YBP a1/
POST424	31/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0IJvt2h70z/
POST425	31/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0mCl1RhrbU/

POST419	30/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0ihVIRh8EI/
POST420	30/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0j4SF2nF13/
POST418	29/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0hGgaRhwbQ/
POST415	27/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0cVpSMnnDE/
POST416	27/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0bpp71BKX_/
POST417	27/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0Z8woAHJ83/
POST413	26/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0ZJtg4BITn/
POST414	26/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0YiCNHHk9u/
POST408	25/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0VqKilhuNi/
POST409	25/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0V2FIWHAgq/
POST410	25/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0XH8Irhxex
POST411	25/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0W5oCpnU_c/
POST412	25/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0WHkgrHKjz/
POST407	24/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0UeTxn6MY/
POST403	23/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0RJutdBVYg/
POST404	23/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0RhOIRBbiA/
POST405	23/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0RDSwKhOJX/
POST406	23/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0QON43htXE/
POST399	22/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0PYDPHhjea/
POST400	22/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0PA9kbhcC9/
POST401	22/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0PUBcNhol2/
POST402	22/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0QsOq7hvgv/
POST398	21/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0MeY2Hho41/
POST393	20/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0JXl4tB7l0/
POST394	20/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0JgZrjBdX4/
POST395	20/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0J8AI_Bbp4/
POST396	20/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0J3neDBS6r/
POST397	20/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0Jw2DZB88y/
POST390	19/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0GM41gB7O0/
POST391	19/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0GhPRLh9-S/
POST392	19/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0HKGDnhHly/
POST387	18/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0FMypYnK-8/
POST388	18/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0FJq-HBr9k/
POST389	18/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0EW6zzh9Mt/
POST385	17/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0Ci0YDn2hj/
POST386	17/07/2019	https://www.instagram.com/p/B0BbuubBtjY/
POST383	16/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz_RuDhBO9N/
POST384	16/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz_br9MBPoJ/
POST382	15/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz9QKpbhG6u/
POST381	14/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz6aTr6hJei/
POST378	13/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz3B5eZBN_m/
POST379	13/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz3q6JehpLc/
POST380	13/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz3nOBrBU6V/
POST376	12/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz1Og3JhpRf/
POST377	12/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bz0ZFpyhHgq/
POST374	11/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzxxjCxBY88/
POST375	11/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzzHS78Bxil/
POST373	10/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzwwj_gpBg-F/
POST371	08/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzp3lKahLS8/

POST372	08/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzqJoWOhQ_g/
POST365	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzo3YgsBpp3/
POST366	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzofMNjhwe6/
POST367	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzoU97KhsKa/
POST368	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzoQGqBhlQU/
POST369	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzn9gMCBXql/
POST370	07/07/2019	https://www.instagram.com/p/BznI0xxBYap/
POST361	06/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzlX6RIhIoc/
POST362	06/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzlwKNIb3pN/
POST363	06/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzIRsJQhS1M/
POST364	06/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzl2qeMh1kM/
POST359	05/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzirTyshdEm/
POST360	05/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzikWKXBqmA/
POST358	04/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzeuwMthG7v/
POST356	03/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzej5lwh_1H/
POST357	03/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzecYBsBZAw/
POST353	02/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzcDRTdBzSC/
POST354	02/07/2019	https://www.instagram.com/p/Bzb9F7QB92/
POST355	02/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzbyGSXhXPX/
POST352	01/07/2019	https://www.instagram.com/p/BzZQz4Hnz5b/
POST350	30/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzWPqpNh5m0/
POST351	30/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzVkg4MhguW/
POST346	29/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzTdnIWhvXb/
POST347	29/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzS0XYxhNsj/
POST348	29/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzSx7TZhlf0/
POST349	29/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzR4Bv3B3Ja/
POST338	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzQ4r-WBY9I/
POST339	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzRA4WNhXsd/
POST340	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzRpz2tBcUq/
POST341	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzRXS3B-Sz/
POST342	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzQwzEvhWaV/
POST343	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzP6iPdh-ze/
POST344	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzPe7tQB_hL/
POST345	28/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzPT9sohzpg/
POST334	27/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzOnV0gBQ1W/
POST335	27/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzPM67HhBdJ/
POST336	27/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzPH_rvBsph/
POST337	27/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzPEkgAha_p/
POST332	25/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzJBGniBFGV/
POST333	25/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzJe4XkhF1P/
POST331	24/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzGLvk1Bln6/
POST330	23/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzEiDgbB85e/
POST328	22/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzA8jDIBdyz/
POST329	22/06/2019	https://www.instagram.com/p/BzCCTddhDBN/
POST324	20/06/2019	https://www.instagram.com/p/By7-XYkhk00/
POST325	20/06/2019	https://www.instagram.com/p/By8xXwmBxP7/
POST326	20/06/2019	https://www.instagram.com/p/By7kFOHBe62/
POST327	20/06/2019	https://www.instagram.com/p/By800IGhDiY/
POST321	19/06/2019	https://www.instagram.com/p/By5r1cthLEv/
POST322	19/06/2019	https://www.instagram.com/p/By55rEXhHdQ/

POST323	19/06/2019	https://www.instagram.com/p/By5Ds-LBNhH/
POST318	18/06/2019	https://www.instagram.com/p/By37nbeBzUo/
POST319	18/06/2019	https://www.instagram.com/p/By295_KBDmA/
POST320	18/06/2019	https://www.instagram.com/p/By06HH8hUnn/
POST316	17/06/2019	https://www.instagram.com/p/By0uZhJFTKR/
POST317	17/06/2019	https://www.instagram.com/p/By0fxwqhPMs/
POST315	16/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByxTrYHIBiN/
POST313	15/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByvvWV5h-1z/
POST314	15/06/2019	https://www.instagram.com/p/Byu6DSGhsp_/
POST309	13/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByqGgpiB7VR/
POST310	13/06/2019	https://www.instagram.com/p/BytpF4-h-J9/
POST311	13/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByqUXo-hiMs/
POST312	13/06/2019	Sem
POST307	12/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByoHz0FBoHW/
POST308	12/06/2019	https://www.instagram.com/p/Byodz6KHPaN/
POST305	11/06/2019	https://www.instagram.com/p/Bylyr7Tnd9Q/
POST306	11/06/2019	https://www.instagram.com/p/BylEVV-hvdv/
POST304	10/06/2019	https://www.instagram.com/p/Byi5tyOB9Gg/
POST303	09/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByfseJshEAY/
POST300	07/06/2019	https://www.instagram.com/p/Bya3Ni_Bt2U/
POST301	07/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByaRqIB2HX/
POST302	07/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByaE80KBOY8/
POST298	06/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByYve6lh978/
POST299	06/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByWo_VghR_9/
POST295	05/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByVtpuoBKuS/
POST296	05/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByVbMLthhBw/
POST297	05/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByVJx-xBPjQ/
POST294	04/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByS6yZfhT8-/
POST292	03/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByQhht9h25Q/
POST293	03/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByRWqnwBFwx/
POST291	02/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByNT9wqBr_Q/
POST289	01/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByLqF49hAJ7/
POST290	01/06/2019	https://www.instagram.com/p/ByKw5gDBWoo/
POST287	31/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByHYPf2B_gf/
POST288	31/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByJbZmbBSf-/
POST284	30/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByGUa86BycH/
POST285	30/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByFf3zShHBT/
POST286	30/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByG0LBRhO2X/
POST282	28/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByBvpdynEJh/
POST283	28/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByBJcYshVm2/
POST281	27/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx-O_lyh56K/
POST278	26/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx8DK71BF0Q/
POST279	26/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx8E0VkhYxl/
POST280	26/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx8fnw7ByGb/
POST276	25/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx5e-jehSLd/
POST277	25/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx5zb_QBTIt/
POST274	24/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx3CaoVBVFC/
POST275	24/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx2ul4gBU0f/
POST272	23/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx0NTjDh-nc/
POST273	23/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bx0CzkCBGEk/

POST271	22/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxyTz71hkfd/
POST269	21/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxvvc0ghU-P/
POST270	21/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxuQNn9Befz/
POST267	20/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxsju_ghLmC/
POST268	20/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxtDuUhsE5/
POST266	19/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxpVjxMB6ZO/
POST263	18/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxoEkseBhNg/
POST264	18/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxmrw3h7wm/
POST265	18/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxn8sE9hygN/
POST260	17/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxkY9RNHCIZ/
POST261	17/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxkE-MTB83t/
POST262	17/05/2019	https://www.instagram.com/p/ByWo_VghR_9/
POST256	16/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxhaJVBi7w/
POST257	16/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxhiux7hL96/
POST258	16/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxitrvPjeOE/
POST259	16/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxiVOrEhGwq/
POST254	15/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxf-Q1zhX4y/
POST255	15/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bxfj1M3BISj/
POST251	13/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxbONSynQli/
POST252	13/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxaZfX1HR2W/
POST253	13/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxYxbaPn0gb/
POST248	12/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxYn2_ynmZF/
POST249	12/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxXo32pHBoj/
POST250	12/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxXLBqcHMqQ/
POST247	11/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxVP1W6nGef/
POST246	10/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxTGCsRneoQ/
POST243	08/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxOPnznKVW/
POST244	08/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxOHVA5nJbU/
POST245	08/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxMrg1znvIF/
POST241	07/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxKM5Uonw7M/
POST242	07/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxLmfhGHv8p/
POST239	06/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxltmiPHpMv/
POST240	06/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxHuGUQnG7I/
POST235	05/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxFw9aPn4cS/
POST236	05/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxFVuf7H3pm/
POST237	05/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxFid9ZHK7y/
POST238	05/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxFCweJnMOV/
POST232	04/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxBIXejnos3/
POST233	04/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxDB3gRnowP/
POST234	04/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxDST-zHF0p/
POST231	03/05/2019	https://www.instagram.com/p/BxBMI9cnBwD/
POST228	02/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw-FLI9HQFx/
POST229	02/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw-DulDHV4n/
POST230	02/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw-aX4SnKpd/
POST225	01/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw7UpkqnvkE/
POST226	01/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw8NgchHREB/

POST227	01/05/2019	https://www.instagram.com/p/Bw7tldtn80T/
POST222	30/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw4GBtpnP7R/
POST223	30/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw4IMP7nm6a/
POST224	30/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw5PQcPHVXf/
POST219	29/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw2dtRahboP/
POST220	29/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw1fcxCHGDy/
POST221	29/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw3EVqLB5wt/
POST214	28/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bw0RuOtn2oD/
POST215	28/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwzsHaynaH5/
POST216	28/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwzFVMvnwUI/
POST217	28/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwzkGLPHOWo/
POST218	28/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwz7HIXHgIS/
POST213	27/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwwul1mnyQp/
POST210	26/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwu_6ALHdhK/
POST211	26/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwtvCUQHT-M/
POST212	26/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwuwzq1H3yB/
POST208	25/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwsaeowHwVC/
POST209	25/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwrSoQFHGap/
POST206	24/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwqRZzBnwDo/
POST207	24/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwqCyVVHFpH/
POST203	21/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwhrO5jH1fg/
POST204	21/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwhbaJTHeLv/
POST205	21/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwh0YthnGCK/
POST201	20/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwfv2iOnNvF/
POST202	20/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwfyZs8nHOS/
POST198	19/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwb5I4Bnach/
POST199	19/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwcSekrnO5Y/
POST200	19/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwcvnCxnllM/
POST194	18/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwawZwenP43/
POST195	18/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwZ1qmqHKAH/
POST196	18/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwZ9GISnH6J/
POST197	18/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwZdnMmnDAI/
POST192	17/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwXLp6IHUQO/
POST193	17/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwXajBiHA2P/
POST188	16/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwVUqignH-O/
POST189	16/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwU69GsHMKW/
POST190	16/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwUuQUvH4eH/
POST191	16/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwUC8w6Ha01/
POST186	15/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwS6nLdHnBe/
POST187	15/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwSjcNKnQfW/
POST182	14/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwPPaD6HKot/
POST183	14/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwQKGV2nfB0/
POST184	14/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwPijJnHNRN/
POST185	14/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwPDjNcHWup/
POST180	13/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwMuxxNnFzf/
POST181	13/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwMY3IDn8XL/
POST179	12/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwLFzRmHoMk/
POST177	11/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bwlt80gnD4d/
POST178	11/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwHS42Lng7D/
POST175	10/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwFV4nEHVvD/

POST176	10/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwGQAWahXfo/
POST172	08/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwAllTyn0wF/
POST173	08/04/2019	https://www.instagram.com/p/BwAW576nDWM/
POST174	08/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv_4clJnECl/
POST170	07/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv9XnMKnmXC/
POST171	07/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv90mkEHLZ/
POST167	06/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv79OXhns6A/
POST168	06/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv7Rg4PH3hh/
POST169	06/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv6xKYvHoBl/
POST165	05/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv4k8cMno5n/
POST166	05/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv4BmoEnXbU/
POST164	04/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv2LENTHal1/
POST161	03/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bv0BWTvH6d3/
POST162	03/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bvy-HdNHoVn/
POST163	03/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvzrK-PHY4X/
POST157	02/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvwLmQyHaKL/
POST158	02/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvxgCRIHbGd/
POST159	02/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bvw7vm6nZH8/
POST160	02/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvwhWAvHsSN/
POST153	01/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvuPtuGnSdN/
POST154	01/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bvt_VgSHT8o/
POST155	01/04/2019	https://www.instagram.com/p/BvwEEhHHOw1/
POST156	01/04/2019	https://www.instagram.com/p/Bvu3OArH1DP/
POST150	31/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bvrr_HRHxYy/
POST151	31/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvsXV6wnr1v/
POST152	31/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvrCkymn7Kg/
POST149	30/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvpVIBOHS2B/
POST148	29/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvnKJ6jnl_6/
POST146	28/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvkDCpenAap/
POST147	28/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvjuMC2n8ko/
POST145	27/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvijVtpH9_a/
POST144	26/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvetYSBHQe8/
POST141	25/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvbxRb9njJ5/
POST142	25/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvcDq7THq8R/
POST143	25/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvbT292H0bo/
POST140	24/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvaQ97NHKeO/
POST139	23/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvWSoF3nUXx/
POST137	22/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvVOhYrHeFL/
POST138	22/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvVlzGTH6Zp/
POST135	21/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvR1s79HAWE/
POST136	21/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvSMo1PHm8l/
POST133	20/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvO8rFvHtdt/
POST134	20/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvPx6_NHHY1/
POST131	19/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvNFFUGHquO/
POST132	19/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvMumNiHWDP/
POST127	17/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvH3gFoHJsU/
POST128	17/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvGvz3ZHh9b/
POST129	17/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvHtP48ntko/
POST130	17/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvIPVvgH-ls/
POST126	16/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvEc8ixnd5G/
POST124	15/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvDLjiQHch9/

POST125	15/03/2019	https://www.instagram.com/p/BvCPWhdH6yb/
POST123	14/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu_grhknU0d/
POST122	12/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu6YrIRnbFq/
POST121	11/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu3cAp9n4-z/
POST117	10/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu2Dod8nO7u/
POST118	10/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu2OJOFnEG9/
POST119	10/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu2hggJH5tJ/
POST120	10/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bu1K4BJHFIL/
POST116	09/03/2019	https://www.instagram.com/p/BuzfS9_HVRg/
POST114	08/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buwkpx1H4Xd/
POST115	08/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buvo7GZHDvT/
POST113	07/03/2019	https://www.instagram.com/p/But61KPHVzN/
POST107	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/BurPrRIH4Nx/
POST108	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/BuopwyXn44I/
POST109	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buq0CRQHJfv/
POST110	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/BuygMA2nSwH/
POST111	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buv_4qFnTSO/
POST112	06/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bur0my3nzuw/
POST103	05/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buo9xsOHsv8/
POST104	05/03/2019	https://www.youtube.com/watch?v=u68WpG4dDT0
POST105	05/03/2019	https://www.instagram.com/p/Buoz7ooHTOD/
POST106	05/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bun3aahHY4W/
POST101	04/03/2019	https://www.instagram.com/p/Bult1uCHScA/
POST102	04/03/2019	https://www.instagram.com/p/BulPym2nnNs/
POST100	03/03/2019	Sem
POST99	26/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuXCIFxnjOW/
POST98	23/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuO83IXHR4h/
POST97	22/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuM_rCSncSw/
POST96	21/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuKlyogHqn9/
POST95	20/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuHE0IGH-WJ/
POST93	19/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuFBG1an1SX/
POST94	19/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuE6IPjHltc/
POST92	18/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuCxQOKHXnZ/
POST91	17/02/2019	https://www.instagram.com/p/BuAQ3amHmxk/
POST89	16/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt8fxpgHIQg/
POST90	16/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt8FXU1H3pk/
POST86	15/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt54Qs5HgLn/
POST87	15/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt6dtXKH8Ao/
POST88	15/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt5jD5Yn5yj/
POST84	14/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt2_ZYSH6fJ/
POST85	14/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt4Ytv7n578/
POST80	13/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt18X_AHpsi/
POST81	13/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt0-We0HDaw/
POST82	13/02/2019	https://www.instagram.com/p/Bt1gn7-n71S/
POST83	13/02/2019	Sem
POST79	12/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtzAKOUH1Le/
POST76	11/02/2019	https://www.instagram.com/p/Btv39tSnEuM/
POST77	11/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtvXOAVnlYb/
POST78	11/02/2019	Sem
POST74	10/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtuAJDcHO0m/
POST75	10/02/2019	https://www.instagram.com/p/Btsk1g8H0BZ/

POST70	09/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtgriXndKW/
POST71	09/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtqVuRNHYri/
POST72	09/02/2019	Sem
POST73	09/02/2019	Sem
POST68	08/02/2019	Sem
POST69	08/02/2019	Sem
POST65	07/02/2019	https://www.instagram.com/p/Btl6sOlnYwd/
POST66	07/02/2019	Sem
POST67	07/02/2019	Sem
POST63	06/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtixM2xHQpg/
POST64	06/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtiR5UuH_w6/
POST61	05/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtgCdDCHjJW/
POST62	05/02/2019	Sem
POST59	04/02/2019	https://www.instagram.com/p/BteaZ-Zn3-F/
POST60	04/02/2019	Sem
POST58	03/02/2019	Sem
POST57	02/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtZQ9q4H1S9/
POST54	01/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtWMSe3ntLm/
POST55	01/02/2019	Sem
POST56	01/02/2019	https://www.instagram.com/p/BtW-KO0nz99/
POST52	31/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtUWPGwHlf1/
POST53	31/01/2019	Sem
POST50	30/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtRiXX2n50d/
POST51	30/01/2019	Sem
POST49	29/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtOEt2WHxEg/
POST48	28/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtMEXS3HA_w/
POST47	26/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtHbofxAv51/
POST45	25/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtDzipYAV1/
POST46	25/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtDcsN4ASdD/
POST44	24/01/2019	https://www.instagram.com/p/BtA75qAA00/
POST40	23/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs-YVqvgOKS/
POST41	23/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs_QknJAbE/
POST42	23/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs_HKZAg-00/
POST43	23/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs_ACxVAUEX/
POST39	22/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs8SBxVgchk/
POST37	20/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs27_ceA2-Z/
POST38	20/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs3TVqkg6TN/
POST35	19/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bs1THZ4grNC/
POST36	19/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsyw1LTAlmr/
POST34	18/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsxTvaLah3Y/
POST33	17/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsvOoT3Ame1/
POST32	16/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bssm8LDgWJ3/
POST31	15/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsqsMkGACKE/
POST28	13/01/2019	https://www.instagram.com/p/BskpnDogFBY/
POST29	13/01/2019	https://www.instagram.com/p/BslbFlsAtPC/
POST30	13/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bslk4NVgOfj/
POST25	12/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsiNQregzIz/
POST26	12/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsiWODcgVfX/
POST27	12/01/2019	https://www.instagram.com/p/BshvkPoAcAK/
POST21	11/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsgiqpkg9_P/
POST22	11/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsfi2TIAcm5/

POST23	11/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsf2QDVAJwL/
POST24	11/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsfVFllgdpQ/
POST20	10/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsc5ICQgNhl/
POST19	09/01/2019	https://www.instagram.com/p/Bsa6QiSAjEa/
POST18	08/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsXn788gSPE/
POST16	07/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsWMuTlgiKH/
POST17	07/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsWXQ2kgpHx/
POST14	06/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsTars6g6vH/
POST15	06/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsSlKnmgwnA/
POST12	05/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsQB64GgkuP/
POST13	05/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsQcZA_g_VQ/
POST07	04/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsOlgXUgKnW/
POST08	04/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsNU1_XARA9/
POST09	04/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsNqYH0gDEV/
POST10	04/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsOzg3hgawg/
POST11	04/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsRiQVuAyZS/
POST04	03/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsMXlr3gWmS/
POST05	03/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsLw2z8guR3/
POST06	03/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsKBV0TAKBn/
POST02	02/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsJXPsgUPd/
POST03	02/01/2019	https://www.instagram.com/p/BsJLI4QAwUs/

APÊNDICE D – Tabulação atores e personalidades X categorias

Atores políticos		Abordagem valorativa				Nº códigos	Total
		Desqualifica	Inderterminado	Neutro	Qualifica		
Entidades - movimentos sociais		26	0	1	7	34	
Entidades - movimentos sociais	Foro de São Paulo	9	0	1	0	10	34
	ONGS	6	0	0	0	6	
	Entidades empresariais	0	0	0	5	5	
	MST	4	0	0	0	4	
	PCC	3	0	0	0	3	
	CFM	0	0	0	1	1	
	Conselhos	1	0	0	0	1	
	CRM Amazonas	0	0	0	1	1	
	FARC	1	0	0	0	1	
	MBL	1	0	0	0	1	
Movimentos estudantis	1	0	0	0	1		
Partidos políticos		60	0	3	1	64	
Partidos políticos	PT	46	0	2	0	48	64
	PSOL	7	0	0	0	7	
	Oposição	3	0	0	0	3	
	PCdoB	2	0	0	0	2	
	PDT	0	0	1	0	1	
	PSDB	1	0	0	0	1	
	PSL	0	0	0	1	1	
	Rede	1	0	0	0	1	
Personalidades públicas		64	0	12	141	217	
Personalidades públicas	Sérgio Moro	6	0	2	31	39	217
	Celebridades	0	0	0	19	19	
	Dameres Alves	0	0	2	16	18	
	Lula	14	0	2	0	16	
	Abraham Weintraub	0	0	0	14	14	
	Empresários	0	0	0	10	10	
	Eduardo Bolsonaro	0	0	1	8	9	
	Militares	0	0	0	7	7	
	Ricardo Salles	0	0	0	10	10	
	Deputados	5	0	1	3	9	
	Dilma	6	0	2	1	9	
	Haddad	7	0	0	0	7	
	Adélio Bispo	8	0	0	0	8	
	Médicos	1	0	0	7	8	
	Carlos Bolsonaro	0	0	1	5	6	
	Battisti	4	0	0	0	4	
	Especialistas em direitos humanos	3	0	1	0	4	
	FHC	2	0	0	1	3	
	Artistas	2	0	0	0	2	
	Hamilton Mourão	0	0	0	2	2	
	Lamarca	2	0	0	0	2	
	Olavo de Carvalho	0	0	0	2	2	
	Sérgio Camargo	0	0	0	2	2	
	Edir Macedo	0	0	0	1	1	
	Fidel Castro	1	0	0	0	1	
	Helio Negão	0	0	0	1	1	
	Marcelo Bretas	0	0	0	1	1	
Maria do Rosário	1	0	0	0	1		
Paulo Freire	1	0	0	0	1		
Raoni	1	0	0	0	1		

	Poder executivo	14	0	27	23	64	
Poder executivo	Governo Estadual						64
	Alguns governadores	3	0	0	0	3	
	Nordeste	0	0	0	2	2	
	Norte	0	0	1	1	2	
	Todos	0	0	3	0	3	
	São Paulo	2	0	0	0	2	
	Bahia	1	0	0	0	1	
	Ceará	1	0	0	0	1	
	Centro-oeste	0	0	1	0	1	
	Governador de Pernambuco	1	0	0	0	1	
	Maranhão	1	0	0	0	1	
	Minas Gerais	0	0	0	1	1	
	Rio de Janeiro.	1	0	0	0	1	
	Sul	0	0	1	0	1	
	Governo Federal	0	0	0	0	0	
	Orgãos públicos	0	0	1	7	8	
	FUNAI	2	0	1	0	3	
	Ministérios	2	0	2	4	8	
	Governo Municipal	0	0	4	1	5	
Referência ao Poder Executivo	0	0	13	7	20		
	Poder Judiciário	4	2	18	11	35	
Poder Judiciário	Referência so Poder Judiciário	0	0	9	7	16	35
	STF	3	2	7	3	15	
	STE	0	0	2	1	3	
	Ministério Público	1	0	0	0	1	
	Poder legislativo	1	0	17	19	37	
Poder legislativo	Referência ao Poder Legislativo	1	0	9	6	16	37
	Senado Federal	0	0	4	7	11	
	Câmara dos Deputados	0	0	4	6	10	
	Relações com a imprensa	121	1	15	52	189	
Relações com a imprensa	Empresas de comunicação						189
	Folha de São Paulo	19	0	1	0	20	
	TV Globo	15	0	2	0	17	
	Jornal O Globo	7	0	3	0	10	
	Estado de São Paulo	7	0	1	0	8	
	Record	0	0	0	8	8	
	Internacionais	0	1	0	5	6	
	Veja	3	0	3	0	6	
	Correio Braziliense	2	0	1	1	4	
	Globo News	4	0	0	0	4	
	Datafolha	2	0	1	0	3	
	O antagonista	2	0	0	0	2	
	SBT	0	0	0	2	2	
	UOL notícias	2	0	0	0	2	
	Band	0	0	0	1	1	
	CNN	0	0	0	1	1	
	Exame	0	0	1	0	1	
	Folha do Brasil	1	0	0	0	1	
	Jovem Pan	0	0	0	1	1	
	Revista Época (grupo Globo)	1	0	0	0	1	
	Jornalistas	0	0	0	0	0	
	Alexandre Garcia	0	0	0	6	6	
	Augusto Nunes	0	0	0	4	4	
	Ratinho	0	0	0	3	3	
	Silvio Santos	0	0	0	3	3	
	Boris Casoy	0	0	0	2	2	
	Danilo Gentili	0	0	0	2	2	
	Guilherme Fiuza	0	0	0	2	2	
	Luis Ernesto Lacombe	0	0	0	1	1	
	Celso Rocha de Barro	1	0	0	0	1	
	Chico Otávio	1	0	0	0	1	
	Constança Rezende	1	0	0	0	1	
	Gilberto Barros	0	0	0	1	1	
	Leilane Neubarth	1	0	0	0	1	
	Luciana Gimenez	0	0	0	1	1	
	Marina Araújo	0	0	0	1	1	
	Merval Pereira	1	0	0	0	1	
	Noblat	1	0	0	0	1	
	Patrícia Campos Mello	1	0	0	0	1	
	Renata Vasconcellos	0	0	0	1	1	
	Thiago Nolasco	0	0	0	1	1	
	Parte da mídia	17	0	0	1	18	
	Referências à Imprensa	32	0	2	4	38	

Relações internacionais		37	1	25	144	207
Relações internacionais	Instituições	0	0	0	0	0
	ONU	3	0	4	1	8
	G20	1	0	2	4	7
	G7	1	0	0	2	3
	Mercosul	0	0	2	2	4
	OCDE	0	0	0	4	4
	BRICS	0	0	0	3	3
	Unasul	2	0	0	1	3
	OMS	2	0	0	0	2
	Prosul	0	0	0	2	2
	Banco Mundial	0	0	0	1	1
	Extra-otan	0	0	0	1	1
	G7 expandido	0	0	0	1	1
	União Europeia	0	0	0	1	1
	Países	0	0	0	0	0
	Estados Unidos	0	0	4	42	46
	Israel	0	0	0	19	19
	Venezuela	10	1	4	1	16
	China	0	0	2	9	11
	Argentina	3	0	1	5	9
	Índia	0	0	0	7	7
	Países islâmicos	0	0	0	7	7
	França	4	0	2	0	6
	Japão	0	0	1	5	6
	Cuba	5	0	0	0	5
	Alemanha	0	0	2	2	4
	Chile	0	0	0	3	3
	Paraguai	0	0	0	3	3
	Bolívia	2	0	0	0	2
	Colômbia	0	0	0	2	2
	Inglaterra	0	0	0	2	2
	Irã	2	0	0	0	2
	Rússia	0	0	0	2	2
	Ucrânia	0	0	0	2	2
	Uruguai	1	0	0	1	2
	Coreia do Norte	1	0	0	0	1
	Espanha	0	0	0	1	1
	Guatemala	0	0	0	1	1
	Honduras	0	0	0	1	1
	Indonésia	0	0	0	1	1
	Moçambique	0	0	0	1	1
Noruega	0	0	1	0	1	
Polónia	0	0	0	1	1	
Singapura	0	0	0	1	1	
Sri Lanka	0	0	0	1	1	
Suíça	0	0	0	1	1	

207

Atores políticos		Moralidade				Nº de códigos	Total
		Emancipação	Indeterminado	Neutro	Retrocesso		
Entidades - movimentos sociais		1	0	0	27	28	
Entidades - movimentos sociais	Foro de São Paulo	0	0	0	8	8	28
	ONGS	0	0	0	5	5	
	Entidades empresariais	1	0	0	1	2	
	MST	0	0	0	4	4	
	PCC	0	0	0	3	3	
	CFM	0	0	0	1	1	
	Conselhos	0	0	0	1	1	
	CRM Amazonas	0	0	0	1	1	
	FARC	0	0	0	1	1	
	MBL	0	0	0	1	1	
Movimentos estudantis	0	0	0	1	1		
Partidos políticos		4	0	6	52	62	
Partidos políticos	PT	3	0	2	40	45	62
	PSOL	0	0	3	5	8	
	Oposição	0	0	0	4	4	
	PCdoB	0	0	0	2	2	
	PDT	0	0	1	0	1	
	PSDB	1	0	0	0	1	
	PSL	0	0	0	0	0	
	Rede	0	0	0	1	1	
Personalidades públicas		13	3	26	87	129	
Personalidades públicas	Sérgio Moro	1	0	5	9	15	129
	Celebridades	0	0	0	2	2	
	Dameres Alves	6	0	2	7	15	
	Lula	0	1	3	9	13	
	Abraham Weintraub	1	0	0	3	4	
	Empresários	0	0	0	5	5	
	Eduardo Bolsonaro	0	1	1	4	6	
	Militares	0	0	0	5	5	
	Ricardo Salles	3	0	0	1	4	
	Deputados	0	0	1	5	6	
	Dilma	0	0	2	6	8	
	Haddad	0	0	2	5	7	
	Adélio Bispo	0	0	6	3	9	
	Médicos	0	0	1	5	6	
	Carlos Bolsonaro	1	1	0	2	4	
	Battisti	0	0	0	4	4	
	Especialistas em direitos humanos	0	0	0	2	2	
	FHC	0	0	1	1	2	
	Artistas	0	0	0	2	2	
	Hamilton Mourão	1	0	0	0	1	
	Lamarca	0	0	0	2	2	
	Olavo de Carvalho	0	0	0	1	1	
	Sérgio Camargo	0	0	1	1	2	
	Edir Macedo	0	0	0	0	0	
	Fidel Castro	0	0	0	1	1	
	Helio Negão	0	0	1	0	1	
	Marcelo Bretas	0	0	0	0	0	
	Maria do Rosário	0	0	0	0	0	
Paulo Freire	0	0	0	1	1		
Raoni	0	0	0	1	1		

	Poder executivo	7	0	3	28	38	
Poder executivo	Governo Estadual	0	0	0	0	0	38
	Alguns governadores	0	0	0	3	3	
	Nordeste	0	0	0	1	1	
	Norte	0	0	0	1	1	
	Todos	0	0	0	2	2	
	São Paulo	0	0	1	1	2	
	Bahia	0	0	0	1	1	
	Ceará	1	0	0	0	1	
	Centro-oeste	0	0	0	0	0	
	Governador de Pernambuco	0	0	0	1	1	
	Maranhão	0	0	0	1	1	
	Minas Gerais	0	0	0	0	0	
	Rio de Janeiro.	0	0	0	1	1	
	Sul	0	0	0	0	0	
	Governo Federal	0	0	0	0	0	
	Orgãos públicos	2	0	0	3	5	
	FUNAI	0	0	0	3	3	
	Ministérios	0	0	0	1	1	
	Governo Municipal	0	0	1	2	3	
Referência ao Poder Executivo	4	0	1	7	12		
	Poder Judiciário	5	1	5	13	24	
Poder Judiciário	Referência so Poder Judiciário	4	0	1	5	10	24
	STF	1	1	3	6	11	
	STE	0	0	0	2	2	
	Ministério Público	0	0	1	0	1	
	Poder legislativo	5	0	2	12	19	
Poder legislativo	Referência ao Poder Legislativo	4	0	1	6	11	19
	Senado Federal	0	0	1	3	4	
	Câmara dos Deputados	1	0	0	3	4	
	Relações com a imprensa	7	3	8	116	134	
Relações com a imprensa	Empresas de comunicação	0	0	0	0	0	134
	Folha de São Paulo	0	0	0	20	20	
	TV Globo	0	0	1	17	18	
	Jornal O Globo	0	1	0	13	14	
	Estado de São Paulo	0	0	0	5	5	
	Record	0	0	1	8	9	
	Internacionais	0	0	0	0	0	
	Veja	0	0	1	0	1	
	Correio Braziliense	0	0	0	3	3	
	Globo News	0	1	0	2	3	
	Datafolha	0	0	1	3	4	
	O antagonista	0	0	0	2	2	
	SBT	0	0	0	2	2	
	UOL notícias	0	0	0	0	0	
	Band	0	0	0	2	2	
	CNN	0	0	0	0	0	
	Exame	0	0	0	0	0	
	Folha do Brasil	0	0	0	0	0	
	Jovem Pan	0	0	0	0	0	
	Revista Época (grupo Globo)	0	0	0	0	0	
	Jornalistas	0	0	0	1	1	
	Alexandre Garcia	0	0	0	0	0	
	Augusto Nunes	0	0	0	1	1	
	Ratinho	0	0	0	0	0	
	Silvio Santos	0	0	0	0	0	
	Boris Casoy	0	0	0	0	0	
	Danilo Gentilli	0	0	0	1	1	
	Guilherme Fiuza	0	0	0	0	0	
	Luis Ernesto Lacombe	0	0	1	2	3	
	Celso Rocha de Barro	0	0	0	0	0	
	Chico Otávio	0	0	0	1	1	
	Constança Rezende	0	0	0	1	1	
	Gilberto Barros	0	0	0	1	1	
	Leilane Neubarth	0	0	0	1	1	
	Luciana Gimenez	0	0	0	1	1	
	Marina Araújo	1	0	0	0	1	
	Merval Pereira	0	1	0	0	1	
	Noblat	0	0	0	0	0	
	Patrícia Campos Mello	0	0	0	1	1	
	Renata Vasconcellos	1	0	0	1	2	
	Thiago Nolasco	0	0	0	0	0	
	Parte da mídia	1	0	0	0	1	
	Referências à Imprensa	4	0	3	27	34	

Relações internacionais		7	2	25	54	88
Relações internacionais	Instituições	0	0	0	0	0
	ONU	1	0	1	6	8
	G20	0	0	1	2	3
	G7	0	0	2	2	4
	Mercosul	0	0	0	0	0
	OCDE	0	0	0	0	0
	BRICS	0	0	0	1	1
	Unasul	0	0	1	1	2
	OMS	0	0	1	1	2
	Prosul	0	0	1	1	2
	Banco Mundial	0	0	0	0	0
	Extra-otan	0	0	0	0	0
	G7 expandido	0	0	0	0	0
	União Europeia	0	0	0	0	0
	Países	0	0	0	0	0
	Estados Unidos	1	0	4	6	11
	Israel	1	0	0	4	5
	Venezuela	2	1	5	11	19
	China	1	0	0	0	1
	Argentina	0	0	1	2	3
	Índia	0	0	0	1	1
	Países islâmicos	0	0	1	0	1
	França	0	1	2	3	6
	Japão	0	0	0	1	1
	Cuba	0	0	0	5	5
	Alemanha	0	0	0	1	1
	Chile	0	0	2	1	3
	Paraguai	0	0	0	0	0
	Bolívia	0	0	1	1	2
	Colômbia	0	0	0	1	1
	Inglaterra	0	0	0	0	0
	Irã	1	0	0	1	2
	Rússia	0	0	1	0	1
	Ucrânia	0	0	0	0	0
	Uruguai	0	0	1	0	1
	Coreia do Norte	0	0	0	1	1
Espanha	0	0	0	0	0	
Guatemala	0	0	0	0	0	
Honduras	0	0	0	0	0	
Indonésia	0	0	0	0	0	
Moçambique	0	0	0	0	0	
Noruega	0	0	0	0	0	
Polônia	0	0	0	0	0	
Singapura	0	0	0	0	0	
Sri Lanka	0	0	0	1	1	
Suíça	0	0	0	0	0	

88

Atores políticos		Religiosidade				Nº de códigos
		Religiosidade	Argumento Religioso	Associações Divinas	Neutro	
Entidades - movimentos sociais		0	1	2	0	3
Entidades - movimentos sociais	Foro de São Paulo	0	0	1	0	1
	ONGS	0	0	0	0	0
	Entidades empresariais	0	0	0	0	0
	MST	0	1	1	0	2
	PCC	0	0	0	0	0
	CFM	0	0	0	0	0
	Conselhos	0	0	0	0	0
	CRM Amazonas	0	0	0	0	0
	FARC	0	0	0	0	0
	MBL	0	0	0	0	0
Movimentos estudantis	0	0	0	0	0	
Partidos políticos		0	0	5	0	5
Partidos políticos	PT	0	0	3	0	3
	PSOL	0	0	2	0	2
	Oposição	0	0	0	0	0
	PCdoB	0	0	0	0	0
	PDT	0	0	0	0	0
	PSDB	0	0	0	0	0
	PSL	0	0	0	0	0
	Rede	0	0	0	0	0
Personalidades públicas		0	1	12	0	13
Personalidades públicas	Sérgio Moro	0	0	1	0	1
	Celebridades	0	0	1	0	1
	Dameres Alves	0	0	1	0	1
	Lula	0	0	1	0	1
	Abraham Weintraub	0	0	0	0	0
	Empresários	0	0	0	0	0
	Eduardo Bolsonaro	0	0	0	0	0
	Militares	0	0	1	0	1
	Ricardo Salles	0	0	0	0	0
	Deputados	0	0	0	0	0
	Dilma	0	0	1	0	1
	Haddad	0	0	0	0	0
	Adélio Bispo	0	0	3	0	3
	Médicos	0	1	1	0	2
	Carlos Bolsonaro	0	0	1	0	1
	Battisti	0	0	0	0	0
	Especialistas em direitos h	0	0	0	0	0
	FHC	0	0	0	0	0
	Artistas	0	0	0	0	0
	Hamilton Mourão	0	0	0	0	0
	Lamarca	0	0	0	0	0
	Olavo de Carvalho	0	0	1	0	1
	Sérgio Camargo	0	0	0	0	0
	Edir Macedo	0	0	0	0	0
	Fidel Castro	0	0	0	0	0
	Helio Negão	0	0	0	0	0
	Marcelo Bretas	0	0	0	0	0
	Maria do Rosário	0	0	0	0	0
	Paulo Freire	0	0	0	0	0
	Raoni	0	0	0	0	0

Poder executivo		0	1	6	1	8
Poder executivo	Governo Estadual	0	0	0	0	0
	Alguns governadores	0	0	0	0	0
	Nordeste	0	0	0	0	0
	Norte	0	0	0	0	0
	Todos	0	0	1	0	1
	São Paulo	0	1	1	0	2
	Bahia	0	0	0	0	0
	Ceará	0	0	0	0	0
	Centro-oeste	0	0	0	0	0
	Governador de Pernambu	0	0	0	0	0
	Maranhão	0	0	0	0	0
	Minas Gerais	0	0	0	0	0
	Rio de Janeiro.	0	0	0	0	0
	Sul	0	0	0	0	0
	Governo Federal	0	0	0	0	0
	Orgãos públicos	0	0	0	1	1
	FUNAI	0	0	0	0	0
	Ministérios	0	0	0	0	0
Governo Municipal	0	0	1	0	1	
Referência ao Poder Execu	0	0	3	0	3	
Poder Judiciário		0	1	3	0	4
Poder Judiciário	Referência so Poder Judici	0	0	1	0	1
	STF	0	1	2	0	3
	STE	0	0	0	0	0
	Ministério Público	0	0	0	0	0
Poder legislativo		0	0	1	0	1
Poder legislativo	Referência ao Poder Legisl	0	0	1	0	1
	Senado Federal	0	0	0	0	0
	Câmara dos Deputados	0	0	0	0	0
Relações com a imprensa		0	0	5	0	5
Relações com a imprensa	Empresas de comunicação	0	0	0	0	0
	Folha de São Paulo	0	0	0	0	0
	TV Globo	0	0	0	0	0
	Jornal O Globo	0	0	0	0	0
	Estado de São Paulo	0	0	0	0	0
	Record	0	0	0	0	0
	Internacionais	0	0	0	0	0
	Veja	0	0	0	0	0
	Correio Braziliense	0	0	0	0	0
	Globo News	0	0	0	0	0
	Datafolha	0	0	0	0	0
	O antagonista	0	0	1	0	1
	SBT	0	0	0	0	0
	UOL notícias	0	0	0	0	0
	Band	0	0	0	0	0
	CNN	0	0	0	0	0
	Exame	0	0	0	0	0
	Folha do Brasil	0	0	0	0	0
	Jovem Pan	0	0	0	0	0
	Revista Época (grupo Glo	0	0	0	0	0
	Jornalistas	0	0	0	0	0
	Alexandre Garcia	0	0	0	0	0
	Augusto Nunes	0	0	0	0	0
	Ratinho	0	0	0	0	0
	Silvio Santos	0	0	0	0	0
	Boris Casoy	0	0	0	0	0
	Danilo Gentilli	0	0	0	0	0
	Guilherme Fiuza	0	0	0	0	0
	Luis Ernesto Lacombe	0	0	0	0	0
	Celso Rocha de Barro	0	0	0	0	0
	Chico Otávio	0	0	0	0	0
	Constança Rezende	0	0	0	0	0
	Gilberto Barros	0	0	0	0	0
	Leilane Neubarth	0	0	0	0	0
	Luciana Gimenez	0	0	0	0	0
	Marina Araújo	0	0	0	0	0
	Merval Pereira	0	0	0	0	0
	Noblat	0	0	1	0	1
	Patrícia Campos Mello	0	0	0	0	0
	Renata Vasconcellos	0	0	0	0	0
Thiago Nolasco	0	0	0	0	0	
Parte da mídia	0	0	2	0	2	

Relações internacionais		0	2	8	2	12
Relações internacionais	Instituições	0	0	0	0	0
	ONU	0	0	0	0	0
	G20	0	0	0	0	0
	G7	0	0	0	0	0
	Mercosul	0	0	0	0	0
	OCDE	0	0	0	0	0
	BRICS	0	0	1	0	1
	Unasul	0	0	0	0	0
	OMS	0	0	0	0	0
	Prosul	0	0	0	0	0
	Banco Mundial	0	0	0	0	0
	Extra-otan	0	0	0	0	0
	G7 expandido	0	0	0	0	0
	União Europeia	0	0	0	0	0
	Países	0	0	0	0	0
	Estados Unidos	0	0	1	0	1
	Israel	0	2	1	1	4
	Venezuela	0	0	2	0	2
	China	0	0	0	0	0
	Argentina	0	0	1	0	1
	Índia	0	0	0	0	0
	Países islâmicos	0	0	0	1	1
	França	0	0	0	0	0
	Japão	0	0	0	0	0
	Cuba	0	0	0	0	0
	Alemanha	0	0	1	0	1
	Chile	0	0	0	0	0
	Paraguai	0	0	0	0	0
	Bolívia	0	0	0	0	0
	Colômbia	0	0	0	0	0
	Inglaterra	0	0	0	0	0
	Irã	0	0	0	0	0
	Rússia	0	0	0	0	0
	Ucrânia	0	0	0	0	0
	Uruguai	0	0	0	0	0
	Coreia do Norte	0	0	0	0	0
	Espanha	0	0	0	0	0
	Guatemala	0	0	0	0	0
	Honduras	0	0	0	0	0
	Indonésia	0	0	0	0	0
	Moçambique	0	0	0	0	0
	Noruega	0	0	0	0	0
Polônia	0	0	0	0	0	
Singapura	0	0	0	0	0	
Sri Lanka	0	0	1	0	1	
Suíça	0	0	0	0	0	

APÊNDICE E – Tabulação temas políticos X categorias

Temas Políticos	Moralidade				Total
	Emancipação	Indeterminado	Neutro	Retrocesso	
Brasil	5	1	8	57	71
Desenvolvimento - futuro do país	4	0	3	7	14
Globalismo	0	0	0	3	3
Patriotismo	1	0	2	34	37
Soberania-internacionalização	0	1	3	13	17
Corrupção	1	0	2	19	22
Efemérides	0	0	0	20	20
Cívicas	0	0	0	3	3
Civis	0	0	0	5	5
Militares	0	0	0	6	6
Religiosas	0	0	0	6	6
Eleições	1	0	2	17	20
Forças de Segurança	8	1	6	40	55
Forças Armadas	5	1	4	11	21
Militarismo	0	0	0	18	18
Operações Militares	0	0	0	2	2
Polícia	3	0	2	9	14
Ideologia	0	0	1	38	39
Direita	0	0	0	9	9
Esquerda	0	0	1	29	30
Mídias Sociais - Internet	0	1	0	7	8
Notícias Falsas	0	0	3	39	42
Pandemia	38	1	22	102	163
Ações de combate ao coronavírus	15	1	5	11	32
Auxílio emergencial	6	0	0	4	10
Cloroquina	0	0	3	24	27
Covid do presidente	0	0	0	0	0
Dados de outros países	0	0	0	2	2
Questão econômica	3	0	3	24	30
Fraudes	0	0	0	0	0
Idosos-grupo de risco	0	0	1	1	2
Investimentos	3	0	1	2	6
Protocolos sanitários	4	0	0	19	23
Notificações de casos e mortes	0	0	0	1	1
Profissionais de saúde	1	0	1	1	3
Proteção à vida	0	0	4	4	8
Referência geral Pandemia	0	0	1	1	2
Repatriação	2	0	0	0	2
Testes	2	0	2	1	5
Tratamento precoce	0	0	1	7	8
Vacina	2	0	0	0	2
Políticas públicas	59	12	14	145	230
Comportamento e Direitos humanos	11	0	1	17	29
Cultura	0	0	0	3	3
Artes	0	0	0	2	2
Censura	0	0	0	1	1
Investimentos	0	0	0	0	0
Educação - ciência	13	2	4	38	57
Escolas cívico-militares	0	0	0	12	12
Investimentos - cortes	3	0	2	6	11
Ensino Superior	1	0	0	9	10
Ensino fundamental	3	1	1	1	6
Pesquisa	3	0	0	3	6
Livros didáticos	0	0	0	4	4
Educação infantil	1	0	1	0	2
Estrutura	2	0	0	0	2
Avaliações	0	0	0	1	1
Educação profissional	0	0	0	1	1
Professores e cientistas	0	0	0	1	1
Referência à educação	0	1	0	0	1

Justiça e segurança	22	9	4	65	100
criminalidade	17	2	1	18	38
Armamento	0	1	0	19	20
Pacote Anticrime	2	3	1	11	17
Drogas	2	1	1	5	9
Encarceramento	0	2	0	6	8
Terrorismo	1	0	1	6	8
Abuso de autoridade	0	0	0	0	0
Estrutura	0	0	0	0	0
Meio Ambiente I	13	1	5	22	41
Ecoturismo	4	0	0	3	7
Energias Renováveis	1	0	1	1	3
Florestas e matas	4	1	3	11	19
Investimentos	1	0	0	1	2
Lixo	1	0	0	0	1
Multas	0	0	0	0	0
Preservação	2	0	1	6	9
Presidência da república	1	0	7	39	47
Aliança pelo Brasil	0	0	0	0	0
Apoio popular	0	0	0	9	9
Ataques ao presidente	0	0	1	0	1
Atentado	0	0	3	14	17
Denúncias de corrupção	0	0	2	3	5
Doméstico - particular	0	0	0	3	3
Família	0	0	1	5	6
Futebol	0	0	0	1	1
Manifestações organizadas	1	0	0	3	4
Mídias sociais-internet	0	0	0	1	1
Regime político	8	0	2	24	34
Democracia	6	0	2	12	20
Ditadura	1	0	0	9	10
Fascismo	1	0	0	3	4
Sistema Econômico	2	0	2	22	26
Capitalismo	2	0	1	11	14
Socialismo - comunismo	0	0	1	11	12

Temas Políticos	Religiosidade				
	Religiosidade	Argumento Religioso	Associações Divinas	Neutro	Total
Brasil	0	1	32	0	33
Desenvolvimento - futuro do país	0	0	3	0	3
Globalismo	0	0	0	0	0
Patriotismo	0	1	26	0	27
Soberania-internacionalização	0	0	3	0	3
Corrupção	0	0	3	0	3
Efemérides	0	0	20	2	22
Cívicas	0	0	2	0	2
Civis	0	0	3	1	4
Militares	0	0	4	0	4
Religiosas	0	0	11	1	12
Eleições	0	0	3	0	3
Forças de Segurança	0	0	13	0	13
Forças Armadas	0	0	4	0	4
Militarismo	0	0	8	0	8
Operações Militares	0	0	0	0	0
Polícia	0	0	1	0	1
Ideologia	0	1	4	0	5
Direita	0	0	1	0	1
Esquerda	0	1	3	0	4
Mídias Sociais - Internet	0	0	0	0	0
Notícias Falsas	0	0	3	0	3
Pandemia	0	1	9	0	10
Ações de combate ao coronavírus	0	0	0	0	0
Auxílio emergencial	0	0	1	0	1
Cloroquina	0	1	3	0	4
Covid do presidente	0	0	0	0	0
Dados de outros países	0	0	0	0	0
Questão econômica	0	0	3	0	3
Fraudes	0	0	0	0	0
Idosos-grupo de risco	0	0	0	0	0
Investimentos	0	0	0	0	0
Protocolos sanitários	0	0	2	0	2
Notificações de casos e mortes	0	0	0	0	0
Profissionais de saúde	0	0	0	0	0
Proteção à vida	0	0	0	0	0
Referência geral Pandemia	0	0	0	0	0
Repatriação	0	0	0	0	0
Testes	0	0	0	0	0
Tratamento precoce	0	0	0	0	0
Vacina	0	0	0	0	0
Políticas públicas	0	1	11	1	13
Comportamento e Direitos humanos	0	1	1	1	3
Cultura	0	0	0	0	0
Artes	0	0	0	0	0
Censura	0	0	0	0	0
Investimentos	0	0	0	0	0
Educação - ciência	0	0	3	0	3
Escolas cívico-militares	0	0	2	0	2
Investimentos - cortes	0	0	1	0	1
Ensino Superior	0	0	0	0	0
Ensino fundamental	0	0	0	0	0
Pesquisa	0	0	0	0	0
Livros didáticos	0	0	0	0	0
Educação infantil	0	0	0	0	0
Estrutura	0	0	0	0	0
Avaliações	0	0	0	0	0
Educação profissional	0	0	0	0	0
Professores e cientistas	0	0	0	0	0
Referência à educação	0	0	0	0	0

Justiça e segurança	0	0	3	0	3
criminalidade	0	0	1	0	1
Armamento	0	0	1	0	1
Pacote Anticrime	0	0	0	0	0
Drogas	0	0	1	0	1
Encarceramento	0	0	0	0	0
Terrorismo	0	0	0	0	0
Abuso de autoridade	0	0	0	0	0
Estrutura	0	0	0	0	0
Meio Ambiente I	0	0	4	0	4
Ecoturismo	0	0	0	0	0
Energias Renováveis	0	0	1	0	1
Florestas e matas	0	0	3	0	3
Investimentos	0	0	0	0	0
Lixo	0	0	0	0	0
Multas	0	0	0	0	0
Preservação	0	0	0	0	0
Presidência da república	0	1	24	0	25
Aliança pelo Brasil	0	0	0	0	0
Apoio popular	0	0	5	0	5
Ataques ao presidente	0	0	0	0	0
Atentado	0	1	11	0	12
Denúncias de corrupção	0	0	0	0	0
Doméstico - particular	0	0	3	0	3
Família	0	0	5	0	5
Futebol	0	0	0	0	0
Manifestações organizadas	0	0	0	0	0
Mídias sociais-internet	0	0	0	0	0
Regime político	0	2	3	1	6
Democracia	0	1	1	0	2
Ditadura	0	0	1	0	1
Fascismo	0	1	1	1	3
Sistema Econômico	0	2	3	0	5
Capitalismo	0	2	2	0	4
Socialismo - comunismo	0	0	1	0	1

APÊNDICE F – Tabulação temas sensíveis X categorias

Temas sensíveis	Moralidade				Total
	Emancipação	Indeterminado	Neutro	Retrimento	
Aborto	0	0	0	5	5
Comportamento sobre oponentes	9	3	22	213	247
Embate - conflito	3	3	13	212	231
Agressividade-palavrões	0	0	0	68	68
Deboche-ironia	0	0	1	38	39
Tom de conflito	3	3	12	105	123
institucional	6	0	9	1	16
Comportamento referente à ciência	13	1	4	57	75
Direitos Humanos	6	3	2	27	38
Crimes contra a humanidade	0	0	0	1	1
Deficiências físicas e mentais	2	0	0	2	4
Direitos de criminosos - prisioneiros	0	3	1	16	20
Direitos dos imigrantes	0	0	1	2	3
Idosos	3	0	0	0	3
Referência a direitos humanos	1	0	0	3	4
Suicídio	0	0	0	1	1
Tortura - vítimas da ditadura	0	0	0	2	2
Família	2	1	1	11	15
Múltipla	0	0	0	1	1
Referência à família	1	1	0	1	3
Tradicional	1	0	1	9	11
Gênero e sexualidade	1	0	0	9	10
Diversidade	0	0	0	2	2
Gravidez na adolescência	0	0	0	1	1
Homofobia	1	0	0	1	2
Sexualidade	0	0	0	2	2
Travestis - trans - homossexuais	0	0	0	3	3
Infância	4	0	2	26	32
Crianças	2	0	2	8	12
Doutrinação ideológica nas escolas	0	0	0	13	13
Exploração sexual	1	0	0	0	1
Maioridade penal	0	0	0	1	1
Proteção à infância	1	0	0	1	2
Trabalho infantil	0	0	0	3	3
Moral e costumes	0	1	0	14	15
Cidadão de bem	0	0	0	9	9
Comportamento	0	0	0	1	1
Referências à Moral e Bons Costumes	0	1	0	4	5
Pobreza - miséria	4	0	0	2	6
Questões indígenas	1	0	1	9	11
Ajuda ao indígenas	1	0	0	0	1
Apoio de indígenas	0	0	1	1	2
Demarcação de terras	0	0	0	2	2
Mineração	0	0	0	1	1
Reintegração à sociedade	0	0	0	5	5
Questões raciais	0	0	0	3	3
Questões Religiosas	4	0	11	144	159
Deus-Cristo	0	0	0	56	56
Símbolos religiosos	1	0	5	46	52
Instituições - autoridades religiosas	3	0	6	18	27
Rituais religiosos	0	0	0	24	24
Questões sobre a mulher	6	0	2	3	11
Amamentação	1	0	0	0	1
Estupro	4	0	1	0	5
Menções à mulher	0	0	1	3	4
Violência doméstica	1	0	0	0	1
Violência	19	3	1	39	62

Temas sensíveis	Religiosidade			Total
	Argumento Religioso	Associações Divinas	Neutro	
Aborto	1	1	0	2
Comportamento sobre oponentes	2	16	0	18
Embate - conflito	2	16	0	18
Agressividade-palavrões	0	3	0	3
Deboche-ironia	0	1	0	1
Tom de conflito	2	12	0	14
institucional	0	0	0	0
Comportamento referente à ciência	1	5	0	6
Direitos Humanos	0	0	0	0
Crimes contra a humanidade	0	0	0	0
Deficiências físicas e mentais	0	0	0	0
Direitos de criminosos - prisioneiros	0	0	0	0
Direitos dos imigrantes	0	0	0	0
Idosos	0	0	0	0
Referência a direitos humanos	0	0	0	0
Suicídio	0	0	0	0
Tortura - vítimas da ditadura	0	0	0	0
Família	0	4	1	5
Múltipla	0	0	0	0
Referência à família	0	0	0	0
Tradicional	0	4	1	5
Gênero e sexualidade	0	0	1	1
Diversidade	0	0	0	0
Gravidez na adolescência	0	0	0	0
Homofobia	0	0	1	1
Sexualidade	0	0	0	0
Travestis - trans - homossexuais	0	0	0	0
Infância	1	2	0	3
Crianças	1	2	0	3
Doutrinação ideológica nas escolas	0	0	0	0
Exploração sexual	0	0	0	0
Maioridade penal	0	0	0	0
Proteção à infância	0	0	0	0
Trabalho infantil	0	0	0	0
Moral e costumes	0	3	0	3
Cidadão de bem	0	1	0	1
Comportamento	0	0	0	0
Referências à Moral e Bons Costumes	0	2	0	2
Pobreza - miséria	1	1	0	2
Questões indígenas	0	0	0	0
Ajuda ao indígenas	0	0	0	0
Apoio de indígenas	0	0	0	0
Demarcação de terras	0	0	0	0
Minação	0	0	0	0
Reintegração à sociedade	0	0	0	0
Questões raciais	0	0	1	1
Questões Religiosas	17	136	10	163
Deus-Cristo	5	55	0	60
Símbolos religiosos	1	25	0	26
Instituições - autoridades religiosas	7	15	6	28
Rituais religiosos	4	41	4	49
Questões sobre a mulher	0	1	0	1
Amamentação	0	0	0	0
Estupro	0	0	0	0
Menções à mulher	0	1	0	1
Violência doméstica	0	0	0	0
Violência	0	1	0	1