

O novo salvador: apontamentos para compreender a construção do mito Bolsonaro

The New Savior: Notes to Understand the Construction of the Mythical Bolsonaro

Rubia Izabely Moreira¹
Breno Martins Campos²

Resumo

A construção da imagem mítica do candidato Jair Messias Bolsonaro no ano de sua primeira campanha eleitoral à presidência e na própria eleição (2018) – e, em menor medida, nos dois anos anteriores (2016 e 2017) – foi um elemento central para a vitória de seu projeto político, bem como para sua popularidade no meio religioso. Por conseguinte, este artigo investiga a relação que uniu o candidato Bolsonaro e a religião, e o processo de sua mitificação, por meio da análise de dados documentais e bibliográficos, incluindo reportagens que tratam do tema, levando em consideração o impacto dessa imagem mítica para a construção da base eleitoral do então candidato – com alguma atenção voltada também para o período do exercício do mandato, no que se refere ao apoio que o então presidente recebeu de parte representativa da população. Os fatores envolvidos nos resultados da eleição de 2018 e o papel desempenhado por igrejas evangélicas pentecostais e neopentecostais, em conjunção com a utilização das redes sociais digitais, são muito importantes para um bom entendimento da relação passada e presente entre o campo religioso e o campo político.

Palavras-Chave: religião, eleição, mito político, Jair Messias Bolsonaro, Brasil.

Abstract

The construction of the mythical image of candidate Jair Messias Bolsonaro in the year of his first electoral campaign for the presidency and in the election itself (2018) – and, to a lesser extent, in the two previous years (2016 and 2017) – was a central element in the victory of his political project, as well as his popularity in religious circles. Therefore this article investigates the relationship that united

¹ Graduação em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), Campinas-SP, Brasil, com bolsa de Iniciação Científica (FAPIC – Reitoria/PUC-Campinas). E-mail: rubia_izabely@hotmail.com.

² Doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, Brasil. Pós-doutorado em Ciência da Religião pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora-MG, Brasil. Professor do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião e da Faculdade de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível C (Processo: 304733/2024-5). E-mail: brenomartinscampos@gmail.com.

candidate Bolsonaro and religion, and the process of his mythification, through the analysis of documentary and bibliographic data, including reports that deal with the topic, taking into account the impact of this mythical image on the construction of the then candidate's electoral base – with some attention also focused on the period during which he was in office, about the support that the then president received from a representative part of the population. The factors involved in the results of the 2018 election and the role played by evangelical Pentecostal and neo-Pentecostal churches, in conjunction with the use of digital social networks, are significant for a good understanding of the past and present relationship between the religious field and the political field.

Keywords: religion, election, political myth, Jair Messias Bolsonaro, Brazil.

Introdução

Não é nenhum exagero considerar que Jair Messias Bolsonaro, até 2016, era pouco conhecido do grande público brasileiro e não possuía destaque dentre seus pares deputados federais. Inclusive, quanto a seu histórico político, é comum que se mencione o número reduzido de projetos seus que foram aprovados durante quase três décadas de mandato como deputado federal – como se pode observar na biografia disponível no *site* da Câmara dos Deputados (BRASIL. Câmara dos Deputados. Jair Bolsonaro).

Todavia, em 2016, Bolsonaro ganhou certa notoriedade na mídia brasileira – e, conseqüentemente, em toda a sociedade – a partir da sessão de votação do *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff. Na ocasião, como consta na ata da sessão da Câmara, em seu breve discurso, ele saudou Carlos Alberto Brilhante Ustra, um dos torturadores da ditadura militar brasileira, além de evidenciar outros aspectos de seu pensamento e visão de mundo à nação brasileira (BRASIL. Câmara dos Deputados, ATA da 91ª Sessão da Câmara dos Deputados, 2016).

Na sequência da história nacional, de 2016 a 2018, com a ajuda das plataformas virtuais de comunicação e o apoio de líderes evangélicos e de seus

próprios aparatos de comunicação com os fiéis³, Bolsonaro foi montando e lapidando sua imagem. Isso resultou na construção do mito Bolsonaro, na condição de um candidato messiânico para a nação brasileira; o enviado por Deus para salvar o Brasil da destruição causada, como se dizia à época, pelos anos de governos petistas, acabar com a corrupção e restabelecer os valores da família tradicional e do cidadão de bem.

Para compreender como se construiu o mito Bolsonaro e quais fatores participaram desse processo, é preciso observar, primeiro, a importância dos grupos religiosos e da internet para que isso ocorresse. Também é necessário atentar para como essa relação se configurava antes e como se organizou durante as eleições que consagraram Bolsonaro presidente da República em 2018.

Este artigo é resultado de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, pois, ao investigar os dados levantados ou construídos por meio de fontes bibliográficas e documentais, entende-se que “é de fundamental importância sermos capazes de ir além das falas e dos fatos ou, em outras palavras, caminharmos na direção do que está explícito para o que é implícito, do revelado para o velado, do texto para o subtexto” (GOMES, 2020, p. 101).

1 Os evangélicos políticos

Como destacado por Jairo Nicolau (2020, p. 78), “não é exagero dizer que a mobilização dos evangélicos foi um dos fatores determinantes para a vitória de Bolsonaro”. Em outras palavras, a religião evangélica se mostrou profundamente conectada com os resultados da eleição de 2018. No entanto, para entender a importância desse grupo religioso – formado, principalmente, por alguns evangélicos políticos – na eleição de Bolsonaro, é necessário primeiramente compreender que houve um aumento expressivo na porcentagem da população

³ Claro que o apoio a Bolsonaro veio também de outras fontes e direções, as lideranças evangélicas e as plataformas digitais de comunicação foram mencionadas em razão do escopo deste artigo.

brasileira que se afirma pertencente à religião evangélica (pentecostais, neopentecostais ou protestantes tradicionais), ou seja, numericamente, os evangélicos cresceram bastante nos últimos anos e tendem a continuar crescendo.

Na medição do instituto [IBGE (no início dos anos 2010)], 22,2% dos brasileiros declararam-se “evangélicos” (o número era de 15,4% dez anos antes, o que representa 61,4% de crescimento, cabendo acrescentar que em 1991 o percentual de fiéis dessa matriz religiosa compunha 9% da população, e apenas 6,6% em 1980). De acordo com pesquisas um pouco mais recentes (Pew Research Center, 2014), o percentual de “evangélicos” no Brasil é ainda maior (26% da população), o que talvez sugira que o potencial de crescimento desse segmento ainda não esteja totalmente exaurido (QUADROS; MADEIRA, 2018, p. 494)⁴.

Como consequência, o grupo pertencente a igrejas evangélicas no Brasil passou a constituir uma parcela significativa de eleitores: “estima-se que os evangélicos atualmente representem em torno de 30% a 35% do eleitorado brasileiro” (CORBELLINI; MOURA, 2019, p. 80). As igrejas pentecostais, por sua vez, introduziram-se no campo da política na década dos anos 1960, sendo uma atitude decisiva para organização de algumas igrejas com objetivos políticos e para a formação de centros decisórios, com vistas à eleição de candidatos aos mais diversos cargos, por óbvio, afinados com os valores das lideranças dessas igrejas – nas instâncias municipal, estadual e federal (DIP, 2019) –, com vistas à defesa de sua moralidade por meio da legislação.

Foi esse movimento – somado ao aumento da população evangélica no país – que fez com que alguns líderes religiosos, para além da incorporação de um viés ideológico em seus discursos dentro das igrejas e de seus próprios meios de comunicação, passassem a fazer da política sua profissão (concomitante e

⁴ “O Censo Demográfico de 2022 mostrou a consolidação das mudanças do perfil religioso do Brasil. O catolicismo apostólico romano, que em 2010 concentrava 65,1% (105,4 milhões) da população de 10 anos ou mais, passou a representar 56,7% (100,2 milhões) em 2022, uma redução de 8,4 pontos percentuais (p.p.). Por outro lado, observou-se o aumento de 5,2 p.p. na proporção de evangélicos, passando de 21,6% em 2010 (35 milhões) para 26,9% em 2022 (47,4 milhões)” (CENSO 2022..., 2025).

paralela ao exercício de seu ministério nas igrejas). Foram eles os responsáveis pelos marcos do início da Bancada Evangélica, depois da Frente Parlamentar Evangélica no Congresso Nacional (DIP, 2019). Na última campanha eleitoral federal (em 2022), com ampla utilização da mídia, certos setores dos evangélicos brasileiros se consolidaram na política brasileira como a maior fonte de apoio e divulgação do candidato Jair Messias Bolsonaro à presidência.

Enquanto a bancada evangélica possui como membros líderes religiosos e políticos que são evangélicos, com objetivo de defender os valores e a moralidade evangélicos, a Frente Parlamentar Evangélica reúne – como é característico de uma Frente Parlamentar – membros do legislativo com o propósito de representação da “comunidade evangélica e seus ideais e [para] fazer oposição à aprovação de projetos que ferem os preceitos bíblicos” (LOPES, 2013, p. 59). Como aponta Andrea Dip (2019, p. 133-134), os pastores e evangélicos influentes, que compõem a chamada bancada evangélica na Câmara dos Deputados e no Senado, buscam na política, de um modo geral, além da defesa de seus valores, três objetivos: controle dos corpos, privilégios e poder.

Esses três objetivos se refletem no comportamento dos parlamentares em relação ao apoio ou rejeição de projetos de lei dentro do Congresso Nacional. O controle dos corpos aparece por meio de ações que visam a interferir na chamada *pauta de costumes*, em questões ligadas aos direitos das mulheres e da população LGBTQIAPN+, usando como argumento principal a defesa da família tradicional e do *cidadão de bem*. Os privilégios, por sua vez, apresentam-se na forma de isenção de impostos ou taxas para igrejas e em conteúdo midiático por meio de concessão de canais de televisão (DIP, 2019). Quanto à questão do poder (inseparável das anteriores), trata-se de uma ideia (espírito ou mentalidade), com consequências práticas, que atrai as pessoas de modo generalizado, não deixando

imunes os líderes evangélicos, que encontraram na política um caminho excelente para obtenção de poder e de permanência nele (DIP, 2019)⁵.

A bancada evangélica se uniu a Bolsonaro pela proximidade de seus discursos (de defesa do núcleo familiar tradicional patriarcal, do *cidadão de bem* e de outros valores que se aproximam daqueles compartilhados com os evangélicos) e por enxergar no então candidato uma forma de obtenção de poder, pois, uma vez eleito, além da lealdade à bancada em relação a cargos de alta importância, a vitória de um candidato que carregasse em suas manifestações a moral evangélica representaria, de certa forma, a vitória dessa moral.

2 Bolsonaro e o meio evangélico político

Em meio ao avanço dos evangélicos na política, somado à crise política que se instaurou no Brasil a partir de 2013, e que se intensificou em 2016, culminando no *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, Bolsonaro passou de um deputado federal do bloco conhecido como *baixo clero*, que estava para concluir seu sétimo mandato, a principal candidato à Presidência da República. Com seu discurso e posicionamento tipicamente conservadores, Bolsonaro se aproximou dos políticos da bancada evangélica ainda durante seus mandatos como deputado federal, a partir da adoção de temas característicos, sobretudo, a defesa da família tradicional brasileira (parte central de suas pautas e preocupações como parlamentar).

⁵ Aqui, algumas definições clássicas de termos e conceitos se impõem: “poder significa toda probabilidade de impor a própria vontade numa relação social, mesmo contra resistências, seja qual for o fundamento dessa probabilidade” e “dominação é a probabilidade de encontrar obediência a uma ordem de determinado conteúdo, entre determinadas pessoas indicáveis” (WEBER, 1994, p. 33). Porque estamos a discutir o poder no campo religioso – atrelado ao poder no campo político –, importa afirmar que o poder simbólico é tão mais eficaz quanto menos o próprio exercício do poder for percebido. A definição de poder simbólico, dada por Pierre Bourdieu (1998, p. 7-8), esclarece o que está dado na realidade: “poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”.

Paulo Sérgio Ferreira Barros Júnior (2022, p. 13) aponta que o início da relação do então candidato Bolsonaro com a religião evangélica se deu em 2007, por influência de Michelle Bolsonaro, que já pertencia ao meio evangélico e que, em certo momento, passou a frequentar a Assembleia de Deus Vitória em Cristo, de Silas Malafaia (ALEXANDRE, 2020, p. 39) – pastor evangélico de grande influência em ambos os campos (religioso e político), embora nunca tenha de fato exercido cargo no campo político. Malafaia foi, inclusive, um dos principais aliados de Bolsonaro no campo evangélico durante o período de campanha eleitoral – assim como durante seu mandato presidencial –, utilizando-se não apenas do espaço das igrejas para promover o candidato, mas, também, por meio de redes sociais digitais, como *YouTube* e *Twitter* (X, desde julho de 2023).

Malafaia possui uma presença expressiva e bem estruturada nas redes sociais. Antes de sua inserção digital, o pastor já constituía uma figura midiática consolidada em virtude de sua presença televisiva no programa “Vitória em Cristo”. Nesse espaço, para além das atividades características de um programa evangélico, Malafaia aborda temas da conjuntura nacional sob uma perspectiva religiosa. Essa visibilidade consolidada permitiu a Malafaia desenvolver o que Bourdieu (1997, p. 28) denomina de “poder de evocação” da imagem midiática – a capacidade de “fazer ver e fazer crer no que faz ver” –, operando uma “construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização”. Ao migrar para as redes sociais, esse capital simbólico acumulado na TV encontrou novos mecanismos de amplificação.

Em seu perfil no X, as menções de Malafaia a Bolsonaro durante o período de 2016 a 2018 são inúmeras – principalmente durante os meses da campanha eleitoral – e vinculadas a ataques à imprensa. Em postagem publicada aos 26 de outubro de 2018, às vésperas do segundo turno, Malafaia afirma:

UMA DAS COISAS MAIS VERGONHOSAS DESSA ELEIÇÃO >
A parcialidade descarada, ridícula, medíocre de grande parte da
imprensa. A quantidade de notícias contra Bolsonaro foi um

verdadeiro atentado à nossa inteligência. Se ã tivesse as redes sociais, Bolsonaro teria sido massacrado (MALAFAIA, Silas, 2018c).

No canal do *Youtube* do pastor, o mesmo discurso se reflete por meio de vídeos, geralmente curtos, e de transmissões ao vivo que atingem milhares de visualizações. Dentre os vídeos mais populares do canal, destacam-se dois em que Bolsonaro aparece como figura central. No primeiro, o pastor comenta, ao lado do candidato ainda no hospital, a repercussão da recuperação de Bolsonaro após o episódio da facada, atacando o modo como a imprensa estava tratando o caso, afirmando parcialidade na cobertura, e fazendo uma oração pelo candidato – ao mesmo tempo em que reproduzia o discurso antipetista (MALAFAIA, 2018b)⁶.

O segundo vídeo é parte de uma transmissão ao vivo em que o pastor recebe Bolsonaro em sua igreja, após os resultados finais das eleições de 2018. Bolsonaro começa seu discurso agradecendo a Deus e afirmando ser uma pessoa comprometida com os valores evangélicos, e Malafaia faz uma oração afirmando que Deus iria mudar a situação da população do país e declarando um espírito de sabedoria sobre o presidente recém-eleito, bem como durante seu governo, postulando que ele teria sido escolhido por Deus para governar a população. O vídeo termina com todos os fiéis presentes na igreja repetindo as afirmações do pastor (MALAFAIA, 2018a)⁷.

Como apontou Barros Júnior (2020), é a partir do quinto mandato como deputado que o discurso de Bolsonaro deixa de ter um foco exclusivamente voltado às questões militares (temas como os da segurança pública e do controle

⁶ Publicado em 28 de setembro de 2018, até o momento, o vídeo apresenta pouco mais de 3 milhões de visualizações, como consta no próprio site do Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=WQ_65LyYGcA&t=87s.

⁷ Publicado em 30 de outubro de 2018, até o momento está com mais de 2.8 milhões de visualizações, como consta no próprio site do Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=y2nZ1HDT450&t=180s>.

da criminalidade) e passa a englobar, com ênfase, questões defendidas por grupos políticos evangélicos.

Nesse período, mesmo que Bolsonaro continuasse mencionando temas e questões relacionadas aos militares, percebe-se que seu discurso se amolda a temas relacionados ao conservadorismo comportamental, como a defesa da família tradicional brasileira, a escola sem partido, a menção de textos bíblicos e de termos cristãos populares em seus discursos, o combate ao comunismo e ao marxismo cultural passam a fazer parte da narrativa construída pelo presidenciável. Desta forma, grande parte dos evangélicos brasileiros veem Bolsonaro como o candidato com maior afinidade ideológica com o discurso religioso cristão (BARROS JÚNIOR, 2022, p. 14).

O batismo de Bolsonaro no rio Jordão, em Israel, no ano de 2016, ministrado pelo pastor-político Everaldo Dias Pereira, também contribuiu para o fortalecimento de sua imagem de mito e de candidato ideal para a população evangélica. Durante o rito religioso, foram proferidas máximas em apoio ao candidato, sendo uma delas justamente a afirmação de *mito* (MARTINS, 2021). O episódio foi relevante para a composição da imagem mítica de Bolsonaro por causa de todo seu simbolismo no meio evangélico, embora o ex-presidente nunca tenha se assumido, de fato, adepto à religião.

Ao usar o rito do batismo, com o simbolismo da morte e ressurreição, e ao abraçar a intenção de profetizar (termo muito caro aos evangélicos no Brasil) Bolsonaro como candidato ideal à presidência da República, reforçou-se a narrativa de um salvador enviado por Deus. Como se, ao afundar nas águas do rio Jordão, o candidato se desprendesse de tudo o que pudesse ser considerado pecado na visão evangélica, tornando-se puro ao se reerguer – e, por consequência, digno de ser visto como mensageiro enviado por Deus.

No que diz respeito ao discurso empregado pelo candidato, em sua primeira campanha à presidência da República, Ariel Goldstein (2020, p. 18)

aponta que “há eixos centrais que unificam o discurso dos líderes evangélicos em torno a uma agenda que foi adotada por Bolsonaro em 2018”, quais sejam:

A) Uma concepção conservadora da família como base da sociedade, que garante papéis estáticos para o homem e a mulher e não admite outras identidades sexuais. Isto implica uma visão patriarcal do homem como um ativo “chefe de família” e a mulher num lugar passivo como “dona de casa”. B) Uma rejeição a qualquer modificação nestes papéis como um ataque à família brasileira, à mulher e às crianças. C) No contexto de um descrédito da classe política por acusações de corrupção, uma visão neoliberal na economia e conservadora nos costumes que permite articulações como a candidatura de Pastor Everaldo e Bolsonaro. D) A ideia de que a Nação é predominantemente cristã e, portanto, deve adaptar sua legislação às necessidades dessa maioria.

Assim, o discurso do candidato Bolsonaro — voltado à proteção da família tradicional brasileira e a ataques aos escândalos de corrupção atribuídos ao governo da época — somado à imagem mítica que já circulava no imaginário da população evangélica, o apoio de líderes de grande influência, o bom relacionamento com figuras da bancada evangélica, tornou-o o candidato ideal para representar os evangélicos e seus valores, bem como não evangélicos que compartilhavam a mesma visão de mundo nas eleições de 2018.

3 O *BolsoMito* nas redes sociais digitais

Durante os meses que antecederam as eleições de 2018, conforme a base de apoio de Bolsonaro se expandia, era comum ver, principalmente nas redes sociais digitais, o então candidato ser apresentado pelos seus apoiadores como *BolsoMito* ou *Mito*, em especial, quando o debate envolvia suas ações ou falas em oposição aos governos petistas.

O sentido de mito atrelado à figura de Bolsonaro não se caracteriza por uma dimensão mística, uma vez que não se fundamenta em experiências transcendentais ou vivências espirituais compartilhadas entre ele e seus

seguidores. Trata-se, antes, de uma narrativa de caráter heroico, que articula o imaginário da luta contra um inimigo comum, operando no registro da mobilização política e não da experiência do sagrado. Assim, podemos compreender Bolsonaro com uma espécie de mito político construído por seus apoiadores.

[No campo da ciência política,] o mito político é fabulação, deformação ou interpretação objetivamente recusável do real. Mas, narrativa lendária, é verdade que ele exerce também uma função explicativa, fornecendo certo número de chaves para a compreensão do presente, constituindo uma criptografia através da qual pode parecer ordenar-se o caos desconcertante dos fatos e dos acontecimentos (GIRARDET, 1986, p. 13).

Samantha Silva dos Santos (2019, p. 46) afirma que o *presente* a que se refere o trecho citado “é caracterizado pela imagem de um princípio fabuloso, um momento heroico que marca o início de uma era”. A construção de um mito, segundo Lucia Moreira Dias e Carla Montuori Fernandes (2020, p. 478), “se estrutura a partir de uma contínua repetição e reconstituição de uma imagem, que ganha corpo a partir de uma narrativa que é constantemente reelaborada”, ou seja, a imagem de um salvador é moldada e modificada para atender às expectativas e necessidades da população, pois é fundamental para sua existência que o mito represente os ideais dela.

Raoul Girardet (1986, p. 12) afirma que “a experiência mostra que cada uma dessas ‘constelações’ mitológicas pode surgir dos pontos mais opostos do horizonte político, pode ser classificada à ‘direita’ e à ‘esquerda’, segundo a oportunidade do momento”. Partindo da ideia de mito político como um meio pelo qual se entende o presente e de sua construção como variante de acordo com o contexto sociopolítico, o herói nunca é uma característica pertencente apenas a um lado, ele varia de acordo com o cenário político e social no qual determinada sociedade se encontra.

Períodos de crise são terrenos férteis para a criação de um mito ou de um herói. Nesses momentos de instabilidade, quando a sociedade se sente ameaçada por um inimigo — real ou não — e percebe que suas demandas não estão sendo devidamente atendidas, os sujeitos são tomados por angústia e aflição. É nesse cenário que surge a possibilidade do nascimento de um herói como promessa de salvação.

Assim, instaura-se a imagem de um indivíduo que vai proteger e libertar a população fragilizada, levando-a de volta a um período similar ao anterior à crise, em que havia estabilidade social e um sentimento coletivo de segurança. Quase sempre se trata da reconstrução idealizada e edulcorada do passado — ou seja, um passado mítico. Esse ideal de salvação confere ao herói uma imagem quase divina, pela qual um sujeito passa a ser visto como superior por retirar a população da crise (SANTOS, 2019, p. 46).

No Brasil e na história da política brasileira, recorrentes escândalos de corrupção culminaram em um sentimento coletivo de descrença e rejeição da política e de temas correlatos a ela, gerando um vácuo político e a consequente busca por uma figura (ou uma crença) que fosse capaz de preencher essa brecha e produzir um encantamento com a política (DIAS; FERNANDES, 2020, p. 482). Foi exatamente no cenário político e social de 2016 — marcado pela crise, por escândalos de corrupção e pela instabilidade que geravam e espalhavam um grande sentimento de insegurança e descrença na população — que Bolsonaro surgiu aos olhos do público brasileiro com seu estilo conservador, apoiado em um discurso de ódio e em estratégias sensacionalistas. Nesse contexto, passou a ser apontado como um possível herói salvador da pátria.

Bolsonaro soube desfrutar do cenário brasileiro político, utilizando o sentimento de medo e revolta já instaurados na população, para fortalecer a ideia de um inimigo em comum, no caso, os presidentes Lula e Dilma, o Partido dos Trabalhadores (PT) e a esquerda brasileira em geral. O candidato transformou as

eleições de 2018 em um combate do bem contra o mal. Na sociedade contemporânea, na qual o mundo virtual e as redes sociais digitais permeiam, de modo inevitável, cada vez mais o cotidiano dos sujeitos, é inegável que a construção de mitos políticos também seja afetada.

Com a ajuda das redes sociais, os mitos políticos contemporâneos não dependem mais exclusivamente das mídias tradicionais como seus intermediários. O contato é através, agora, de algoritmos e da dinâmica de cada rede social – constantemente (re)construída por seus usuários (SANTOS, 2019, p. 89).

Os meios de comunicação virtual, para além de funcionarem como canais de difusão de informações sobre acontecimentos contemporâneos, configuram-se como espaços privilegiados de sociabilidade e formação de comunidades simbólicas baseadas em valores, crenças e interesses compartilhados (CASTELLS, 2002). No ambiente digital, as interações não se limitam à troca de dados ou opiniões, mas produzem sentidos coletivos e formas de pertencimento que transcendem o espaço físico. Não podemos negar, quando observamos os acontecimentos que envolveram a ascensão da imagem de Bolsonaro, que esses foram agentes de extrema importância em sua idealização como mito. Por meio deles, o candidato conseguiu atingir um público-alvo maior e espalhar os discursos de ódio e as eventuais *fake news*, que viriam a ter papel fundamental no resultado da eleição.

[...] as mudanças tecnológicas e nas plataformas de comunicação não são mais um detalhe, mas parte central da dinâmica alucinante dessa campanha presidencial. As redes sociais e muito particularmente o WhatsApp formaram um “subsolo” no processo eleitoral de alta mobilização emocional e de cristalização de preconceitos e preferências (CORBELLINI; MOURA, 2019, p. 31).

Foi por meio das redes sociais digitais que a campanha de Bolsonaro se fortificou. Utilizando o campo virtual como espaço para expor seus ideais e

argumentar a seu favor, com a adição da sensação de proximidade experimentada com o público, tanto o candidato como seus apoiadores conseguiram ampliar suas áreas de presença, gerando debates e atraindo eleitores que não estavam certos de seus votos, distanciando-se levemente do modelo típico, já que, na cultura brasileira, “uma eleição se ganha na mesa de bar, no almoço de família, na conversa no trabalho [...]. A arte de uma campanha está em contagiar e armar o eleitor de seu candidato com os argumentos para conquistar outros eleitores nesses ambientes” (CORBELLINI; MOURA, 2019, p. 35).

Em sua campanha presidencial, afastando-se de um modelo tradicional, Bolsonaro concentrou seu foco no universo digital. Agiu de modo novo, para além do apoio usual de pastores ligados à direita política no Brasil e de líderes religiosos que sustentam ideias conservadoras e utilizam o carisma conferido pelo status dentro das igrejas para propagar seus ideais. Apresentou-se como um possível salvador da nação, afirmando que o PT teria destruído e desmoralizado o país e que Deus o havia enviado para salvar a população brasileira do colapso — tudo isso difundido pelas redes sociais digitais. É o caso do pastor Silas Malafaia, já mencionado, que reúne prestígio religioso e político e que, por meio de seu canal no YouTube, durante a campanha eleitoral de 2018, ajudou a propagar os princípios que sustentavam a candidatura de Bolsonaro (MARANHÃO FILHO; COELHO; DIAS, 2018, p. 80). A mesma campanha que também contou com apoio de criadores de conteúdo (*youtubers* e *influencers*), que compartilhavam não somente notícias relacionadas aos ideais do candidato, mas também as chamadas *fake news*, criadas para favorecer e reforçar o discurso do candidato⁸.

⁸ Como exemplo, podemos citar o caso que ficou conhecido como *Kit Gay*, que circulou por todas as plataformas de comunicações digitais e que era tido pelo candidato Bolsonaro e seus apoiadores como propagação da assim chamada *ideologia de gênero*. E que, de fato, tratava-se de um projeto do governo federal para promover a garantia dos direitos humanos e o respeito à diversidade sexual e de gênero (QUADROS; MADEIRA, 2018, p. 499).

O papel das redes sociais digitais fica mais explícito quando nos atentamos para o episódio do atentado sofrido por Bolsonaro aos 6 de setembro de 2018, durante o período de campanha eleitoral, na cidade mineira de Juiz de Fora, que, juntamente com a proximidade do candidato com o meio evangélico, foi um fator decisivo para a sua imagem de salvador. Segundo Dias e Fernandes (2019, p. 484), o episódio da facada sofrida por Bolsonaro teve como consequência uma mudança na estratégia eleitoral, “[...] mantendo a narrativa de patriotismo e religiosidade e ampliando o discurso do salvacionismo incorporado pelo candidato”, uma vez que “a ideia do mártir enquanto sacrificado ou vítima fortaleceu a imagem positiva do candidato”. Thaís Oyama (2020, p. 82) salienta que o fato não rendeu ao candidato um aumento determinante nas intenções de voto, pois o crescimento verificado se manteve dentro do que previam as pesquisas, de modo que o benefício eleitoral deve ter sido mesmo no reforço de sua imagem – o que não é pouca coisa.

Deysi Cioccarri, Vanderlei Ezequiel e Romer Mottinha (2019, p. 90) acrescentam que a facada teria também reforçado “a polarização e o discurso do ‘nós’ contra ‘eles’”, dando ainda mais espaço para o discurso de ódio propagado pelo candidato e seus apoiadores. Na mídia tradicional, o episódio da facada favoreceu o candidato, que contava com apenas oito segundos de campanha na televisão, pois a repercussão “assegurou-lhe extensa cobertura midiática e divulgação de suas ações, alianças e propostas. Ajudou, sobretudo, a humanizá-lo e lhe permitiu se esquivar dos debates posteriores” (MARIANO; GERARDI, 2019, p. 72).

Na rede social digital X, utilizada com frequência pelo então candidato para se comunicar com a população, a notícia se propagou rapidamente, tornando-se o assunto mais comentado naquele momento, como apontam Corbellini e Moura (2019, p. 126):

O termo “Juiz de Fora” estava no topo dos assuntos mais comentados no Twitter Brasil desde o momento do atentado até por volta das 18h, seguido por “O Bolsonaro”, com 447 mil, “Jair”, com 375 mil, e “facada”, com 290 mil. A hashtag #ForçaBolsonaro também figurou neste ranking e passaria dos milhões em poucas horas. Nos Trending Topics mundiais, o termo “Jair Bolsonaro” chegaria a ocupar a segunda posição.

No perfil de Flávio Bolsonaro, filho do candidato, a postagem na qual ele comunicava o atentado, no dia 6 de setembro de 2018, possuía mais de 20 mil curtidas, mais de 2 mil respostas, tanto de apoiadores quanto de opositores, e cerca de 6 mil *repostagens* (BOLSONARO, Flávio, 2018b). Mais tarde, no dia 7 de setembro, Flávio volta a postar sobre o estado da saúde do pai, proferindo o lema da campanha – “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” –, afirmando que “Deus acaba de nos dar mais um sinal de que o bem vencerá o mal!” (BOLSONARO, Flávio, 2018a). Reafirmando, assim, a ideia de uma eleição que representava uma batalha entre o bem e o mal, na qual a imagem de Jair Bolsonaro se apresentava tanto como representante do bem quanto de enviado por Deus.

Considerações Finais

Da definição de poder simbólico, proposta por Bourdieu (1998, p. 7), extrai-se um paradoxo interessante: ele (o poder simbólico) é claramente reconhecido de fora onde é ignorado de dentro – “é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos” – esta foi a intencionalidade geral deste artigo. Assim, os fatores que desempenharam papel na construção da imagem de mito dada a Bolsonaro nos anos que precederam a eleição de 2018, e o reforço dessa imagem ao longo dos meses, são os mais diversos e – assim como os necessários para a criação de todo mito – mostram-se conectados com o contexto no qual se encontravam a sociedade e o cenário político brasileiros. Os noticiários estavam repletos de escândalos e investigações de corrupção resultantes de uma crise que vinha se instaurando no país desde 2013 e 2014. O momento em que se

encontrava o Brasil, em 2016, era propício para a construção de uma narrativa mítica – tanto que em certo momento Bolsonaro passou a ser chamado pela maioria de seus eleitores de *BolsoMito*.

Em 2018, a campanha eleitoral de Bolsonaro teve como papel decisivo para sua vitória um imenso apoio de grupos evangélicos neopentecostais e pentecostais, tanto no meio político, impulsionando a imagem do candidato dentro desse campo, quanto no meio midiático, promovendo, por meio do carisma de seus líderes, os ideais e as narrativas de Bolsonaro, e de criadores de conteúdo digital, encontrando respaldo nas *fake news*, no reforço dos discursos antipetistas e de ódio.

Magali do Nascimento Cunha (2016, p. 153) aponta que “na visão destas lideranças [políticos evangélicos midiáticos], a família está sob a ameaça dos movimentos civis de gênero e enfrentamento da violência sexual”. Assim, o discurso conservador do candidato, ao também se opor a essas ameaças e se centrar na defesa do núcleo familiar tradicional, aproxima-se do que defende boa parte dos líderes conservadores da religião evangélica. Mais do que essa aproximação, o próprio candidato utilizou durante toda a campanha *slogans* de cunho religioso e nacionalista, sendo o mais conhecido deles o “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”.

Outro fator de extrema notoriedade na campanha de Bolsonaro foi o destaque dos meios de comunicação virtuais. Segundo Deysi Cioccarri e Simonetta Persichetti (2019, p. 117), o discurso de ódio do candidato Bolsonaro encontrou apoio e atenção de parte da mídia, que por diversas vezes ofereceu respaldo para a ideia de um inimigo que estaria a ameaçar o bem-estar social no Brasil. Além disso, a figura mítica de Bolsonaro se construiu pelo fato de ser ele o candidato que, sem medo da recepção que suas falas teriam, difundia ideias que coincidiam com as de boa parte da população brasileira – justamente aquela que se considerava sem um líder em quem confiar.

Jair Messias Bolsonaro foi narrado como a possibilidade de um representante na contramão do comunismo, da “partidarização” das escolas, da “ideologia de gênero”, da “guerra cultural gramsciana”, do feminismo, da corrupção, dos direitos humanos, da vitimização da sociedade, do “mimimi”, do politicamente correto (LIMA; LIMA, 2019, p. 408).

Assim, com o apoio de líderes religiosos, dentro e fora do campo político, o aproveitamento dos meios de comunicação virtuais cada vez mais presentes no cotidiano da população brasileira e a difusão da ideia de um inimigo comum, Bolsonaro conseguiu se apresentar como um mito político e se alavancar de deputado do *baixo clero* para presidente da República.

Referências

ALEXANDRE, Ricardo. *E a verdade os libertará: reflexões sobre religião, política e bolsonarismo*. São Paulo: Mundo Cristão, 2020. *E-book*.

BARROS JÚNIOR, Paulo Sérgio Ferreira. Deus acima de todos: Bolsonaro, evangélicos e o voto nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. *Último Andar*, v. 25, n. 39, p. e55941, 2022. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ultimoandar/article/view/55941>. Acesso em: 24 out. 2023.

BOLSONARO, Flávio. *Jair Bolsonaro está mais forte do que nunca e pronto para ser eleito Presidente do Brasil no 1º TURNO!* Rio de Janeiro, 7 set de 2018a. X: @FlavioBolsonaro. Disponível em: <https://x.com/FlavioBolsonaro/status/1037915560863051776>. Acesso em: 31 ago. 2024.

BOLSONARO, Flávio. *Jair Bolsonaro sofreu um atentado agora em Juiz de Fora, uma estocada com faca na região do abdômen*. Rio de Janeiro, 6 set de 2018b. X: @FlavioBolsonaro. Disponível em: <https://x.com/FlavioBolsonaro/status/1037780543545507841>. Acesso em: 31 ago. 2024.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRASIL. *Câmara dos Deputados*. ATA da 91ª Sessão da Câmara dos Deputados, Deliberativa Extraordinária, Vespertina, da 2ª Sessão Legislativa Ordinária, da 55ª Legislatura, em 17 de Abril de 2016. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/plenario/discursos/escrevendohistoria/destaque-de-materias/impeachment-da-presidente-dilma/sessao-091-de-170416>. Acesso em: 1 jul. 2024.

BRASIL. *Câmara dos Deputados*. Jair Bolsonaro, Biografia. Brasília. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>. Acesso em: 1 jul. 2024.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CENSO 2022: católicos seguem em queda; evangélicos e sem religião crescem no país. *Agência de Notícias – IBGE*, 6 jun. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/43593-censo-2022-catolicos-seguem-em-queda-evangelicos-e-sem-religiao-crescem-no-pais>. Acesso em: 3 nov. 2025.

CIOCCARI, Deysi; EZEQUIEL, Vanderlei; MOTTINHA, Romer. A eleição de Jair Bolsonaro: a construção do medo e ódio na campanha eleitoral de 2018. *Revista Debates*, v. 13, n. 3, p. 89-105, set-dez. 2019. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/6357?locale-attribute=en>. Acesso em: 1 jul. 2024.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. Jair Bolsonaro: a construção do personagem político nas eleições 2018. *Tuiuti: Ciência e Cultura*, v. 58, p. 82-120, 2019. Disponível em: <https://interin.utp.br/index.php/h/article/view/2177>. Acesso em: 1 jul. 2024.

CORBELLINI, Juliano; MOURA, Maurício. *A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu*. Rio de Janeiro: Record, 2019.

CUNHA, Magali Nascimento. Religião e política: ressonâncias do neoconservadorismo evangélico nas mídias brasileiras. *Perseu: História, Memória e Política*, v. 7, n. 11, p. 147-168, 2016. Disponível em: <https://revistaperseu.fpabramo.org.br/index.php/revista-perseu/article/view/112>. Acesso em: 28 jul. 2022.

DIAS, Lucia Moreira; FERNANDES, Carla Montuori. Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018: a construção do Mito Político. *Revista ECCOM*, v. 11, n. 22, p. 477-488, jul.-dez. 2020. Disponível em:

<https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A4%3A4527348/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A148006044&crl=c>. Acesso em: 1 jul. 2024.

DIP, Andrea. *Em nome de quem? A bancada evangélica e seu projeto de poder*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*. São Paulo: Companhia das letras, 1986.

GOLDSTEIN, Ariel. Jair Bolsonaro y los políticos evangélicos. In: GOLDSTEIN, Ariel. *Poder Evangélico: cómo los grupos religiosos están copando la política en América*. Buenos Aires: Marea, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/81371>. Acesso em: 1 jul. 2024.

GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 29 ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 79-108.

LIMA, Isabelly Cristiany Chaves; LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. A retórica do “cidadão de bem” no discurso de Jair Bolsonaro: um presidenciável em construção. *Periódicus*, v. 1, n. 12, p. 404-428, nov. 2019/abr. 2020. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/28636>. Acesso em: 1 jul. 2024.

LOPES, Noemi Araujo. *A Frente Parlamentar Evangélica e sua atuação na Câmara dos Deputados*. 2013. 111f. Monografia (Bacharelado em Ciência Política). Brasília: Universidade de Brasília, 2013. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/7140>. Acesso em: 24 out. 2023.

MALAFIA, Silas. *Pastor Silas Malafaia – Bolsonaro ao vivo na igreja que sou pastor*. Youtube, 30 de outubro de 2018a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y2nZ1HDT450&t=180s>. Acesso em: 11 jul. 2023.

MALAFIA, Silas. *Pastor Silas Malafaia comenta: VERGONHA! A imprensa desrespeita a recuperação de Bolsonaro*. Youtube, 28 de setembro de 2018b. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=WQ_65LyYGcA&t=87s. Acesso em: 11 jul. 2023.

MALAFAIA, Silas. *UMA DAS COISAS MAIS VERGONHOSAS DESSA ELEIÇÃO*. Rio de Janeiro, 26 out 2018c. X: @PastorMalafaia. Disponível em: <https://x.com/PastorMalafaia/status/1056014920960131072>. Acesso em: 31 ago. 2024.

MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque; COELHO, Fernanda Marina Feitosa; DIAS, Tainah Biela. "Fake news acima de tudo, fake news acima de todos": Bolsonaro e o "kit gay", "ideologia de gênero" e fim da "família tradicional". *Revista Eletrônica Correlatio*, v. 17, n. 2, p. 65-90, dez. 2018. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/357380442_Fake_news_acima_de_tudo_o_fake_news_acima_de_todos_Bolsonaro_e_o_kit_gay_ideologia_de_genero_e_fim_da_familia_tradicional. Acesso em: 1 jul. 2024.

MARIANO, Ricardo; GERARDI, Dirceu André. Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores. *Revista USP*, n. 120, p. 61-76, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/155531>. Acesso em: 1 jul. 2024.

MARTINS, Yago. *A religião do bolsonarismo: um ensaio teológico*. 2. ed. [S. l.]: Episteme, 2021. *E-book*.

NICOLAU, Jairo. *O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018*. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

OYAMA, Thaís. *Tormenta - O governo Bolsonaro: crises, intrigas e segredos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

QUADROS, Marcos Paulo dos Reis; MADEIRA, Rafael Machado. Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil. *Opinião Pública*, v. 24, n. 3, pp. 486-522, 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8654292>. Acesso em: 1 jul. 2024.

SANTOS, Samantha Silva dos. *Mito é o lema: a construção de Bolsonaro em milhares de tweets*. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (Curso de Comunicação Social: Habilitação em Propaganda e Publicidade) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/211933?locale-attribute=pt_BR. Acesso em: 1 jul. 2024.

WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva* (v. 1). 3 ed. Brasília: UnB, 1994.

Recebido em: 23/01/2025.

Aprovado em: 10/11/2025.