

O discurso e a narrativa discriminatória de Jair Bolsonaro: uma análise de suas postagens no Twitter com foco na homofobia

Jair Bolsonaro's discriminatory speech and narrative: an analysis of his Twitter posts with a focus on homophobia

El discurso y la narrativa discriminatoria de Jair Bolsonaro: un análisis de sus publicaciones en Twitter con foco en la homofobia

Edson Fernando D'ALMONTE¹
George de Araújo e SILVA²

Resumo

Criado em 2006 como um serviço de microblog, o Twitter em 2021 foi considerado a 16ª rede social mais popular do mundo, de acordo com o número de usuários ativos mensais e, ao longo do tempo, se tornou uma das principais plataformas de discurso e para a discussão política. Tomando por referência a análise de conteúdo e de discurso, o objetivo deste artigo é analisar a construção e do discurso conservador da extrema direita em relação ao tema da homossexualidade, considerando os posicionamentos de Jair Bolsonaro no Twitter durante os anos de eleições (2018 e 2022) e seu governo (2019-2022). A partir da análise dos tweets foi possível entender um pouco as transversalidades e as complexidades da construção de um discurso discriminatório e de ódio que buscava provocar o pânico moral na sociedade brasileira, como estratégia para aumentar seu engajamento nas redes sociais e eficácia nos pleitos eleitorais.

Palavras-chave: Homofobia; Jair Bolsonaro; Twitter; Discurso de ódio; Pânico moral.

Abstract

Created in 2006 as a microblogging service, Twitter in 2021 was considered the 16th most popular social network in the world, according to the number of monthly active

¹ Professor do Depto de Comunicação Social da UFBA e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Integrante do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (INCT/DSI). E-amil: edsondalmonte@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0895-2132.

² Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. E-mail: georaraujos@gmail.com. ORCID: 0009-0002-1781-170X.



users and, over time, has become one of the main platforms for political discussion. Taking content and discourse analysis as a reference, the objective of this article is to analyze the construction of the conservative discourse of the extreme right in relation to the issue of homosexuality, considering Jair Bolsonaro's positions on Twitter during the election years (2018 and 2022) and his government (2019-2022). From the analysis of the tweets, it was possible to understand a little the transversalities and complexities of the construction of a discriminatory and hateful discourse that sought to provoke moral panic in Brazilian society, as a strategy to increase its engagement on social networks and effectiveness in electoral campaigns.

Keywords: Homophobia; Jair Bolsonaro; Twitter; Hate speech; Moral panic.

Resumen

Creada en 2006 como un servicio de microblogging, Twitter fue considerada en 2021 la 16ª red social más popular del mundo, según el número de usuarios activos mensuales y, con el tiempo, se ha convertido en una de las principales plataformas de discusión política. Tomando como referencia el análisis de contenido y discurso, el objetivo de este artículo es analizar la construcción del discurso conservador de la extrema derecha en relación al tema de la homosexualidad, considerando las posiciones de Jair Bolsonaro en Twitter durante los años electorales (2018 y 2022) y su gobierno (2019-2022). A partir del análisis de los tuits, fue posible comprender un poco las transversalidades y complejidades de la construcción de un discurso discriminatorio y de odio que buscaba provocar pánico moral en la sociedad brasileña, como estrategia, para aumentar su participación en las redes sociales y su efectividad en las campañas electorales.

Palabras clave: Homofobia; Jair Bolsonaro; Twitter; El discurso del odio; Pánico moral.

Introdução

A popularidade de políticos conservadores da extrema-direita cresceu em diversos países com regimes democráticos, paralelamente ao consumo da internet e as novas tecnologias. No Brasil, segundo dados da Agência Brasil, divulgados na pesquisa TIC Domicílios 2019, o acesso à internet entre 2009 e 2019 aumentou 3,3% ao ano e, de acordo com a Statista (2023), atualmente já totaliza 182 milhões de pessoas com acesso à internet no país. Quando se fala na utilização de redes sociais, o Brasil já se encontra na terceira posição de países que mais acessam, ficando apenas atrás das Filipinas e da Colômbia.

Considerando a possibilidade de uso das redes sociais para fazer circular discursos sem os limites associados à imprensa tradicional, como a filtragem e checagem dos fatos, políticos da extrema direita tem se valido dos novos ambientes



para o contato direto com seus apoiadores (Guazina, 2021; Schroeder, 2018; Baugut e Neumann; 2019). Com isso, são estabelecidas redes descentralizadas, como as do Twitter e Telegram, propiciando a criação de inúmeras comunidades organizadas sob padrões ideológicos extremistas (Urman; Katz, 2020). Desse modo, o sistema incorpora outsiders, figuras até então de fora do campo tradicional da política, que usam os novos ambientes de modo estratégico para suas pautas, ao mesmo tempo que buscam deslegitimar instituições tradicionais, tais como partidos políticos e organizações midiáticas (Jungherr; Schroeder; Stier, 2019). Jair Messias Bolsonaro é um político da ala mais conservadora da direita brasileira que se elegeu deputado federal pelo Rio de Janeiro entre 1991 e 2014, sendo eleito em 2018 para ser o 39º Presidente da República do Brasil. Ex-oficial do Exército brasileiro, foi deputado durante três décadas e, enquanto exercia este papel, seus discursos e entrevistas sempre geraram polêmica, o que lhe rendeu muita popularidade entre conservadores e, nestes discursos, ele sempre se colocou como defensor da família e dos bons costumes (Nascimento et al., 2018).

Desse modo, as redes sociais passaram a ser usadas também como palanque eleitoral e ambiente de organização de estratégias de ação direta junto a novos públicos, propiciando a políticos que se diziam “contra a grande mídia”, como Donald Trump,³ a difusão de discursos e posicionamentos oficiais como Presidente dos Estados Unidos por meio do Twitter.

O Twitter,⁴ criado em 2006 como um serviço de microblog, em 2021 foi considerada a 16ª rede social mais popular do mundo de acordo com o número de usuários ativos mensais e, no Brasil a sua base de usuários chegou a 19,05 milhões, sendo assim o quarto maior público da rede social, atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e Índia que ocupam as três primeiras posições, respectivamente. Em 2006 e ao longo dos primeiros anos, as pessoas postavam despretensiosamente o que estava acontecendo ou fazendo em até 140 caracteres e em 2017 o número de caracteres numa postagem dobrou para 280. Pela facilidade na utilização e com o desejo de passar informações de forma rápida e objetiva, aos poucos a plataforma transformou-se na principal rede social utilizada por políticos, configurando-se num relevante ambiente

³ Donald Trump foi o 45.º Presidente dos Estados Unidos, entre 2017 e 2021.

⁴ Embora tenha sido renomeado como X em julho de 2023, no presente artigo adota-se a nomenclatura vigente no período em questão - 1º de janeiro de 2018 a 31 de outubro de 2022.



para se observar discursos diversos, discursos extremistas e de ódio e discurso político em geral.

Com mais de 11 milhões de seguidores no Twitter,⁵ Jair Messias Bolsonaro é o político mais seguido do Brasil e o que teve maior engajamento nas redes sociais em 2022 (Brambila; Ferneda, 2023). Sendo assim, o objetivo deste artigo é compreender os discursos e posicionamentos de Bolsonaro acerca de alguns assuntos relacionados à questão de gênero e homossexualidade. O presente trabalho está estruturado em duas partes: análise do conteúdo com abordagem quantitativa realizada a partir de dados coletados na conta oficial do Twitter do líder político e a análise qualitativa e do discurso das postagens.

É importante salientar que em 2022, de acordo com levantamento da plataforma Bot Sentinel, 64% das contas que rechearam o número de seguidores do ex-presidente Jair Bolsonaro e seus aliados no Twitter eram robôs (bots). Em 2018, 33,8% dos seus seguidores também foram identificados como bots, de acordo com informações da InternetLab, a partir de dados levantados com a ferramenta Botometer (Internetlab, 2018).

Diante deste contexto político e de popularidade nas redes sociais, é interessante aplicar o recorte histórico-temporal para observar e analisar o discurso e os comportamentos do ex-presidente antes e durante a sua eleição, em relação a temas sensíveis relacionados à extrema direita.

Entende-se como extrema-direira brasileira os eleitores que, segundo Galego (2019) apresentam características como: rejeição da política, tendo a narrativa de combate à corrupção como aspecto central; antipetismo e antiesquerdismo, como pretensos representantes do comunismo, da negação do trabalho, do aparelhamento do Estado, da agenda LGBT e da defesa de criminosos; política como dogma/verdade absoluta, confundindo, comumente, opinião e informação por meio de uma lógica fundamentalista e hiperpersonalista do conhecimento; militarização da vida pública: entendem que os militares seriam os ordenadores sociais frente ao caos por representarem valores como hierarquia, disciplina, autoridade, força, masculinidade e carisma, transformando os seus adversários em inimigos.

⁵ Dado retirado da própria plataforma em novembro de 2023, indicando 11.761.987 milhões de seguidores.



O descolamento da realidade, como modelo de posicionamento político nas redes, tem como consequência o uso de pseudo argumentos contra grupos marginalizados e historicamente vitimados, como imigrantes, negros, quilombolas e indígenas (Dalmonte; Dibbai, 2019). Desse modo, a comunidade LGBT passa a ser apontada, deturpadamente, como causa de problemas sociais, como a corrupção da família e dos padrões mais elevados da moral. Reside nessa articulação nefasta e fantasiosa um risco real e potente: o reforço de estigmas e indução da violência contra tais grupos.

Metodologia

A trajetória metodológica utilizada na presente pesquisa foi descritiva-exploratória para a coleta dos dados e análise quantitativa e abordagem qualitativa por meio da análise do discurso. Esse artigo tem como corpus da pesquisa a análise dos tweets do ex-presidente da República do Brasil (2019-2022), Jair Messias Bolsonaro, durante o ano eleitoral de 2018, em seu governo e enquanto candidato à reeleição, em 2022. Por isso, o período escolhido foi de 1º de janeiro de 2018 a 31 de outubro de 2022. A coleta destas postagens foi realizada no mês de julho de 2023 em seu perfil oficial no Twitter, o @jairbolsonaro.

Utilizando a busca avançada da própria plataforma com as palavras-chave “gay”, “lgbt”, “família”, “ideologia”, “gênero”, “genero”, “lesbica”, “homofobia”, “homossexualismo”, “homossexualidade”, “homossexualismo”, “homossexual” e “homossexual”, foram identificadas 205 postagens de Jair Messias Bolsonaro no período de 1º de janeiro de 2018 a 31 de outubro de 2022 com tais termos.

Considerando as variações e possíveis erros de denominação ou ortografia, as palavras-chave foram escolhidas por serem termos relacionados ao objeto desta pesquisa, visto que Jair Messias Bolsonaro ganhou muita notoriedade nacional também por causa de seus posicionamentos polêmicos e controversos sobre a homossexualidade que, de modo extremado, impulsionou uma rede de ódio (Albuquerque; Santos Jr, 2023).

A lógica do discurso segregador e de ódio se constitui, portanto, num importante elemento para a observação de posicionamentos extremistas. O conteúdo prioritário de tais discursos toma como padrão elementos polarizados na lógica do **nós**, moralmente superiores, e **eles**, moralmente deturpados. A sustentação de tal narrativa é operada por meio da indicação pública dos grandes inimigos a serem enfrentados,



sob pena da falência social, caso nada seja feito. Questões de gênero, diversidade sexual, aborto, comunismo, dentre outros temas, passam a figurar em listas “nefastas” delirantes e, por meio da associação de tais temas a rivais, são construídos adversários a serem combatidos, como solução ao pânico moral estabelecido.

Para fins da sistematização da coleta e interpretação de dados, o conceito de pânico moral é fundamental, tendo em vista o papel central em posicionamentos e campanhas da extrema direita. Desde a contribuição seminal de Cohen (2004 [1972]), temos elementos conceituais que permitem compreender os mecanismos de funcionamento do medo coletivamente partilhado e tipos de reação de enfrentamento aos agentes causadores do pânico moral. Desse modo, diversos temas de interesse social, de modo deturpado, passam a figurar entre tópicos indicados ao embate militante de apoiadores de extremistas, como questões de gênero e sexualidade nas escolas (Borges; Borges, 2018) e casamento gay (Miskolci, 2016). O conceito de pânico moral vem sendo objeto de constante revisão e atualização, tendo em vista o impacto dos novos aparatos midiáticos, com a possibilidade de imediato espalhamento de conteúdos e implicação em campanhas políticas (Garland, 2019; Sacramento; Santos, 2020; Barros; Lemos, 2018; Walsh, 2020; Gonçalves-Segundo, 2022; Miskolci; Balieiro, 2023).

Para a coleta de dados, o recorte temporal foi aplicado por abranger os anos de eleições nacionais e os anos de seu mandato. Analisando cada uma das mensagens, chegou-se ao número de 43 postagens que realmente continham conteúdo relacionado ao objetivo deste estudo, já que muitos dos tweets eram relacionados ao Programa Bolsa-Família quando se observou, por exemplo, o termo “família” e, desta forma, foram excluídas.

Após esta fase de exclusão de algumas postagens, o material foi separado e analisado considerando-se o ano de publicação. Analisou-se também o engajamento de cada uma delas por meio de curtidas, respostas, repostagens (RT’s) e o conteúdo de cada um dos tweets; foi considerado ainda se havia link, imagem, foto, vídeo, chamada para alguma ação, hashtags, menção a outro tema ou a outra pessoa.

Seguindo objetivamente a análise do conteúdo encontrado, paralelamente realizou-se a análise do discurso. Bardin (2011) conceitua a descrição analítica e apresenta possíveis aplicações da análise de conteúdo enquanto método que funciona a partir da organização de categorias, permitindo a classificação dos componentes do significado da mensagem. Segundo a autora, uma análise de conteúdo é também uma



análise de significados, já que se tem uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo extraído das comunicações e possíveis interpretações.

O discurso, segundo Gregolin (1995) é um suporte abstrato que sustenta os vários textos (concretos) que circulam em uma sociedade. Ele é responsável pela concretização, em termos de figuras e temas, das estruturas semio-narrativas. Através da Análise do Discurso é possível realizar uma análise interna (o que este texto diz?, como ele diz?) e uma análise externa (por que este texto diz, o que ele diz?).

Resultados e discussão

Visto que, em período eleitoral, o então candidato Jair Bolsonaro, assim como todos os candidatos, precisava falar com seus eleitores de forma mais rápida e objetiva, o quantitativo de publicações relacionados ao objeto deste artigo colhido na rede social Twitter apresenta maior incidência em anos de eleição: 2018 e 2022. Em 2022, as publicações relacionadas às palavras-chave cresceram 200% em relação a 2021, conforme ilustrado no Gráfico 1, seguindo a sua agenda conservadora.

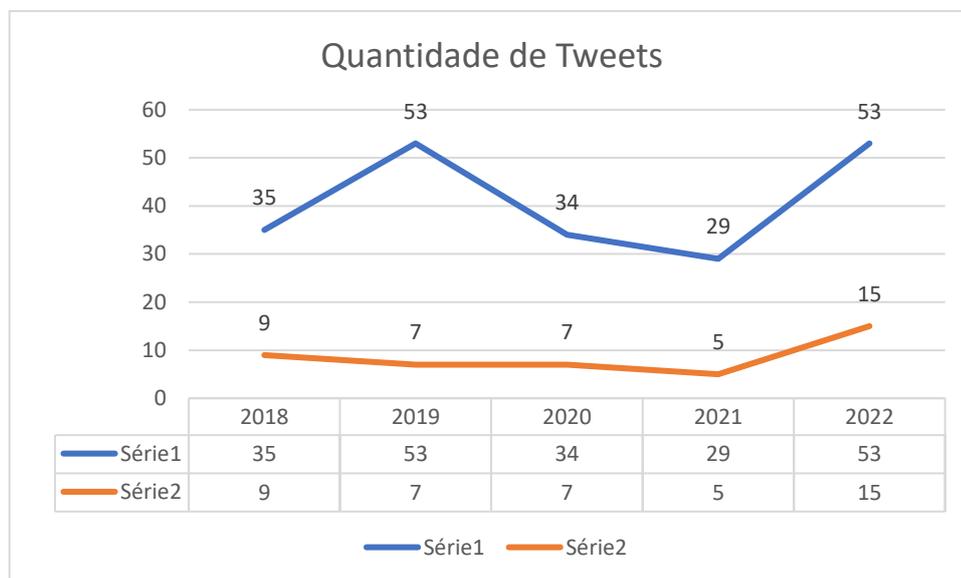


GRÁFICO 1 - Número de tweets encontrados com as palavras-chave entre os anos de 2018 e 2022.

Série 1 = Quantidade total de tweets encontrados e analisados

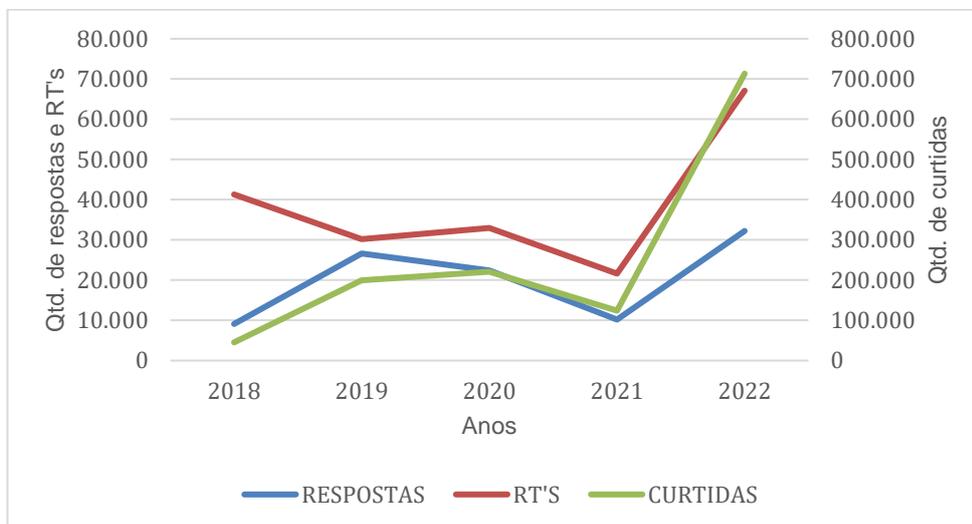
Série 2 = Quantidade de tweets que continham material para este estudo

FONTE: Elaborado pelos autores. (2023)

Considerando engajamento o número de interações por meio de curtidas, RT's (Retweets) e respostas, observa-se que as interações, que vinham em queda, voltam a



crescer nos anos de 2021 e 2022, com a intensificação do clima eleitoral e no ano eleitoral, respectivamente, como pode ser visto no Gráfico 2 e na tabela abaixo.



Parâmetro	2018	2019	2020	2021	2022
Respostas	7.841	26.626	22.416	10.204	32.220
Retweets	31.530	30.179	32.979	21.625	67.099
Curtidas	40.647	199.200	220.900	124.216	713.400
TOTAL	80.018	256.005	276.295	156.045	812.719

GRÁFICO 2 - Número de interações (respostas, Retweets e curtidas) nos tweets analisados.
 Fonte: Elaborado pelos autores. (2023)

Analisando-se os tweets que envolviam o tópico homossexualidade a outros temas sensíveis aos eleitores conservadores e, em alguns casos, muito discutidos por toda a população, como religião, aborto, família etc, percebemos um sinal claro de tentativa de falar com o eleitorado mais conservador e até conseguir engajamento de possíveis apoiadores indecisos por meio de uma única postagem que incluía também outros assuntos.

Quase a totalidade (88,37%) das publicações utilizadas neste estudo tratavam de mais de um tema no mesmo tweet, conforme descrito na tabela abaixo.

Parâmetro	Quantidade	Porcentagem (%)
-----------	------------	-----------------



Tweets que citam outro tema	38	88,37%
Tweets que não citam outro tema	5	11,62%

TABELA 1 - Número de tweets que contém mais de um tema relacionado.

FONTE: Elaborada pelos autores. (2023)

Sabendo-se também que a defesa da família é uma das pautas mais levantadas no discurso conservador, observou-se que, dentre os tweets que citavam outro tema relacionado, o termo mais frequente foi “família” que apareceu em 67,44% das publicações (Tabela 2).

Parâmetro	Quantidade	Porcentagem (%)
Tweets que citam o termo “família” relacionado	29	67,44%
Tweets que não citam o termo “família” relacionado	14	32,55%

TABELA 2 - Número de tweets que citam o termo “família” de modo associado.

FONTE: Elaborada pelos autores. (2023)

Abaixo, segue tabela completa (Tabela 3) com os termos e palavras mais associadas e utilizadas nas publicações que serviram para este estudo, considerando a incidência a partir de três.

Termo / Palavra	Quantidade
Família	26
Deus	12
Pátria	11
Gênero	10
Liberdade	9
Aborto	8
Drogas	7
Homofobia	4
Democracia	3
Corrupção	3

TABELA 3 - Termos e palavras mais associadas e utilizadas nas publicações em ordem decrescente, considerando a incidência a partir de três. FONTE: Elaborada pelos autores. (2023)



Fica evidente a repetição do mote geral empreendido nas postagens, com ênfase no slogan “Deus, pátria e família”, originado no populismo de direita do século XX, nos padrões do fascismo italiano, sob Benito Mussolini (1922-1943), da Alemanha Nazista, sob Adolf Hitler (1934-1945), das ditaduras de António Salazar, em Portugal (1933-1974), e Francisco Franco, na Espanha (1939-1975). A importação de tal ideário já ocorre, no Brasil, desde a Ação Integralista Brasileira (1932-1937), maior movimento fascista na América Latina, criado por Plínio Salgado (Grecco, 2023; Conhn, 2022). Ao acionar referidos valores tradicionais como base para um governo, de modo falacioso são indicados elementos complexos, de fora do escopo da ação política regular, sem parâmetros em estados democráticos e laicos.

No tweet abaixo (Figura 1) consta um vídeo no qual o então pré-candidato Jair Bolsonaro fala ao seu segurança “Você é boiola, negão?”, quando o mesmo tenta impedir o contato de uma cidadã que está tentando uma fotografia com o presidenciável. No tweet consta o texto “- Muito racismo e homofobia juntos... – Chega do politicamente correto”,⁶ utilizando-se da ironia e de uma afirmação na tentativa de dizer que a expressão usada no vídeo deve ser considerada normal.



FIGURA 1 – Tweet de 14 de abril de 2018

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/985180663157534720>

⁶ Como em todas as postagens analisadas persistem erros de digitação e quanto ao correto uso da língua, as mensagens serão indicadas na sua integridade, respeitando-se o modo como se apresentam.



Na Figura 2, enquanto ainda pré-candidato, Jair Bolsonaro compartilha uma imagem de Instagram do perfil @bolsonaroms, com conteúdo relacionado ao candidato à Vice-presidência da República, junto com a candidata à Presidência, Marina Silva. Nesta postagem Jair Bolsonaro reforça a narrativa com a mensagem: “Você sabia que o vice de Marina Silva é a favor do aborto, legalização da maconha e criminalização da “homofobia”?” Neste tweet, além de atacar a sua opositora, Jair Bolsonaro fala do aborto, legalização de uma droga e a criminalização da homofobia usando aspas na palavra homofobia, já que para ele a homofobia não existe no Brasil.



FIGURA 2 – Tweet de 09 de agosto de 2018

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1027591619380490240>

Na Figura 3 temos uma postagem da campanha eleitoral de 2022, na qual ele escreveu “- Soube que o PT agora reza o Pai Nosso e usa bandeiras do Brasil em seus eventos. É um bom começo. Só falta parar de defender aborto, drogas, ideologia de gênero, desencarceramento, controle da mídia/internet, ladrões de celular, financiamento de ditaduras e diálogos cabulosos.” Neste tweet, o então pré-candidato à reeleição fala em “ideologia de gênero”, relacionando o tema a outras pautas que a direita conservadora liga sempre ao “esquerdismo”, aqui muito centralizado e direcionado ao PT, Partido dos Trabalhadores, com o objetivo de provocar o pânico moral junto aos eleitores.



O termo “ideologia de gênero”, segundo Junqueira (2017) teve uma de suas primeiras menções no livro “O evangelho face a desordem mundial”, escrito pelo Monsenhor Michel Schooyans e publicado em 1998. Partindo deste livro e indo para a Igreja Católica, que mencionou o termo em um documento eclesiástico no mesmo ano, a expressão encontrou terreno fértil junto ao conservadorismo, já que se apresentava como uma cultura anti-família.

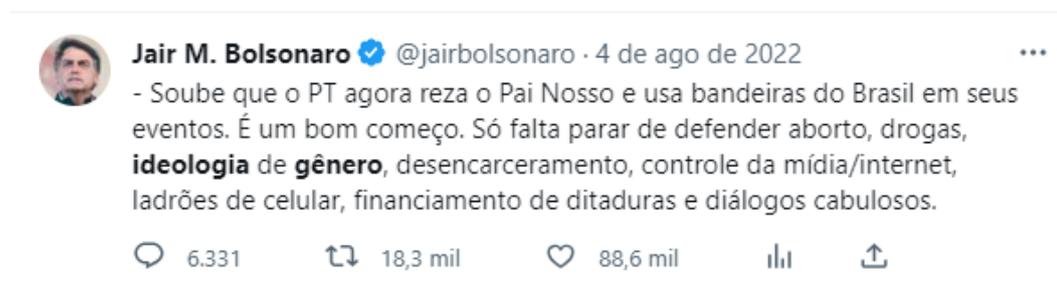


FIGURA 3 – Tweet de 04 de agosto de 2022

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/DanilooAraujo/status/1555478799499788289>

As figuras 4, 5 e 6 representam tweets em que o conteúdo cita a família. Na Figura 4, tem-se a postagem de 26 de outubro de 2018, três dias antes do segundo turno das eleições, na qual Jair Bolsonaro escreveu: “Ninguém mentiu mais que o PT nesta eleição. São mestres em enganar. Mudaram o plano de governo diversas vezes após expormos seu viés totalitário. Agora dizem respeitar a família, a democracia e a justiça, mas sabemos que a missão do pai do Kit-gay é soltar o chefe da quadrilha!”. No tweet o então candidato aborda uma das questões mais polêmicas das Eleições 2018: o kit gay, mesmo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) já tendo solicitado a suspensão de links de sites e redes sociais com a expressão por concluir que se tratava de uma Fake News (TSE, 2018).

Jair Bolsonaro se refere ao seu adversário político, Fernando Haddad, quando fala em “pai do kit-gay”. No entanto, o kit-gay nunca existiu; tratava-se de uma desinformação muito compartilhada por setores conservadores da sociedade, distorcendo fatos sobre um material educativo que seria distribuído nas escolas para combater a homofobia. Após diversos ataques de que “estimularia o homossexualismo”, o material acabou sendo vetado pelo governo, em 2011.



FIGURA 4 – Tweet de 26 de outubro de 2022

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1055814725383131136>

Na Figura 5 a postagem de Jair Bolsonaro diz: “- Na ONU o Governo Jair Bolsonaro apresentará suas prioridades no documento de candidatura à reeleição no Conselho de Direitos Humanos da ONU. As principais pautas estão ligadas ao fortalecimento das estruturas familiares e a exclusão das menções de gênero”, reforçando mais uma vez a ambiguidade na questão das “estruturas familiares” e tendo como meta também, em um discurso com ampla visibilidade mundial, associar o tópico família, elemento a ser protegido e fortalecido, e (questões de) gênero e diversidade, visto com problema a ser enfrentado, pois se coloca contrário à noção binária macho/fêmea, homem/marido e mulher/esposa, elemento a ser defendido contra a corrosão moral progressista.

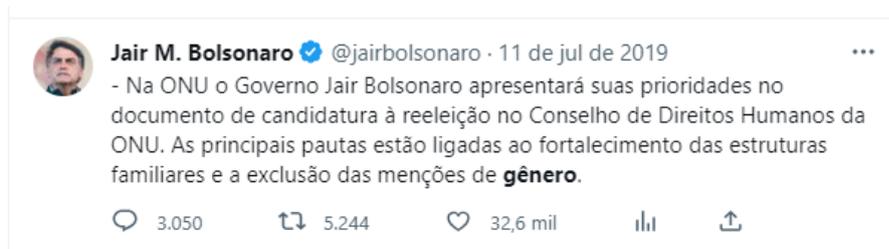


FIGURA 5 – Tweet de 11 de julho de 2019

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1149280327665422337?lang=pt>

Na postagem apresentada na Figura 6, temos o seguinte texto no tweet: “- NÃO CABE RELATIVIZAÇÃO NA DEFESA DA VIDA, ESPECIALMENTE DE INOCENTES INCAPAZES DE SE DEFENDER: - SEGUEM ALGUMAS AÇÕES: - Posicionamento do Brasil contra o aborto e a ideologia de gênero e em defesa das famílias em fóruns internacionais.” É interessante observar também neste tweet que o aborto é, mais uma vez, correlacionado à ideologia de gênero, comum em diversos discursos de Jair



Bolsonaro, já que ele usa esta questão para falar de moral, bons costumes, trazendo questões religiosas presentes na cultura brasileira. Nesta postagem é interessante observar grande parte do texto em letras maiúsculas, recurso utilizado na internet quando se quiser “gritar”/ênfatisar algo.



FIGURA 6 – Tweet de 25 de abril de 2022

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1518528274007265280>

Jair Bolsonaro é, declaradamente, contra a “ideologia de gênero”, expressão que aparece em 8 dos 43 tweets analisados. No tweet apresentado na Figura 7 temos o texto: “O brasileiro desta vez tem a opção de escolher um Presidente que pegue FIRME CONTRA A BANDIDAGEM que apavora a população; Contra saidinha nas prisões; A favor do LIVRE MERCADO; Contra ideologia de gênero e doutrinação ideológica nas escolas; CONTRA O DESARMAMENTO;”

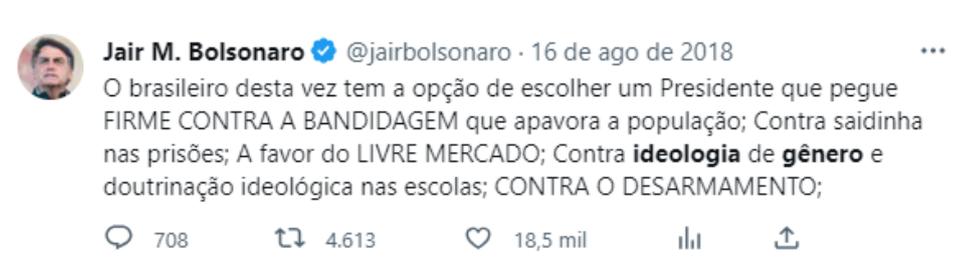


FIGURA 7 – Tweet de 16 de agosto de 2018

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1030195503907196929>

Como estratégia, o discurso e a narrativa discriminatória aparece em meio a outros assuntos para gerar e aumentar o engajamento nas postagens por meios de seus apoiadores, conservadores e religiosos. Semanticamente, isso funciona para inflamar uma “guerra cultural”. Segundo Silveira (2015), na ótica dos grupos religiosos e conservadores, as estruturas familiares e sociais defendidas são naturais e universais,



porém, tais estruturas vêm sofrendo ataques, sendo desmanchadas e desmontadas por uma conspiração liderada pela Organização das Nações Unidas (ONU), somada aos partidos de esquerda, organizações de direitos humanos (como a Anistia Internacional) e intelectuais defensores dos direitos dos homossexuais e das mulheres.

A narrativa discriminatória está presente também quando Jair Bolsonaro tenta descredibilizar dados divulgados pela mídia sobre mortes por homofobia. Desta forma, ele já tira de si a responsabilidade de criar políticas públicas voltadas para a população LGBT. No tweet apresentado na figura 8 temos o texto: “Os dados citados pela jornalista da Globo sobre mortes por homofobia são totalmente constetáveis pois não se baseiam em inquéritos policiais, mas em matérias de jornal. É um desrespeito aos homossexuais que também sofrem com violência mas são tratados como ferramenta ideologica.”

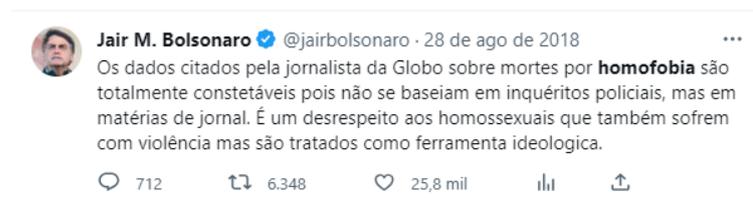


FIGURA 8 – Tweet de 28 de agosto de 2018

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1034597860799602688>

As figuras 9 e 10 representam tweets feitos durante o seu governo, na ocasião em que a criminalização da homofobia estava em discussão no Supremo Tribunal Federal (STF).

Mesmo com o Brasil sendo o país que mais mata LGBT's no mundo e com as diversas violências sofridas por esta população, a homofobia e a transfobia não estavam na legislação penal brasileira, diferente de outros tipos de preconceito. Em 13 de junho de 2019 o STF enquadrou a homofobia e transfobia como crimes de racismo ao reconhecer a omissão legislativa (STF, 2019), acatando duas ações movidas pela Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros e Intersexos (ABGLT) e pelo Partido Popular Socialista (PPS), em 2012 e 2013, respectivamente. (Barifouse, 2019)

Para o então presidente Jair Bolsonaro, essa pauta era uma preocupação, já que divergia da sua pauta ideológica. No tweet de 13 de fevereiro de 2019 (no mesmo dia



em que o julgamento começou a ser discutido no plenário do STF) ele escreve “STF, a "criminalização da Homofobia" e a @AdvocaciaGeral da União:” e compartilha uma imagem com um texto sem assinatura no qual ele reforça não somente ser contra o STF julgar como também diz que “Não há na Constituição a obrigação de que o Poder Legislativo criminalize a ‘homofobia’.”

A postagem na figura 10 traz uma foto do então ministro da Advocacia Geral da União, André Mendonça, discursando no plenário do STF contra a pauta da criminalização da homofobia. Na postagem temos escrito: “"O Presidente Jair Bolsonaro por intermédio do Ministro da @AdvocaciaGeral, @andre_mendonca, fez a sustentação oral no STF contra a tipificação da "homofobia" como se racismo fosse".

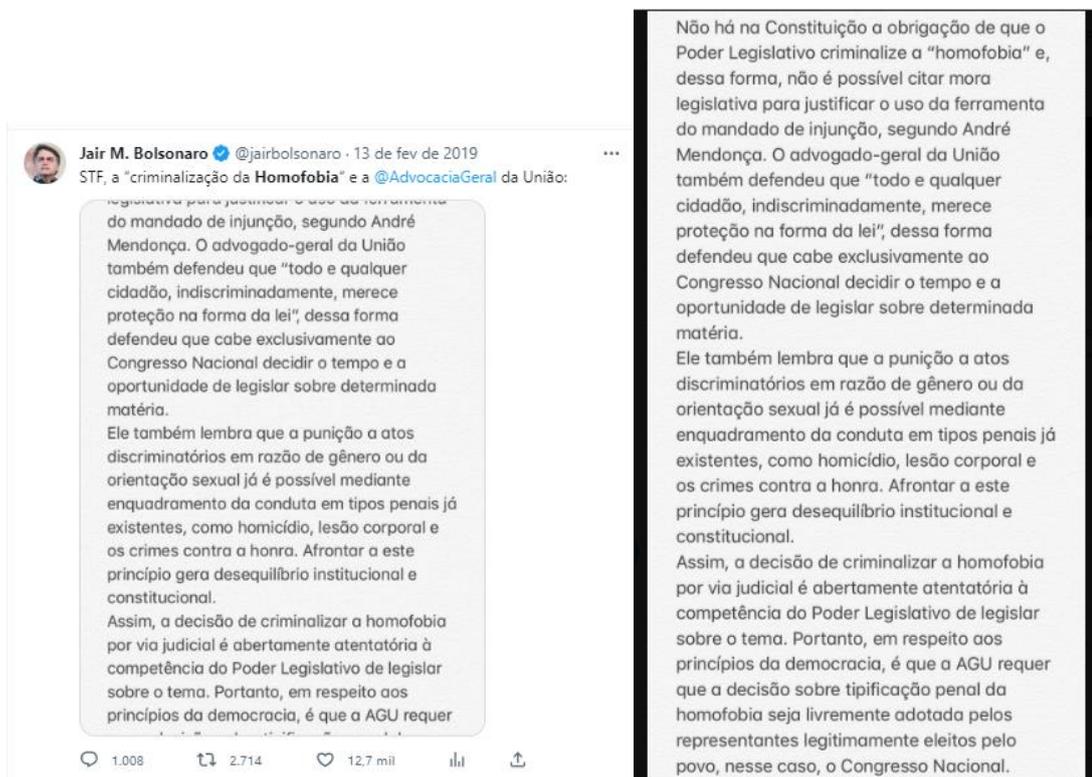


FIGURA 9 – Tweet de 13 de fevereiro de 2019

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1095776521581707264>



FIGURA 10 – Tweet de 13 de fevereiro de 2019

FONTE: Twitter - <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1030195503907196929>

É interessante observar que Jair Bolsonaro utiliza aspas ao tratar do assunto, recurso utilizado nas redes sociais ou em textos redacionais para destacar ou expressar ironia, ou terminologia/tema não oficial, já que, para Jair Bolsonaro não existe homofobia no Brasil. Segundo o ex-presidente, “a maioria dos que morrem, 90% dos homossexuais que morrem, morre em locais de consumo de drogas, em local de prostituição, ou executado pelo próprio parceiro”. (Carta Capital, 2018).

Após a criminalização da homofobia, Jair Bolsonaro declarou que a decisão poderia ferir a liberdade religiosa, já que parte dos cristãos interpreta a homossexualidade como algo repellido em textos bíblicos e que se houvesse um ministro evangélico no STF, esse julgamento poderia não ter avançado (Vilela, 2019). O ministro da Advocacia Geral da União, André Mendonça, evangélico declarado, foi o indicado, em 13 de julho de 2021, por Bolsonaro para assumir a vaga de Marco Aurélio Mello no Supremo Tribunal Federal.

Conclusões

Os resultados deste artigo permitiram compreender os discursos e posicionamentos sobre alguns assuntos relacionados à questão de gênero e homossexualidade, emitidos pelo ex-presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Por meio da análise quantitativa e qualitativa dos tweets selecionados, foi possível entender um pouco as transversalidades e as complexidades da construção de um discurso conservador, como nos exemplos mostrados, ao citar temas sensíveis



relacionados, buscava-se causar o pânico moral entre a população, como modo de organizar uma pauta política e ações de campanha eleitoral.

É possível que muitos dos eleitores que votaram em Jair Bolsonaro não tivessem acesso ao Twitter. No entanto, com a grande visibilidade e alcance desta rede social, Jair Bolsonaro falava com a sua base que reverberava os seus discursos conservadores que, como mostrado, ampliou-se muito em ano eleitoral. Sob este aspecto é interessante também observar como uma rede social tem o poder de ampliar e reforçar discursos de todo tipo, inclusive criminosos e explicitamente homofóbicos. Bolsonaro organiza uma campanha de ódio contra grupos considerados de modo equivocado preconceituoso e, por meio das redes sociais, inflama os seus apoiadores contra riscos delirantes.

O histórico de Jair Bolsonaro carrega olhar preconceituoso e constância de ataques aos grupos vulnerabilizados e, após eleito, a sua primeira Medida Provisória foi excluir LGBT's das políticas de Direitos Humanos (Schuquel, 2019), cujo Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos foi liderado por Damares Alves, uma conhecida militante evangélica que já empossada como ministra chegou a dizer, de modo enfático, que “meninos vestem azul e meninas vestem rosa” (Cerioni, 2019), marcando uma forte posição contrária ao reconhecimento dos indivíduos “diversos”, de modo a negar também seus direitos civis.

A trajetória pregressa de Jair Bolsonaro antes de se tornar candidato a presidente tem casos de ampla repercussão na mídia com discurso homofóbico. O mesmo já disse preferir ter um filho morto ao invés de homossexual; que basta um homossexual “levar um couro” que muda o comportamento e que 90% dos meninos adotados por casais homossexuais serão garotos de programa (Carta Capital, 2018). Com esta trajetória de polêmicas, esperava-se, para este artigo, encontrar mais postagens relacionadas ao objeto deste estudo. No entanto, por ter-se utilizado unicamente a própria plataforma Twitter para a busca das palavras-chave com o corte temporal, não se sabe se foram feitas ou excluídas outras postagens com teor discriminatório ao longo de sua carreira como deputado, candidato ou Presidente da República.

O uso de redes sociais para falar direto com a população e, em particular, com a base de apoiadores, configura um novo modo de pautar temas em contexto político, com forte tendência a impactar nos processos decisórios quanto a temas de interesse público. Como discutido no presente artigo, não se trata apenas de um mero processo



de repetição de absurdos e grosserias por parte do então chefe do executivo, mas a reiterada prática de postagem de Fake News e desinformação. Tal prática, criminosa, seguramente contribuiu para reforçar estereótipos e impactar negativamente na adesão às campanhas de saúde pública no tocante à sexualidade e, em particular, no que diz respeito à comunidade LGTQIAPN+.

Como chefe do Executivo brasileiro, Jair Messias Bolsonaro desempenhou a função de autoridade do país, sendo uma de suas atribuições escolher quem trabalharia ao seu lado. Sendo assim, como principal responsável pelas decisões do seu governo, é interessante em futuros estudos ampliar esta análise e observar como a questão da homofobia e da sexualidade foi vista durante todo o seu mandato por todos que o cercavam, como ministros e pessoas mais próximas midiaticamente, já que entre 2019 e 2022 tivemos um governo conservador de extrema direita.

No Brasil, país que mais mata pessoas LGTQIAPN+ segundo dados da Associação Nacional de Travestis e Transexuais – ANTRA (2022), é muito preocupante ter um representante político com grande alcance de engajamento que não acredita na homofobia, expressando assim, a sua homofobia e toda a sua falta de entendimento sobre a questão da sexualidade. Por isso, entender as consequências destes discursos se faz necessário em estudos complementares futuros.

Passado o governo Bolsonaro, de estagnações e negativas nas pautas voltadas para a população LGTQIAPN+, entende-se agora que é preciso avançar e reconstruir as narrativas acerca da diversidade sexual já que ainda há muita desinformação sobre o assunto.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de; SANTOS JR, Marcelo Alves dos. (2023). Bolsonaro's hate network: From the fringes to the presidency. In C. Strippel, S. Paasch-Colberg, M. Emmer, & J. Trebbe (Eds.), **Challenges and perspectives of hate speech research** (pp. 27–42). Digital Communication Research. <https://doi.org/10.48541/dcr.v12.2>

ANTRA. **Dossiê 2022**. Disponível em: <https://antrabrasil.org/assassinatos/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

AS SUPER LISTAS. **Os 100 brasileiros mais seguidos do Twitter**. Disponível em: <https://assuperlistas.com/2023/07/14/os-100-brasileiros-mais-seguidos-do-twitter/>. Acesso em: 08 de ago. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.



- BARIFOUSE, Rafael. STF aprova a criminalização da homofobia. *BBC News Brasil*. 13 jun. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>. Acesso em 28 nov. 2023.
- BARROS, A. T. de; LEMOS, C. R. F. Política, pânico moral e mídia: controvérsias sobre os embargos infringentes do escândalo do Mensalão. *Opinião Pública*, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 291–327, 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8653387>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- BAUGUT, P.; NEUMANN, K. How Right-Wing Extremists Use and Perceive News Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 696–720, 2019. <https://doi.org/10.1177/1077699018803080>
- BORGES, Zulmira Newlands; BORGES, Rafaela Oliveira. Pânico moral e ideologia de gênero articulados na supressão de diretrizes sobre questões de gênero e sexualidade nas escolas. *Revista brasileira de educação*. 23, 2018. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782018230039>
- BRAMBILA, Bárbara, FERNEDADA, Gabriel. *CNN*. Jair Bolsonaro foi o político com maior engajamento nas redes sociais em 2022. São Paulo. 05 jan. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/jair-bolsonaro-foi-o-politico-com-maior-engajamento-nas-redes-sociais-em-2022/>. Acesso em: 08 de ago. 2023.
- BRAUN, Daniela. Brasil tem a quarta maior base de usuários do Twitter no mundo. *Valor*. São Paulo. 25 abr. 2022. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e-commodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-twitter-no-mundo.ghtml>. Acesso em: 01 ago. 2023.
- CARTA CAPITAL. Bolsonaro em 25 frases polêmicas. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- CERIONI, Clara. Menino veste azul e menina veste rosa, diz Damares em vídeo. *Exame*. 3 jan. 2019. Disponível em: <https://exame.com/brasil/menino-veste-azul-e-menina-veste-rosa-diz-damares-em-video/>. Acesso em: 29 nov. 2023.
- COHEN, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics*. London: Routledge, 2004 [1972].
- COHN, G. O FASCISMO LATENTE. *Lua Nova: Revista De Cultura E Política*, (116), 37–52, 2022. <https://doi.org/10.1590/0102-037052/116>
- CONGRESSO EM FOCO. TSE diz que “kit gay” não existiu e proíbe Bolsonaro de disseminar notícia falsa. 16 out. 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/tse-diz-que-kit-gay-nao-existiu-e-proibe-bolsonaro-de-disseminar-noticia-falsa>. Acesso em: 18 ago. 2023.
- DALMONTE, Edson; DIBAI, Priscilla. A direita radical 'bolsonarista': da aporofobia à defesa da memória de regimes de exceção. *IdeAs*. 14. 10.4000/ideas.6895, 2019.
- DINO. Brasil está entre os 3 países que mais usa redes sociais. *Terra*. 18 nov. 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil-esta-entre-os-3-paises-que-mais-usa-redes-sociais,827f516d40d156264a546242fd4cf983ccm7jzm2.html>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- GALLEGO, E. S. Eu voto no Bolsonaro porque ele vai mudar o Brasil: escutando os eleitores de Bolsonaro. In: AVRITZER, L. et al. *Pensando a democracia, a república e o estado de direito no Brasil*. Belo Horizonte: Projeto República, 2019. p.119-130.



GARLAND, D. Sobre o conceito de pânico moral: On the concept of moral panic. *Delictae - Revista De Estudos Interdisciplinares Sobre O Delito*, 4(6), 36–78, 2019. <https://doi.org/10.24861/2526-5180.v4i6.90>

GONÇALVES-SEGUNDO, Paulo. Fake news, moral panic, and polarization in Brazil: A critical discursive approach. *Linguistic Frontiers*. 5. 51-60. 10.2478/lf-2022-0013, 2022.

GRECCO, G. De Lima. Fascismo além das fronteiras europeias? Ação Integralista Brasileira e o fascismo no Brasil. *Locus: Revista de História*, [S. l.], v. 28, n. 2, p. 202–222, 2023. DOI: 10.34019/2594-8296.2022.v28.37336. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/locus/article/view/37336>. Acesso em: 5 dez. 2023.

GREGOLIN, M. do R. V. A Análise do Discurso: Conceitos e Aplicações. *Alfa: Revista de Linguística*, Araraquara, v. 39, p.13-21, dez. 1995. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/3967/3642>>.

GUAZINA, Liziane. Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. *Mediapolis*, v. 12, p. 49-65, 2021. Disponível: <http://https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/8388/7172>.

ISTO É DINHEIRO. Twitter: 64% dos novos seguidores de bolsonaristas são robôs, aponta plataforma de vigilância. 29 abr. 2022. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/twitter-64-dos-novos-seguidores-de-bolsonaristas-sao-robos-aponta-plataforma-de-vigilancia/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

JUNGHERR, A.; SCHROEDER, R.; STIER, S. (2019). Digital Media and the Surge of Political Outsiders: Explaining the Success of Political Challengers in the United States, Germany, and China. *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119875439>

JUNQUEIRA, Rogério D. “Ideologia de gênero”: a gênese de uma categoria política reacionária – ou: a promoção dos direitos humanos se tornou uma “ameaça à família natural”? In: Ribeiro, Paula R. C.; Magalhães, Joana Lira C. (orgs.). *Debates contemporâneos sobre educação para a sexualidade*. Ed. da FURG, 2017, pp.25-52

LAGO, L.; MASSARO, H.; CRUZ, F. B. Bots ou não?: Um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos pré-candidatos à Presidência da República no Twitter. *InternetLab*, [s.l.], 2018. Disponível em: <http://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-Bots-ou-n%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2023.

MASSARO, Heloisa; LAGO, Lucas; BRITO CRUZ, Francisco. Bot ou não: quem segue os candidatos a presidente?. *InternetLab*, 03 jul. 2018. Disponível em: <https://internetlab.org.br/pt/noticias/bot-ou-nao-quem-segue-os-candidatos-presidente/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

MATOS, Caio. Os homossexuais na visão de Bolsonaro. *Congresso em Foco*. 25 set. 2022. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/os-homossexuais-na-visao-de-bolsonaro/>. Acesso em: 10 ago 2023.

MAXWELL E. McCOMBS, DONALD L. SHAW, THE AGENDA-SETTING FUNCTION OF MASS MEDIA, *Public Opinion Quarterly*, Volume 36, Issue 2, SUMMER 1972, Pages 176–187, <https://doi.org/10.1086/267990>

MISKOLCI, R. Pânicos morais e controle social – reflexões sobre o casamento gay. *Cadernos Pagu*, Campinas, SP, n. 28, p. 101–128, 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644798>. Acesso em: 3 dez. 2023.

MISKOLCI, R.; BALIEIRO, F. de F. The Moralization of Politics in Brazil. *International Sociology*, 38(4), 480-496, 2023. <https://doi.org/10.1177/02685809231180879>



- NASCIMENTO, L. et al. (2018). “Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer”: 30 anos (1987-2017) de pautas políticas de Jair Bolsonaro nos jornais brasileiros. **Plural**, 25(1), 135-171. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs0.2018.149019>
- PODER 360. Bolsonaro é o 4º líder mundial com mais seguidores nas redes sociais. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/bolsonaro-e-o-4a-lider-mundial-com-mais-seguidores-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 08 ago. 2023.
- SACRAMENTO, Igor; SANTOS, Allan. A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação. **Parágrafo**, 2020.
- SCHROEDER, R. (2018). Rethinking digital media and political change. **Convergence**, 24(2), 168–183. <https://doi.org/10.1177/1354856516660666>
- SCHUQUEL, Thayná. Primeira MP de Bolsonaro exclui LGBTs de políticas de Direitos Humanos. Metrôpoles. 2 jan. 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/primeira-mp-de-bolsonaro-exclui-lgbts-de-politicas-de-direitos-humanos>. Acesso em: 29 nov. 2023
- SILVEIRA, Emerson José Sena da. Guerra Cultural Católica: política, espaços públicos e lideranças eclesiais. In: SILVEIRA, Emerson Sena da; MORAES JÚNIOR, Manuel Ribeiro de. Religião, “Política e Espaço Público no Brasil: Discussões Teóricas e investigações empíricas”. Fonte Editorial, 2015.
- STATISTA. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1307192/internet-users-brazil/>. Acesso em: 23 nov. 2023.
- STF. Brasília, 13 de junho de 2019. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=414010>. Acesso em 28 nov. 2023.
- TSE. Brasília, 29 de agosto de 2022. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=tse/2022/8/29/22/13/30/8508bd75a354962b347a8a5c68efec2fabd0c5faa1d601351ca08548c8c9cb45>. Acesso em: 18 ago. 2023.
- URMAN, A.; KATZ, S. (2020). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram, Information, **Communication & Society**, DOI: 10.1080/1369118X.2020.1803946
- VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil**. Brasília. 26 mai. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- VILELA, Pedro Rafael. Bolsonaro critica decisão do STF de criminalizar homofobia. Agência Brasil. Brasília. 14 jun. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-06/bolsonaro-critica-decisao-do-stf-de-criminalizar-homofobia>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- WALSH, J. P. Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. **International Journal of Cultural Studies**, 23(6), 840-859, 2020. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257>.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.