
Michelle Bolsonaro e o uso político da religião nas eleições de 2022: uma análise da cobertura jornalística do Poder360¹

Anna Giullia MAGRO²
Tamires Ferreira COELHO³
Universidade Federal de Mato Grosso, Mato Grosso, MT

RESUMO

Este trabalho é o resultado da análise de 79 matérias publicadas pelo site Poder360 entre julho e dezembro de 2022. O artigo se propõe a investigar o uso de elementos religiosos como estratégia política através das matérias que se referem à atuação de Michelle Bolsonaro, então primeira-dama, durante a corrida eleitoral de 2022. Esta pesquisa tem como base o fenômeno do primeiro-damismo, desenvolvido por Dayanny Rodrigues (2019) e optou pela análise a partir do método Análise de Conteúdo (AC) articulado ao contrato comunicativo interseccional (Mustafé; Coêlho, 2021). Michelle é o foco em 65% das matérias e suas falas são marcadas com aspas em 61% delas. Aparece articulada a valores ligados à religiosidade (70%) e, em relação às fotos, é protagonista (81%), mas também se atrela a estereótipos de gênero (73%).

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Gênero; Política; Primeiro-Damismo; Eleições.

INTRODUÇÃO

Em 2022, o Brasil ainda passava pela pandemia de Covid-19 e o cenário era de crise nas mais diversas esferas sociopolíticas, além de muita tensão política e polarização. Na véspera do segundo turno das eleições de 2022, o Datafolha publicou que 94% dos eleitores afirmaram estarem totalmente decididos sobre o voto à presidência; à época, as intenções de voto estavam divididas na maioria dos estados, conforme o relatório da pesquisa.

Na véspera da votação que decidirá quem será o presidente brasileiro a partir de janeiro de 2023, Lula (PT) tem 52% das intenções de voto, e Jair Bolsonaro (PL), 48%. A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos, e os dois estão no limite do intervalo dessa margem, com maior probabilidade de o petista estar à frente. Na pesquisa anterior,

¹ Trabalho apresentado no J08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da UFMT e bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPQ, e-mail: annagiullia.magro@gmail.com.

³ Professora do curso de Jornalismo e vice coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder da UFMT, e-mail: tamires.coelho@ufmt.br.

realizada nesta semana, entre os dias 25 e 27 de setembro, Lula tinha 53% dos votos válidos, ante 47% do adversário. No total do eleitorado, Lula se manteve com 49%, e Bolsonaro oscilou de 44% para 45%. Brancos e nulos somam 4%, e 2% continuam indecisos (DATAFOLHA, 2022).

O contexto instável impactou significativamente as estratégias de campanha dos candidatos principais que foram ao segundo turno, Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro. Se, por um lado, o acirramento político não se encerrou após o pleito eleitoral, o que acabou culminando na Invasão do Congresso Nacional por apoiadores de Bolsonaro em 8 de janeiro de 2023, um marco na história da democracia brasileira; por outro, a avaliação deste cenário complexo não pode se restringir apenas aos candidatos e suas performances midiáticas na posição de presidenciáveis.

Em 24 de julho de 2022, quando Jair Bolsonaro lançou oficialmente a candidatura de sua chapa em um evento no Maracanãzinho, Michelle Bolsonaro proferiu um discurso de 12 minutos, algo pouco usual e que chamou atenção da mídia. Sobre isso, o Poder360 escreveu: “Michelle não queria discursar no evento. Porém, a equipe do Partido Liberal (PL) entendeu que a campanha de Bolsonaro à reeleição precisa de mais emoção, além de presença feminina” (PODER360, 2022a).

Este trabalho busca entender o papel de Michelle nas eleições e o uso do discurso religioso como estratégia política na campanha eleitoral de 2022 a partir de uma seleção de 79 matérias publicadas entre julho e dezembro de 2022 no site jornalístico Poder360. O corpus foi selecionado manualmente a partir da ferramenta de busca do próprio Poder360 e do buscador Google, e o critério de seleção foi que houvesse no título, na linha fina e/ou nas fotos uma evocação à figura de Michelle Bolsonaro.

A relevância em pesquisar o Poder360 se dá em vários âmbitos. Em primeiro lugar, uma exploração preliminar entre sites jornalísticos de grande acesso no Centro-Oeste mostrou que o veículo produziu quantidade significativa de conteúdo relacionado à primeira-dama durante as eleições, configurando-se como um meio de linha político- editorial alinhada à direita brasileira. Acrescenta-se a isso o fato de os acessos serem predominantemente feitos por homens em detrimento de mulheres,

segundo dados do Similarweb⁴, e também por estar situado na capital federal, propondo-se a acompanhar temas políticos como um veículo regional do Centro-Oeste.

Optou-se pela análise do corpus a partir do método Análise de Conteúdo (AC) articulado ao contrato comunicativo interseccional (MUSTAFÉ; COELHO, 2021). A tabulação e codificação da análise de conteúdo teve como base a tabela e o guia de códigos do projeto transnacional *Global Media Monitoring Project* (GMMP), realizado desde 1995, com adaptações para os objetivos desta pesquisa. O GMMP monitora e analisa notícias para acompanhar representações e desigualdades de gênero, sendo o monitoramento mais capilarizado e amplo nesse âmbito (WACC, 2021). A metodologia do GMMP é pensada especificamente para análise de textos jornalísticos, mas os aspectos tabulados foram modificados tendo em vista as especificidades da pesquisa, de modo a evidenciar categorias focadas na análise de circunstâncias em que a imagem de Michelle é evocada no corpus.

A bibliografia de base reúne obras que investigam a relação entre religião e política e que abordam a relação das primeiras-damas com a assistência social, como é o caso do livro “As primeiras-damas e a assistência social: relações de gênero e poder” (TORRES, 2002). A análise parte dos textos e trabalhos de Dayanny Rodrigues com foco no fenômeno do primeiro-damismo, que, para a pesquisadora, abrange atividades feitas por esposas de homens presidentes, na busca de estratégias de legitimação dos valores destes atores políticos, seja na consolidação de uma imagem positiva dos maridos, seja na constituição dessas mulheres como figuras políticas na esfera pública (2019, p. 182-183), mesmo que não ocupem cargos elegíveis tampouco sejam remuneradas para essa atuação assistencialista.

O primeiro-damismo foi observado pela primeira vez na atuação de Darcy Vargas, suas sucessoras se dedicaram à atuação junto à esfera social e tal posição passou de meramente ilustrativa à representante do Estado enquanto benfeitor (RODRIGUES, 2019). Para Dayanny Rodrigues (2019), o assistencialismo é um dos pressupostos do populismo, através de uma consagração de quem governa por parte de

⁴ O Similarweb classifica o Poder360 como o 20º site de notícias mais acessado no Brasil, com um público majoritariamente masculino (75,8%) e interessado em temas ligados ao bolsonarismo, já que, dentre as quatro principais palavras-chave que direcionam o tráfego orgânico para o site, o termo “Bolsonaro” está empatado em terceiro lugar. Dados de maio de 2024 coletados em 28 de junho de 2024, disponíveis em: <https://www.similarweb.com/pt/website/poder360.com.br/#keywords>.

classes empobrecidas. Essa legitimação inclui o papel da figura da primeira-dama, sobretudo quando as intenções, no caso de um governo populista, são voltadas para a manutenção das coisas como estão, sem transformações profundas no âmbito do Estado.

A PRIMEIRA-DAMA E O DISCURSO RELIGIOSO NAS ELEIÇÕES DE 2022

Em setembro de 2022, uma notícia da BBC repercutiu dados de uma pesquisa da Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (Ipec) sobre as eleições presidenciais em que havia uma tendência de queda no público projetado pela chapa Bolsonaro-Braga Neto, com destaque para evangélicos e mulheres (BBC NEWS, 2022). Apesar da variação ser mínima, com dois a três pontos de oscilação, o partido do então candidato, Partido Liberal (PL), resolveu agir para tentar superar o adversário, do Partido dos Trabalhadores (PT).

A estratégia escolhida para o público evangélico, cujo número está em crescimento no Brasil, foi algo que o candidato já usou antes com sucesso. Arruda, Costa e Magalhães (2020, p. 5) pontuam que “a eleição de Jair Bolsonaro, em outubro de 2018, lançou luz sobre o papel da religião na política brasileira”.

Com o slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, o então candidato liderou uma campanha eleitoral sustentada por uma ampla coalizão formada por grupos conservadores, religiosos e de direita heterogêneos, alguns deles claramente apoiando agendas autoritárias. Usando uma retórica política agressiva, baseada no discurso de ódio contra as minorias, se apresentou como defensor dos valores morais cristãos tradicionais, obtendo apoio entusiástico das lideranças das duas maiores denominações neopentecostais brasileiras (Igreja Internacional da Graça de Deus e Igreja Universal do Reino de Deus - IURD), bem como de alguns membros da ala mais tradicional da Igreja Católica. (ARRUDA; COSTA; MAGALHÃES, 2020, p. 5).

Depois de negligenciar fortemente o eleitorado feminino durante o mandato através de comportamentos misóginos, Bolsonaro não era o melhor rosto para conquistar o público feminino. É fato também que as brasileiras sofrem com uma sub-representação na política. De acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral⁵, mulheres são 52% do eleitorado no Brasil, no entanto ocupam apenas 15% dos cargos políticos. Dessa maneira, o apelo a elas é essencial e é por isso que Michelle entrou em

⁵ Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-mulheres-sao-a-maioria-do-eleitorado-brasileiro>. Acesso em: 10 jun. 2024.

cena.

A primeira-dama cultivava uma imagem clássica de feminilidade, com recato e discrição, buscava atuar nos bastidores do governo federal, se dedicando ao assistencialismo através de seus projetos sociais fortemente ligados à igreja e em grande parte voltados para pessoas com deficiência. Ela se afirmava uma pessoa tímida e buscava não estar em evidência, isso é mostrado na primeira entrevista concedida por ela, uma exclusiva em outubro de 2018 ao Domingo Espetacular, programa da TV Record, grande rede de televisão cujo proprietário é o bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)⁶. A primeira entrevista dela após a posse presidencial, em janeiro de 2019, foi dada também ao mesmo programa e com o mesmo tom.

No entanto, essa postura mudou com seu discurso no lançamento da chapa de Bolsonaro e Braga Neto no Maracanãzinho, em julho de 2022. Em sua fala, Michelle frisou as bênçãos divinas sobre o Brasil, a escolha do país por Deus como “terra santa”, de Bolsonaro como o “escolhido” e a preocupação constante do candidato com o bem-estar da nação (PODER360, 2022b). A ex-primeira dama destacou também a rivalidade entre o Partido dos Trabalhadores e Bolsonaro, e encerrou falando sobre os feitos do ex-presidente para a proteção da mulher, procurando responder às alegações de que o ex-presidente “não gosta de mulheres”. Esse foi o primeiro de muitos outros que estavam por vir.

Em agosto de 2022, em um culto em homenagem aos 50 anos do pastor Márcio Valadão, líder da Igreja Batista Lagoinha, Michelle pontuou a simplicidade do casal diante da missão divina (“um deputado e uma dona de casa”), o atentado contra a vida do ex-presidente em 2018 e disse que continuaria firme em sua religião porque por muito tempo o “Planalto foi consagrado a demônios”. Vale destacar ainda o contexto dessa fala: a Lagoinha é uma das grandes igrejas que pregam o nacionalismo cristão e que aderem à teologia do domínio no Brasil, além de terem enorme capilaridade no território nacional.

Em um culto voltado ao público feminino na Assembleia de Deus Vitória em Cristo, no Rio de Janeiro em outubro de 2022, Michelle disse: “Não olhe para meu

⁶ A partir de 2023 a IURD assumiu inclusive a produção das telenovelas da rede, que já se concentravam em narrativas bíblicas. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/igreja-universal-assume-producao-de-novelas-da-record-saiba-o-que-muda-94452>. Disponível em: 10 jun. 2024.

marido, olhe para mim que sou uma serva do senhor, que dobro os meus joelhos e tenho entendimento do mundo espiritual”. Na ocasião, ela frisou a guerra espiritual, as bênçãos de Deus sobre a família Bolsonaro e as dificuldades no trabalho na missão divina que foi para ela a presidência da República. A ex-primeira-dama afirmou:

[...] quando eu chego em Brasília, veio a depressão, veio o medo, veio a angústia. Veio a depressão por chegar na presidência e de ter orado ao Senhor de ter falado para Ele que eu iria fazer a diferença, que eu não queria ser uma primeira-dama de enfeite, e quando eu cheguei eu vi que a gente não tinha nenhuma estrutura para poder trabalhar, porque a gente não teve nenhuma primeira-dama atuante [...], eu queria trabalhar e ao mesmo tempo eu era e não era do governo, aquela contradição.

A ex-primeira-dama também protagonizou ações que o Poder360 chamou de “campanha paralela”, juntamente com a atual deputada federal Damares Alves e a ex-deputada federal e atual vice-governadora do Distrito Federal, Celina Leão, promovendo eventos chamados “Mulheres com Bolsonaro” (PODER360, 2022c). Apoiadas por igrejas evangélicas, elas visitaram 35 cidades no 2º turno de 2022, procurando acessar o eleitorado feminino e religioso. De 8 a 26 de outubro, a comitiva visitou mais estados do que Bolsonaro em sua campanha eleitoral, foram 11 cidades na região Nordeste, 9 no Sudeste, 7 no Norte e no Sul e apenas 1 no Centro-Oeste, região reconhecida como reduto bolsonarista.

Durante todo o período de campanha eleitoral, o Poder360 noticiou fortemente as ações da ex-primeira-dama e apontava sua ligação com o religioso através de manchetes, como nos exemplos que seguem: “Michelle fala em tom religioso: ‘Bolsonaro é enviado de Deus’” (24/07/2022); “Michelle diz que trabalho de Tarcísio ‘agradou o coração de Deus’” (30/07/2022); “Michelle Bolsonaro faz vigília no Palácio do Planalto” (01/08/2022); “Em culto, Michelle diz que Planalto foi consagrado a demônios” (07/08/2022); “Janja e Michelle falam de religião e incendiam campanha” (09/08/2022); “Michelle diz que Bolsonaro não tem projeto de poder” (13/08/2022); “Evangélica, Michelle acompanha Bolsonaro em missa” (21/08/2022); “Michelle cita ‘guerra espiritual’ em encontro com evangélicas” (30/08/2022); “Michelle Bolsonaro propõe jejum nesta 4ª feira” (28/08/2022); “‘Não olhe para meu marido, olhe para mim’, diz Michelle em culto” (21/10/2022); “Michelle exalta Zema e chama PT de ‘Partido das Trevas’” (22/10/2022).

Com a missão de aproximar mais o marido e então presidente dos públicos feminino e evangélico, a atuação de Michelle ajudou a recompor o desgaste de

imagem de Bolsonaro. Em 13 de agosto de 2022, o Poder360 publicou que Bolsonaro priorizava o setor evangélico na pré-campanha e enfatizava a relevância desse segmento, que seria um “ponto de sustentação da campanha” e que o “QG eleitoral aposta em conquistar eleitorado feminino por meio da religião” (PODER360, 2022d).

É perceptível que a campanha política bolsonarista tinha a religião como pilar, mas a cobertura do veículo analisado nesta pesquisa evidenciava fortemente essa posição como estratégia política, como nas matérias intituladas “Tive que ceder e me aproximar das mulheres, diz Bolsonaro” (13/07/2022), “QG de Bolsonaro quer emoção e palco feminino em convenção” (14/07/2022), “Michelle fala em tom religioso: Bolsonaro é enviado de Deus” (24/07/2022), “Michelle cita "guerra espiritual" em encontro com evangélicas” (30/08/2022), “Michelle Bolsonaro propõe jejum nesta 4ª feira” (28/09/2022), “Michelle exalta Zema e chama PT de "partido das trevas" (22/10/2022), ou em linhas-finas como "Em mensagem a evangélicos, primeira-dama afirma que o petista defende aborto e é contra a família tradicional" (27/09/2022), “Primeira-dama é aposta do partido para conquistar eleitorado feminino” (24/07/2022), “Presidente segue estratégia, acena mais a mulheres e jovens, Poder360 comparou discursos do lançamento de candidaturas” (27/07/2022), “Evangélica, primeira-dama é 3ª mulher de Bolsonaro e deverá ter destaque na campanha do presidente à reeleição” (24/07/2022), “Vinícius do Valle, diretor do Observatório dos Evangélicos, afirma que primeira-dama consegue se conectar com religiosas”(28/08/2022), "Primeira-dama usou tom religioso em discurso a apoiadores, em Brasília; disse que nação, agro e vida são abençoados por Deus" (07/09/2022), "Primeira-dama comparou o petista com o diabo e destacou que o ex- presidente tem uma lista de pessoas para se vingar" (20/10/2022), “No Instagram, primeira-dama pede que “as bênçãos do nosso Deus estejam sobre o Brasil e sobre Israel” (30/10/2022).

A influência do neopentecostalismo no discurso político de Michelle esteve, principalmente, no constante destaque para o que se chamou de “guerra espiritual” e na presidência como benção e missão divina. Em seu discurso na Assembleia de Deus Vitória em Cristo em outubro de 2022, Michelle se autodenominou como de “Batisbleia”, uma junção entre as palavras “batista” e “assembleia”, que identificam correntes distintas de crença cristã dentro do que se convencionou chamar no senso comum de “igrejas evangélicas”. Concorda-se aqui com Marilene de Paula que “a

generalização ‘evangélicos’ não dá conta de explicitar todas as diferenças históricas, comportamentais, teológicas, estéticas etc., que identificam esses grupos” (2013, p. 127).

Os evangélicos têm sua origem no protestantismo histórico, iniciado no Brasil no século XIX, com as igrejas luterana, anglicana, presbiteriana, batista e metodista. No início do século XX chegam as primeiras igrejas, que inauguram o pentecostalismo no Brasil. Com objetivo missionário se distinguem pelo batismo do Espírito Santo, a glossolalia (falar em línguas estranhas), dons espirituais etc. No entanto, as mudanças mais contundentes aconteceram no final dos anos 1970 com a criação da Igreja Universal do Reino de Deus (1977, IURD), que inaugurará um novo perfil religioso com profundo impacto no campo. Outras também irão se destacar, como a Internacional da Graça de Deus (1980, RJ), a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1976, GO), a Renascer em Cristo (1986, SP) e a Igreja Mundial do Poder de Deus (1998, SP), fundadas por pastores brasileiros. Chamadas de neopentecostais [...] tiveram aumento acentuado nos últimos anos e conseguiram modificar o cenário religioso ao inaugurar novas formas de pregação, abandonar o ascetismo do protestantismo histórico e modificar costumes e hábitos para entrada em padrões modernos de conduta. [...] Estão em lugares centrais, seja nos bairros da periferia ou em locais de grande visibilidade nos centros urbanos, disponíveis e em contato direto com possíveis fiéis, numa evangelização ativa, que tenta cativar através de promessas de resolução de problemas familiares, econômicos ou afetivos; no exemplo emblemático do lema proselitista da IURD: “Pare de sofrer: nós temos a solução”. Assim, as práticas evangélicas são de cunho mágico, mas também taumatúrgicas de matriz cristã, numa junção que as aproximam da realidade dos fiéis e facilitam a construção de uma identidade religiosa comunitária. (PAULA, 2013, p.127-128).

A então primeira-dama alegava que, apesar de ter saído da Assembleia de Deus Vitória em Cristo (ADVEC) e ter ido para a Igreja Batista, ela “não perdeu a essência” assembleiana. Vale ressaltar que as igrejas mais recentemente fundadas que tentam remeter a tradições religiosas mais antigas, trazendo por exemplo “Batista” no nome, não necessariamente vão partilhar da mesma doutrina. Tanto a Assembleia de Deus Vitória em Cristo quanto a Igreja Batista Atitude, da qual faz parte Michelle, seriam neopentecostais, doutrina que tem como principais singularidades a Teologia da Prosperidade, que “defende a crença que o fiel está destinado à prosperidade e à completa felicidade neste mundo”, a Teologia do Domínio, ênfase na libertação e exorcismo e a “exacerbação da Guerra contra o Diabo” (GALINDO; CHAGAS; CORADINI, 2016, p. 150). Nas igrejas neopentecostais, ser salvo por Deus também tem uma interpretação ligada à prosperidade material, de modo a se realizar ainda na vida terrena, no presente, apelando aos anseios de mudança e ascensão de classes por parte dos mais empobrecidos e, sobretudo, da nova classe média (PAULA, 2013). “Tornaram-se assim mais pragmáticos e imediatistas invertendo a lógica teológica que

falava de sofrimento na terra, pagamento de pecados, e em uma vida melhor no reino de Deus (que virá)” (PAULA, 2013, p. 130), e isso, para a autora, também se vincula à dimensão constitutiva de um projeto político, mais amplo que a enorme bancada religiosa evangélica do Congresso Nacional eleita por seus fiéis.

Um destaque a ser feito se refere à Teologia do Domínio e à questão da “guerra santa”. Nina Rosas explica que, nessa perspectiva, o domínio do mundo pelo cristianismo teria sido perdido para o pecado e a luta é recuperá-lo, a vontade de Deus é que o seu povo passe a “dominar” a sociedade em que vive e assim promover justiça, harmonia e prosperidade, para isso é necessário um alto padrão moral através da defesa da moralidade conservadora (ROSAS, 2023, p. 75). Rosas também coloca sob perspectiva a “guerra santa”, já que “inimigos espirituais repousam sobre adversários específicos na realidade concreta que, com o tempo, varia” (2023, p. 74).

MICHELLE BOLSONARO NO PODER360

No material analisado, Michelle Bolsonaro é o foco do texto na maioria das matérias (65%), exercendo mais protagonismo que Bolsonaro, não perdendo de vista o critério de seleção do corpus. É possível observar que suas falas são valorizadas pelo jornal, já que são, em grande parte das vezes, marcadas com aspas (61%). Vale ressaltar que mulheres, mesmo em cargos/posições de visibilidade midiática, nem sempre aparecem para falar com suas próprias palavras nas coberturas jornalísticas, o que também nos remete aos 39% da cobertura que aborda Michelle, mas não a menciona em discurso direto.

A grande maioria dos textos em que Michelle aparece também tem valores ligados à religiosidade (70%), o que reforça os indícios apontados no acompanhamento da campanha bolsonarista e trazidos pelo próprio Poder360 sobre as reais intenções de jogar holofotes na primeira-dama, sobretudo diante do pleito eleitoral.

Em relação às fotos, em grande parte Michelle Bolsonaro ocupa a função de protagonista (81%), mas o contexto de montagem das fotos se relaciona com estereótipos de gênero (73%). Ou seja, ela é representada imagetivamente em um papel feminino clássico, associando sua figura ora à submissão ao marido, à descrição

de seu comportamento, ora à fiel abençoada que quer salvar o Brasil com sua família. Apenas 5% das matérias trouxeram uma perspectiva crítica de gênero. O sujeito da notícia (não necessariamente sendo Michelle) em 49% do material analisado está ligado diretamente a valores misóginos e patriarcais. De todo o corpus, composto por matérias que envolvem Michelle de alguma forma no período selecionado, 47% traz a primeira-dama como a principal fonte. Esses dados convergem para uma constatação de que ter uma mulher como protagonista da matéria não necessariamente altera valores patriarcais vigentes vinculados à política e à cobertura jornalística que filtra, edita e enquadra fontes.

Em relação à circunstância em que Michelle aparece e sua função na notícia, a ex- primeira-dama ocupa a posição de sujeito em 43% dos textos analisados. No entanto, matérias em que Michelle é citada na fala de terceiros (23%) ou em que ela só tem a presença mencionada em alguma circunstância (10%), se somados, ficam logo atrás. Também há textos em que Michelle fala por outros (13%), ainda que sejam minoria. Isso revela que citar Michelle nas matérias, mesmo que ela não seja necessariamente uma fonte consultada, é considerado relevante para o jornal, e que o público leitor se interessa pelo nome dela. Poder360 a reconhece como figura pública de relevância.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

É possível concluir que Poder360 não reconhece a autonomia de Michelle, colocando-a frequentemente como instrumento do PL em seus textos e frisando sua articulação política no período eleitoral como estratégia da sigla e do marido para conquistar votos junto a públicos em que a figura de Bolsonaro não era apelativa. O veículo coloca o público feminino e o evangélico na mesma posição da ex-primeira-dama, também subestimando sua autonomia e articulação política na hora da escolha de um candidato. É necessário pontuar que mesmo em seu evidente protagonismo, Michelle ainda frisa em seus discursos e falas que sua atuação é necessária para concretizar o plano divino com Bolsonaro, o “enviado de Deus” na presidência da República, ao mesmo tempo em que cumpre sua função de “ajudadora”.

A forte presença de aspectos religiosos nos discursos de Michelle mostra sua força como representação de um grupo político, evidencia a ascensão que ele teve nas últimas décadas e demonstra a naturalização da influência do cristianismo, principalmente de grupos evangélicos mais recentemente, na estrutura política brasileira, que deveria ser laica, já que, ao menos em tese, o Estado brasileiro é laico. É necessário frisar que Estado e Igreja sempre caminharam juntos nas páginas da História brasileira. Assim, apesar de o grupo no poder ter mudado, a situação ainda é a mesma (ARRUDA; COSTA; MAGALHÃES, 2020).

Também é evidente a força do voto feminino na eleição, já que mulheres são maioria do eleitorado. Por outro lado, são pouco representadas nos cargos políticos e, assim, têm suas pautas negligenciadas e perdem força nos movimentos que se propõem a apoiar. Dessa maneira, a campanha de Bolsonaro coloca em evidência a importância do voto das mulheres na virada das eleições, visto o momento de intensa polarização, onde cada voto importava.

É interessante apontar que, no primeiro ano de mandato, Michelle ocupou a função tradicional da primeira-dama descrita por Rodrigues, focando em ações humanitárias e permanecendo em pouca evidência como era sua intenção, mantendo a figura da primeira-dama como um símbolo conservador cristão de feminilidade. Vendo-se necessária para a vitória do marido, Michelle se lança nos holofotes e passa a ocupar o mesmo lugar de protagonismo que o ex-presidente. Ela viaja sozinha em comícios, defende em público os filhos, fala pelo esposo quando é necessário, discursa assertivamente nas igrejas e comícios. A partir disso é possível observar uma atualização ou até mesmo fuga do fenômeno por parte de Michelle.

Em suas falas, Michelle coloca Bolsonaro como esse herói que salvaria o Brasil enquanto evoca os valores tradicionais como família, patriotismo e cristianismo neopentecostal, buscando concretizar, como ela frisa em diversos discursos, os planos divinos para o Brasil. Isso demonstra a articulação da ideologia neopentecostal como forma de governo, buscando atrair votos desse público sob a promessa da “libertação” do país (“Deus, Pátria e Liberdade”), já que é evidente, em mandatos anteriores, a falta dos princípios cristãos na direção do governo, demonstrada em falas odiosas do presidente contra grupos minoritários, no aumento de discursos pró armas e na negligência durante a administração do aparato federal durante a pandemia de

covid-19.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, J.; COSTA, G.; MAGALHÃES, A. Influência dos discursos religiosos evangélicos na campanha presidencial de 2018 no Brasil. **Último Andar**, [S.L.], v. 23, n. 35, p. 3-22, ago. 2020, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). <http://dx.doi.org/10.23925/1980-8305.2020v23i35a2>. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ultimoandar/article/view/48447>. Acesso em: 14 abr. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.

BBC NEWS Brasil. **Pesquisa Ipec**: Bolsonaro oscila para baixo entre evangélicos e mulheres; Lula avança entre mais pobres. São Paulo, 06 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62794533>. Acesso em: 17 abr. 2024.

CULTO DE ANIVERSÁRIO, 2022. 1 vídeo (2 horas e 23 minutos). Publicado pelo canal Advec Assembleia de Deus em Cristo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rVuz0vqJ49A&t>. Acesso em 17 abr. 2024.

DATAFOLHA INSTITUTO DE PESQUISAS. **Eleições 2022**. Disponível em: <https://media.folha.uol.com.br/datafolha/2022/10/31/intencao-de-voto-presidente-2-turno.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2024.

EXCLUSIVO: MICHELLE BOLSONARO REVELA OS BASTIDORES DA POSSE PRESIDENCIAL, 2019. 1 vídeo (16 min). Publicado pelo canal Domingo Espetacular. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yWNhVXHz7vg&t=301s>. Acesso em 10 fev. 2024.

FOLHA. Datafolha: **94% afirmam já estar totalmente decididos sobre voto à Presidência**. São Paulo, 29 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/datafolha-94-afirmam-ja-estar-totalmente-decididos-sobre-voto-a-presidencia.shtml>. Acesso em: 20 jun. 2024.

GALINDO, D.; CHAGAS, A.; CORADINI, A. Uma Igreja Neopentecostal criada para aplacar as dores do mundo: alianças entre mediações sacrificiais e políticas conservadoras. **Verso e Reverso**: revista da comunicação (UNISINOS. Impresso), v.30, p.147 - 155, 2016.

JUBILEU 50 ANOS MINISTÉRIO LAGOINHA, 2022. 1 vídeo (13 min). Publicado pelo canal André Deko Valença. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jk8L8YCn5Kg>. Acesso em: 01 abr. 2024.

MUSTAFÉ, I.; COÊLHO, T. F. Reflexões Metodológicas sobre a Potência do “Contrato Comunicativo Interseccional” para a Comunicação Pública. In: 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Recife, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt3-co/isabella-szabor-machado-mustafe.pdf>. Acesso em: 19 de maio de 2022.

PAULA, M. A nova classe trabalhadora e o neopentecostalismo. In: BARTELT, D. D. (org.). **A**

“nova classe média” no Brasil como Conceito e Projeto Político. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013, p.124-135.

PODER360. Leia e assista ao discurso de Michelle na convenção do PL: Primeira-dama falou por cerca de 12 minutos no evento de lançamento da chapa do presidente Jair Bolsonaro à reeleição. Brasília, 24 jul. 2022. 2022b. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/leia-e-assista-ao-discurso-de-michelle-na-convencao-do-pl/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

PODER360. Por 2º turno, Michelle e Damares fazem caravana pelo Norte: "Primeira-dama, ex- ministra (e agora senadora eleita) e congressistas participam de eventos para pedir votos a Bolsonaro". Brasília, 11 out. 2022. 2022c. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/por-2o-turno-michelle-e-damares-fazem-caravana-pelo-norte/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

PODER360. Bolsonaro prioriza agendas com evangélicos na pré-campanha: Primeira-dama falou por cerca de 12 minutos no evento de lançamento da chapa do presidente Jair Bolsonaro à reeleição. Brasília, 13 ago. 2022. 2022d. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/bolsonaro-prioriza-agendas-com-evangelicos-na-pre-campanha/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

PODER360. Michelle fala em tom religioso: “Bolsonaro é enviado de Deus”: Primeira-dama é aposta do partido para conquistar o eleitorado feminino. Brasília, 15 set. 2022. 2022a. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/michelle-fala-em-tom-religioso-bolsonaro-e-enviado-de-deus/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

PRIMEIRA-DAMA, MICHELLE BOLSONARO, DÁ ENTREVISTA EXCLUSIVA PARA A RECORD TV, 2018. 1 vídeo (11 min). Publicado pelo canal Domingo Espetacular. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-iZXhtEcG5o>>. Acesso em 10 fev. 2024.

RODRIGUES, D. Ser coadjuvante ou protagonista no cenário político: o impasse das primeiras-damas. *Saeculum* – Revista de História, [S. l.], v. 24, n. 41 (jul./dez.), p. 176–195, 2019. DOI: 10.22478/ufpb.2317-6725.2019v24n41.47108. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/srh/article/view/47108>. Acesso em: 19 abr. 2023.

ROSAS, N. Notas sobre Evangélicos, Política e Gênero a partir das eleições de 2022. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 22, n. 42, p. 65-82, 2023. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debatesdoner/article/view/130797>. Acesso em: 28 jun. 2024.

TORRES, I. **As primeiras-damas e a assistência social:** relações de gênero e poder. São Paulo: Cortez, 2002.

WACC. **Brasil Nacional Report.** São Paulo: GMMP, 2021. 80 p. Disponível em: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/1-Relatorio-GMMP-Brasil-portugues-12-07-21-completo-1.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2023.