

A religião como estratégia política: Uma análise da cobertura do Poder 360 sobre atuação de Michelle Bolsonaro na corrida eleitoral de 2022¹

Anna Giullia MAGRO²

Tamires Ferreira COELHO³

Universidade Federal de Mato Grosso, Mato Grosso, MT

RESUMO

Parte-se de uma análise de conteúdo de 79 matérias publicadas entre julho e dezembro de 2022 pelo site Poder360. Investigamos a religião articulada como estratégia política nas matérias que se referem à atuação de Michelle Bolsonaro durante a corrida eleitoral de 2022. O lugar do cuidado como obrigação feminina, da primeira-dama como símbolo conservador cristão de feminilidade e vinculado ao assistencialismo e à caridade se mantém. No entanto, a mulher que discursa de modo inflamado, faz comícios e viagens sem o marido candidato, justifica publicamente as falas e comportamentos do marido são parte de uma atualização do fenômeno do primeiro-damismo.

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

INTRODUÇÃO

Em 2022, o Brasil ainda passava pela pandemia de Covid-19 e o cenário era de crise nas mais diversas esferas sociopolíticas. Segundo o Instituto DataFolha (G1, 2022), no fim de 2021, 53% dos entrevistados consideravam o governo Bolsonaro “Ruim ou Péssimo”; esse índice caiu para 47% em junho de 2022, para 45% em julho do mesmo ano e para 43% em agosto. A polarização política no país impactou fortemente a campanha eleitoral e, em 24 de julho de 2022, Jair Bolsonaro lançou sua candidatura à presidência da República em um evento no Maracanãzinho, no qual Michelle discursou, ressaltando que “A reeleição não é por um projeto de poder [...] é por um propósito de libertação, um propósito de cura para o nosso Brasil” (Poder360, 2022a).

A partir disso, investigamos a participação de Michelle durante as eleições. Para esse fim, optou-se pelo site Poder360, principalmente pela quantidade de conteúdo relacionado à primeira-dama, mas também por conta de sua linha político-editorial

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Política e Cidadania, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

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

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

alinhada à direita e do fato de ser acessado mais por homens do que mulheres, segundo dados do Similarweb, além de estar situado em Brasília, propondo-se a acompanhar assuntos do poder e da política a partir da cidade, sendo assim, um veículo regional do Centro-Oeste.

Foram analisadas 79 matérias publicadas entre julho e dezembro de 2022. A metodologia escolhida foi baseada na Análise de Conteúdo (AC) e no contrato comunicativo interseccional de base veroniana (Mustafé; Coêlho, 2021). Optou-se por fazer uma Análise de Conteúdo (AC) utilizando como base a codificação e proposta de tabulação do Global Media Monitoring Project (GMMP), um projeto transnacional realizado desde 1995 com o objetivo de acompanhar as representações de gênero nas notícias, reconhecido como o maior monitoramento neste âmbito (WACC, 2021).

Dayanny Rodrigues explica que o primeiro-damismo envolve todas as atividades exercidas pelas esposas de presidentes, que podem ser apontadas como estratégia para legitimar os valores de seus maridos e táticas para se validarem enquanto figuras políticas na esfera pública (2019, p. 182-183), ainda que não sejam personalidades eleitas ou ocupantes de cargos remunerados. Dayanny Rodrigues (2019) entende o assistencialismo como um dos elementos base do populismo, pois permite a legitimação do poder do governante entre as classes menos favorecidas. Assim, o papel da primeira-dama, principalmente quando o Estado possui caráter populista, é manter o status quo e a ordem.

RELIGIÃO COMO ESTRATÉGIA: MICHELLE É “PEÇA CHAVE” EM 2022

A polarização política que dividiu o eleitorado entre Lula e Bolsonaro foi mapeada pela Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (Ipec). Sobre a pesquisa, a BBC Brasil (2022) escreveu que havia “uma tendência de queda das intenções de voto de Bolsonaro em segmentos considerados estratégicos para a sua campanha: o eleitorado evangélico e as mulheres.”, mesmo assim é necessário mencionar que a variação é mínima, oscilando entre dois e três pontos percentuais.

Para poder sair na frente, Bolsonaro inicia uma cruzada para angariar votos do público evangélico e feminino, repetindo estratégias comuns entre políticos e que o ex-presidente já havia aplicado em sua primeira eleição, conforme Arruda, Costa e Magalhães (2020, p. 5): “o então candidato liderou uma campanha eleitoral sustentada por uma ampla coalizão formada por grupos conservadores, religiosos e de direita

heterogêneos” e se colocava como “defensor dos valores morais cristãos tradicionais”, sendo apoiado por “lideranças das duas maiores denominações neopentecostais brasileiras [...] bem como de alguns membros da ala mais tradicional da Igreja Católica”.

De acordo com Arruda, Costa e Magalhães (2020), é importante esclarecer que, no Brasil, Estado e Igreja andam lado a lado desde a colonização e que o lugar antes ocupado pela Igreja Católica tem sido preenchido pelas Igrejas Evangélicas, assim a mudança é o cenário e não a situação da influência religiosa na política brasileira. Durante os primeiros anos de mandato do marido, Michelle cultivou uma imagem de esposa cristã dedicada à família. Ela demonstrava se dedicar a projetos beneficentes, principalmente voltados a pessoas com deficiência. Essa articulação da primeira-dama é evidente na primeira entrevista concedida por ela, uma exclusiva ao Domingo Espetacular realizada, em outubro de 2018, e na primeira entrevista após a posse em janeiro de 2019 para o mesmo programa, nos programas ela afirma não gostar de estar em evidência.

Houve uma drástica mudança de postura de Michelle Bolsonaro em relação aos anos de mandato de Bolsonaro, em 20 de outubro de 2022, em um culto voltado ao público feminino na Assembleia de Deus Vitória em Cristo, no Rio de Janeiro, quando Michelle diz “Não olhe para meu marido, olhe para mim” (Poder360, 2022b). A ex-primeira-dama também protagonizou o que o Poder360 chamou de “campanha paralela” juntamente com a atual deputada federal Damares Alves: elas visitaram 35 cidades no 2º turno procurando acessar o eleitorado feminino e religioso. Também é interessante ressaltar o discurso de 12 minutos proferido por Michelle no lançamento da chapa Bolsonaro-Braga, exigência do Partido Liberal. Sobre isso o Poder360 escreveu: “A primeira-dama, evangélica ligada à Igreja Batista, focou o discurso em mostrar a simplicidade do casal, o atentado sofrido pelo marido em 2018 e seu compromisso como devota cristã” (Poder360, 2022c).

Além de ser uma maneira de aproximar Bolsonaro do público evangélico e feminino, a ampla participação de Michelle foi necessária para contrapor uma imagem desgastada e impopular do presidente em exercício na época. Em 13 de agosto de 2022, o Poder360 escreveu que Bolsonaro prioriza o setor evangélico durante sua pré-campanha e ressalta a importância desse público ao considerá-lo “ponto de sustentação da campanha”, o jornal acrescenta que o “QG eleitoral aposta em conquistar eleitorado feminino por meio da religião” (Poder360, 2022d).

A perseverança tanto da campanha de Bolsonaro quanto do veículo jornalístico sob análise em evidenciar essa estratégia é claro em matérias intituladas como “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) e “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).

Das 79 matérias analisadas, 17 retratam ações de cunho religioso de Michelle, somando 21, 5% do corpus. Na grande maioria, Michelle é o foco (82%), a principal fonte (65%), ocupa a função de sujeito no texto (65%) e tem suas falas marcadas com aspas (82%). Quanto às fotos de capa das matérias, em todas ela é uma das personagens principais, a maioria retrata estereótipos de gênero (76%) e em apenas três imagens Michelle aparece em posição submissa à Bolsonaro. Já no que se refere ao emprego de valores ligados à religiosidade, a pontuação dispara, 55 textos evocam valores relacionados à religiosidade, somando 69,5% do corpus.

CONSIDERAÇÕES

Poder360 apresenta Michelle como um instrumento do PL e a ex-primeira-dama se coloca, de certa forma, em suas declarações, nessa mesma posição. Michelle se vê

como alguém a serviço do partido e de Bolsonaro, uma verdadeira “ajudadora do esposo”, assim como ela propõe no discurso que proferiu no evento “Mulheres pelo Brasil”, em Natal (RN), no dia 14/09/2022 (PODER360, 2022e).

O Poder360 pontua a articulação de Michelle como estratégia política de Bolsonaro, evidenciando uma falta de autonomia da primeira-dama que em geral não é contrariada durante os seis meses de matérias sobre a campanha política. Também é evidente a visão do jornal sobre o público evangélico, especificamente mulheres evangélicas, já que reforçar Michelle frequentemente como uma “estratégia” para angariar votos de mulheres evangélicas também coloca esse público como pouco autônomo ou com pouco senso crítico na hora de escolher um candidato, distanciando-se dessas pessoas em termos de público leitor.

Discursos e falas de Michelle possuem como principais temas valores tradicionais como família, amor pela pátria e religião, apresentando Bolsonaro como única alternativa cristã, um herói que salvaria o Brasil. Na campanha eleitoral de 2022, o “primeiro-damismo” não é o mesmo, mas, simultaneamente se vincula às raízes do fenômeno descrito por Rodrigues. O lugar do cuidado como obrigação feminina, da primeira-dama como um símbolo conservador cristão de feminilidade e vinculado ao assistencialismo e à caridade se mantém. Por outro lado, a mulher que discursa de modo inflamado, que faz comícios e viagens sem o marido candidato, que justifica publicamente as falas e comportamentos do marido é parte de uma atualização do fenômeno.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Jéssica de Abreu; COSTA, Guilherme Brum Rodrigues da; MAGALHÃES, Analice Soares. INFLUÊNCIA DOS DISCURSOS RELIGIOSOS EVANGÉLICOS NA CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2018 NO BRASIL. *Último Andar*, [S.L.], v. 23, n. 35, p. 3-22, 11 ago. 2020. Pontifical Catholic University of Sao Paulo (PUC-SP).

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego; A. Pinheiro, Trads.). 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.

CNN Brasil. **Análise**: Michelle Bolsonaro é viável como candidata à presidência?. YouTube, 27 jan 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zBPpYcDIFvU&t=224s>>; Acesso em 01 abr. 2023.

DOMINGO ESPETACULAR. **Primeira-dama, Michelle Bolsonaro, dá entrevista exclusiva para a Record TV**. YouTube, 28 out 2018.

DOMINGO ESPETACULAR. **Exclusivo:** Michelle Bolsonaro revela os bastidores da posse presidencial. YouTube, 21 jan 2019.

G1. **DATAFOLHA:** 43% REPROVAM GOVERNO BOLSONARO; APROVAÇÃO É DE 30%: A pesquisa ouviu 5.744 pessoas, entre 16 e 18 de agosto, em 281 municípios e tem margem de erro de 2 pontos percentuais para mais ou para menos. São Paulo, 18 ago. 2022.

MUSTAFÉ, Isabella; COELHO, Tamires. Reflexões Metodológicas sobre a Potência do “Contrato Comunicativo Interseccional” para a Comunicação Pública. In: 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Recife, 2021.

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. 2022a.

PODER360. **"Não olhe para meu marido, olhe para mim"**, diz Michelle em culto: Primeira-dama participa de celebração voltada para mulheres; na campanha, ela tem atuado junto ao eleitorado feminino. Brasília, 21 out. 2022b.

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.

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. 2022c.

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. 2022d.

PODER360. **“Mulher tem que ser ajudadora do esposo”**, diz Michelle: Casal participou de evento para o público feminino em Natal; primeira-dama é peça-chave na campanha de Bolsonaro . Brasília, 15 set. 2022e.

PODER360. **QG de Bolsonaro quer emoção e palco feminino em convenção:** Partido espera cerca de 10.000 pessoas no Maracanãzinho e discurso do presidente focado em liberdade e fé. Brasília, 14 jul. 2022. 2022f.

RODRIGUES, Dayanny. 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.

SANTOS JÚNIOR, Paulo Jonas dos; SANTOS, Vinícius Silva dos. A HISTÓRIA DA IGREJA BATISTA NO BRASIL: LITURGIA, PRECEITOS E DOUTRINAS. **Tear Online**, São Leopoldo, v. 2, n. 8, p. 157-167, jul - dez de 2019. Disponível em: <<http://periodicos.est.edu.br/tear>>. Acesso em: 18 abr. 2024.

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

WACC, World Association For Christian Communication. **Brasil Nacional Report**. São Paulo, 2021. 80 p.