

A metamorfose: a mitificação por meio da desinformação nas redes sociais durante a campanha eleitoral no Brasil em 2022¹

João Vicente Custódio Magalhães²

Marluza da Rosa³

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

RESUMO

Esta pesquisa propõe um diálogo entre a semiologia e as teorias do jornalismo, a fim de entender como ocorre a mitificação por meio da desinformação. Para isso, analisamos *posts* no Instagram do deputado federal Nikolas Ferreira, que utilizou a rede social para propagar Fake News e atacar a imprensa durante as eleições de 2022. A partir disso, concluímos que as disputas midiáticas e o Bolsonarismo influenciaram na mitificação do “Presidente Bolsonaro”, gerando identificação com um público específico, mas com finalidade publicitária. Em síntese, a mitificação se dá quando o objeto se torna um produto à venda, neste caso, a imagem do ex-candidato na internet.

PALAVRAS-CHAVE: mito; internet; desinformação; mídia; política.

A METAMORFOSE

Um contexto de polarização, que vem desde a primeira eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e que se reflete em outros países como Itália, Alemanha, Argentina e, principalmente, o Brasil, se mantém até hoje. Com o passar do tempo, a mídia tradicional tem perdido credibilidade para as redes sociais digitais em torno do produto-notícia. Assim, essa disputa midiática fertiliza uma área propensa à propagação de desinformação. Esse cenário também possibilita compreender que, segundo Barthes (2001), alguns pensamentos hipnóticos em um grupo social desprotegem seus constituintes contra a cegueira da manipulação mítica. Nesse quesito, a semiologia permite analisar e questionar fanatismos sociais, principalmente na mitificação de signos e culturas. Com esse intuito, temos por objetivo analisar a metamorfose do então presidente Bolsonaro em “Mito” – como seus seguidores o denominaram – de forma semelhante ao que ocorreu na mitificação da Bandeira do Brasil para representar o conservadorismo ideológico de direita. Tomamos como pressuposto que essas convenções míticas são influenciadas, direta ou indiretamente, pelas mídias e pela desinformação.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT17SU – Produção de sentido na mídia digital) evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, e-mail: joaovicente.magalhaes2@gmail.com

³ Professora Doutora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria *Campus Frederico Westphalen*. E-mail: marluza.rosa@ufsm.br

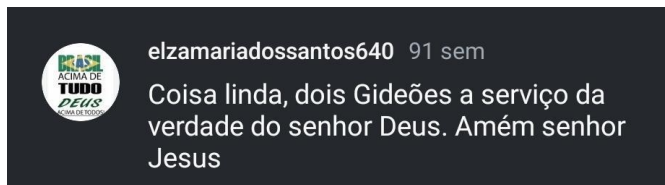
Analizamos os *posts* de Nikolas Ferreira pela relevância e pelo alcance midiático do deputado, precisamente, em suas redes sociais. O político possui cerca de 12 milhões de seguidores, além de ter sido o terceiro deputado federal mais votado na história do Brasil e o mais votado na eleição de 2022, com 1,47 milhão de votos, segundo o site oficial da Câmara de Deputados.

Para compor a análise, o aporte teórico se constitui a partir da leitura de *Mitologias*, de Barthes (2001), com a compreensão do conceito de “mito” e do modo como ele produz uma carga cultural e simbólica para mudar os sentidos de um signo. Além disso, também amparamos o estudo na pesquisa de Ikeda (2015) sobre o papel do mito na sociedade e na mídia, como também em sua maneira de explorar o modo como os mitos ocupam e roubam cargas culturais e ideológicas presentes na sociedade. Algo semelhante parece ocorrer com o furto do signo e a ocupação de sua significação visando um benefício próprio, por exemplo, o benefício comercial.

Em outro contexto, a Bandeira do Brasil foi mitificada pela área conservadora da política nacional, de forma que as cores verde e amarelo passaram a representar aquele grupo específico e não mais os significados históricos que as cores ocupavam na bandeira. Da mesma maneira, o presidente Bolsonaro parou de significar o poder executivo da época e passou a ser mitificado como um herói, ou enviado divino, para proteger o país. Logo, ambos os significados se subverteram em mitos para contribuir com sua campanha eleitoral e publicitária nas redes sociais.

Roland Barthes, na França em 1950, já se preocupava com a comunicação em massa feita pela publicidade (Barthes, 2001). Se trouxermos essa preocupação à velocidade das mídias digitais, ainda haveria, na criação do *mito*, a busca de “padrões ideais para a vida dos consumidores [...] envolvidos pela mensagem de inspiração” (Ikeda, 2015, p. 45). Portanto, identificando esse aspecto da mitificação, notamos que há uma associação imagética acerca do presidente Bolsonaro e um herói que salvará os brasileiros – ocupação da significação do personagem da Marvel Comics, Capitão América, símbolo de patriotismo e dono de um caráter inabalável – (exemplificado na figura 2) ou a um “Gideão”, homem escolhido por Deus para salvar o povo de Israel da opressão midianita, como descrito na Bíblia (exemplificado na figura 1).

Figura 1 (comentários Instagram – sobre *post* de Nikolas Ferreira)



Fonte: (@nikolasferreiradm – Conta oficial 2022)⁴

Figura 2 (*post* que relaciona Bolsonaro e seus apoiadores com heróis)



Fonte: (@nikolasferreiradm – Conta oficial 2022)⁵

Figura 3



Fonte: (@nikolasferreiradm – Conta oficial 2022)⁶

⁴ Acesso em: 06/12/2024

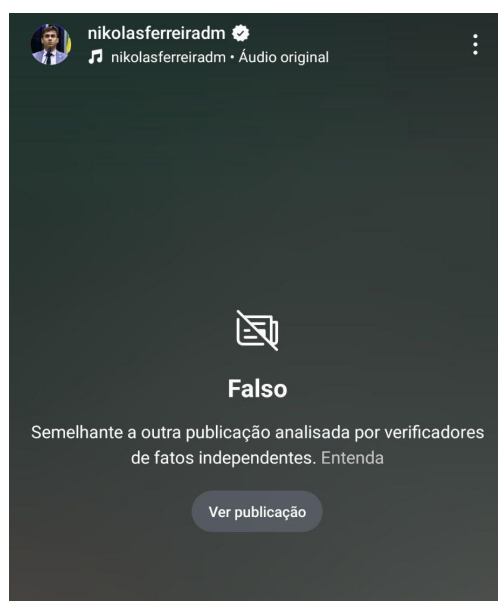
⁵ Acesso em 12/12/2024

⁶ Acesso em: 12/12/2024

Esses títulos e características são atribuídos ao processo de mitificação com a finalidade aproximar o então presidente Bolsonaro de seu público: o eleitor conservador brasileiro.

Com a análise, pretendemos demonstrar que a mitificação tende a ser reforçada quando se sacrifica o bom-senso em nome do fanatismo – ora religioso, ora político. Assim, Nikolas Ferreira, com seu potencial de alcance e visibilidade nas redes sociais, auxilia na criação do Mito e demonstra, como analisamos em alguns *posts*, um histórico de sensacionalismo e Fake News em seu perfil no Instagram, conforme representado pela figura 3, a seguir.

Figura 4 (prova de propagação de desinformação na conta do Instagram de Nikolas Ferreira)



Fonte: (@nikolasferreiradm – Conta oficial 2022)⁷

Não obstante, a figura 4 expressa uma oposição de Nikolas Ferreira em relação à imprensa, descredibilizando os meios de comunicação e, logo, o método jornalístico. Consequentemente, sobre o que é o jornalismo em uma democracia, Traquina (2005) afirma que “A democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade e o papel central do jornalismo. [...] Tal como a **democracia sem uma imprensa livre é impensável**” (Traquina, 2005, p. 22-23, grifos nossos). Nesse

⁷ Acesso em: 12/12/2024

contexto, a contínua descredibilização da imprensa, junto a *posts* propagando discurso político em meio digital (não regulamentado), proporciona um terreno fértil para a manipulação de massas, especialmente em perfis com grande alcance de visualização (como os de celebridades, políticos e influenciadores). Com isso, essa subversão do significado de determinados signos pode expressar o sacrifício dos fatos em nome da idolatria.

De acordo com Ikeda (2015), esses mitos são idealizados para formar uma Figura de Identificação, a qual serve para naturalizar ideologias específicas. Assim, na contemporaneidade, as pessoas tendem a procurar alguém para seguir; um semelhante que as represente e as faça pertencer a algo maior: um ídolo em comum. Logo, essas figuras se ocupam dessas ideologias e transformam o significado de um signo em mito. Dessa maneira, a propaganda e o aumento da popularidade do então presidente nas mídias sociais digitais, juntos à descredibilização da imprensa tradicional, constroem a figura do “Mito”.

Nesse sentido, os *posts* de Nikolas Ferreira criam uma imagem popular e positiva do ex-presidente, mesmo que seja necessária a manipulação de alguns fatos ou a produção de associações exageradas, tornando mais “palatável” para o público aceitar e venerar essa imagem. A partir disso, o grupo que adere a esse discurso parece preferir a desinformação, construída para favorecer um mito, a acreditar no jornalismo. Com isso, qualquer reflexão, informação ou crítica realizada pela imprensa é anulada e desconsiderada em razão do servilismo dos eleitores para com o ex-presidente.

Sob essa lógica, concluímos que a desinformação e as Fake News nas redes sociais digitais, aliadas ao enfraquecimento das mídias tradicionais, possibilitam a mitificação de símbolos para torná-los um produto comercial e publicitário. No caso desta pesquisa, a carga cultural e representativa associada ao ex-presidente Bolsonaro e à ideologia conservadora foi ocupada por uma imagem mítica, messiânica e patriótica atribuída ao personagem Mito, denominação popular de Jair Bolsonaro. Assim sendo, qualquer discurso que contrapõe a perfeição desse mito tem sido visto como um ataque ou conspiração direta a ele e ao grupo que o segue. Consequentemente, isso ratifica a perda de confiança na imprensa que os eleitores de Bolsonaro possuem; um reflexo que também é desenvolvido e representado no discurso de Nikolas Ferreira em suas redes sociais digitais.

Com a análise proposta, a pesquisa cumpre seu objetivo de demonstrar como a desconfiança na imprensa e a desinformação nas redes sociais promovem a mitificação, pois o grupo que idolatra esse mito aceita qualquer discurso que enfatiza e ofereça suporte para manter sua crença imutável – mesmo que seja constituído por Fake News. Seguindo essa lógica, a metamorfose do presidente Bolsonaro em “Mito” se dá quando o significado do signo se torna um produto à venda, neste caso, a imagem do ex-presidente. Portanto, essa mitificação é construída e propagada nas redes sociais digitais com finalidade publicitária.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

IKEDA, Flávia. O mito na mídia: um sistema semiológico dependente. *Revista Temática: Paraíba*, v. 11, n. 11, nov. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/26506>. Acesso em: 28 mai. 2025.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005.