



**Propaganda bolsonarista durante o mandato presidencial:
o caso da Praia Grande**

**Bolsonarist propaganda during the presidential mandate:
the case of Praia Grande**

Tiago de Oliveira Martins¹
Tarcisio Torres Silva²

Resumo: Este artigo busca compreender os efeitos midiáticos de eventos de aparição pública promovidos pelos ex-presidente Jair Bolsonaro. Para tanto, foi selecionado o caso da Praia Grande (SP) de janeiro de 2021. Consideramos a repercussão em veículos de comunicação online e o engajamento na conta de Bolsonaro no *Twitter*. Como resultado, demonstramos que a orquestração planejada e aparentemente amadora contribuiu para a difusão almejada do evento.

Palavras-chave: Jair Bolsonaro; Praia Grande; Propaganda Política; Estética do Amador; Twitter.

Abstract: This article seeks to understand the media effects of public appearance events promoted by former President Jair Bolsonaro. For this purpose, the case of Praia Grande (SP) in January 2021 was selected. We consider the repercussion in online communication vehicles and the engagement on Bolsonaro's Twitter account. As a result, we demonstrate that the planned and apparently amateurish orchestration contributed to the desired dissemination.

Keywords: Jair Bolsonaro; Praia Grande; Political advertising; Amateur Aesthetics; Twitter.

1 Recém-graduado em Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Bolsista de iniciação científica com apoio FAPESP (processo 2021/06184-2). E-mail: tiagomartinsph@gmail.com

2 Orientador do trabalho. Doutor em Artes Visuais. Professor da Escola de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br



Introdução

O caminho que o Brasil percorreu durante os últimos anos foi de grande repercussão e polarização política. Com isso, perante um cenário de pandemia e um ambiente de isolamento, os críticos ao governo se mantiveram ativos nas redes sociais, fomentando uma contínua discussão sobre o desempenho de Jair Messias Bolsonaro em seu cargo como presidente do Brasil. Dessa forma, dentro do âmbito científico cresceram análises com objetos de estudo cada vez mais pontuais sobre a figura política de Bolsonaro, considerando diversos de seus posicionamentos e aparições na mídia.(CIOCCARI, PERSICHETTI, 2018; AZEVEDO JÚNIOR, BIANCO, 2019; MAIA, SPANIOL, KLEIN, 2022).

Entretanto, um aspecto pouco considerado que pode compor a análise desse meio para um entendimento mais pleno é a própria conjuntura da fabricação destes eventos. Esse ponto se desenvolve perante as aparições de Bolsonaro, que desde sua candidatura promoveu uma série de eventos voltados para a participação de apoiadores. Vários desses eventos obtiveram grande impacto midiático, observado em função da cobertura de veículos de comunicação e a movimentação em redes sociais. São o que Miguel (2002) chama de “pseudo-eventos”, ou seja, eventos criados para virarem notícia. Orquestrados com o intuito de criar situações positivas em torno de sua imagem e manter a base de apoio engajada, contavam com um amplo preparo e grande infraestrutura. Por esse motivo, a intencionalidade e arquitetura destes eventos deve ser desatrelada da casualidade pela qual normalmente foram tratados, considerando que cumprem com intencionalidade, desenvolvimento e resultados, diferentemente dos frutos de uma mera casualidade que se desenvolveu de maneira volátil e imprevisível.

Esses eventos funcionaram como principal ferramenta propagandista do então governo e movimentaram milhões. Segundo a *Folha de S. Paulo*, esse custo já chegava aos 5 milhões apenas aos cofres públicos em 2020 (ALBUQUERQUE, 2020), o que desconsidera os gastos do próprio ex-presidente e de sua equipe para essa mobilização. A aparição de Bolsonaro nesses eventos e sua recorrente repercussão foram propagandas construídas em cima de uma estratégia passível de comparação com outros líderes políticos ao longo da história. Uma autopromoção que buscava atrelar sua imagem a características consideradas como nobres ou positivas.



Estes acontecimentos planejados em detalhes e com bom suporte técnico, como as motociatas³ e outras aparições públicas do presidente, foram amplos fornecedores de imagens que intencionalmente favorecem o governante como um líder forte, carismático e do povo, características atreladas a um bom modelo de liderança (POZZATO, 2018). Dessa forma, é plausível considerar essa produção como uma das principais ferramentas de Bolsonaro para a promoção de sua imagem e manutenção de sua base de apoio ao longo de seu mandato. Entretanto, essa recorrência de eventos não vem apenas como uma iniciativa de autopromoção, mas também como uma maneira de contraposição às manifestações contrárias ao seu governo. As motociatas, por exemplo, foram particularmente exploradas do ponto de vista midiático. O canal Brasil 247, por exemplo, comparou diretamente as fotos de Jair Bolsonaro e Benito Mussolini (COMO, 2021). Análises similares foram feitas pelo site *Hypeness* (MUSSOLINI, 2021) e de forma mais acadêmica e aprofundada, por Fábio Palácio (2021) na *Folha de S. Paulo*. Em seu conjunto, as análises demonstram que tais aparições não foram feitas ao acaso ou mesmo descuidadas e espontâneas como aparentavam.

A resposta de Bolsonaro à oposição foi a intensificação desses eventos com o aumento da rejeição ao seu governo. Buscou de maneira incessante conquistar um espaço de destaque na mídia, como uma tentativa de encobrir outras notícias que atentavam contra a sua imagem pública. Com isso, pretendia diminuir as críticas à sua pessoa com aparições de caráter positivo.

Contudo, mesmo que essa imagem aparecesse como descabida e imprudente, ela não deslocava-se de aspectos de carisma que vieram a conquistar o público. Este comportamento de Bolsonaro é característico da “estética do amador”, termo abordado por Brasil e Migliorin (2010), Polydoro e Costa (2014), entre outros autores. Nas imagens amadoras, inacabadas e com pouca edição visível, as representações do presidente pareciam mais próximas da realidade e, por consequência, do espectador e seu cotidiano. Entretanto, o aspecto descuidado e espontâneo de Bolsonaro não é sinônimo de uma real ausência de cuidados com o acompanhamento de sua imagem política e pública.

³ As motociatas são uma espécie de passeata com motocicletas. Durante o governo Bolsonaro, foram amplamente utilizadas como símbolo de apoio coletivo ao presidente.



Começamos por melhor caracterizar o universo das imagens amadoras, em sua estreita relação com o contexto do capitalismo contemporâneo. Como vimos, elas estão amplamente ligadas à produção imaterial que, em certo sentido, transborda os limites da empresa. Daí, talvez, a insuficiência do termo “amador” para defini-las: antes de serem feitas por amadores, parecem realizadas por sujeitos e comunidades em estado de mobilização total. (BRASIL e MIGLIORIN, 2010, p. 89-90)

O fenômeno retratado evidencia essa nova geração do amador que na prática não conta com amadorismo nenhum. São imagens compostas por uma equipe especializada, equipamentos de custo elevado e estudo dos locais e dos trajetos (no caso das motocicletas). Dessa forma, constitui uma produção de caráter profissional que pretende reproduzir o espontâneo com intuito de obter uma aproximação com o espectador.

Já Feldman (2008) fala do apelo realista, que estaria se difundindo pelos meios de comunicação. Aliado aos interesses do capital, esse apelo traria a experiência do real e a vivência de autenticidade. A autora nota a recorrência no audiovisual contemporâneo de “vídeos-flagrantes, reality shows, imagens amadoras e acontecimentos não-ficcionais incorporados pela teledramaturgia” (FELDMAN, 2018, p. 61). Efeito similar observamos nas ações de Bolsonaro, que buscava a veracidade e autenticidade por meio de suas ações amadoras.

A repercussão desses eventos reúne análises de diversos críticos, como a antropóloga Lilia Schwarcz. É ela que nos ajuda a compreender a correlação existente entre o que é praticado por figuras como Bolsonaro e o que já foi realizado de semelhante em um passado histórico. Ainda que o contexto midiático tenha atualizado as variantes na construção de líderes, elementos tradicionais ainda são importantes para compreender a aparição de “políticos-pai” no mundo contemporâneo. Lilia em seu artigo “Bolsonaro e seu reino: retóricas visuais do poder” publicado na revista *Zum* (SCHWARCZ, 2020) conta a trajetória de imagens políticas históricas e as relaciona com o jogo exercido pelo governo de Bolsonaro, aproximando as estratégias de Joseph Stalin à exposição imagética do ex-presidente. Apesar da interferência tecnológica na dinâmica política contemporânea, a abordagem dos fatos pautada em meias verdades ainda é recorrente em imagens como as que serão analisadas na pesquisa.



Como ressalta a pesquisa de Tarcisio Torres Silva (2016), não é mais possível uma análise política exclusivamente por fala, nem a exploração da imagem puramente estática e imutável. Para o autor:

Dado o fato de que vivemos em um mundo em que a presença das telas fica mais e mais evidente em quase toda ação que praticamos no nosso dia a dia, parece sensato afirmar que a forma como nossos sentidos reagem às imagens também passa por um processo de transformação. (SILVA, 2016, p. 40)

Assim, buscamos neste trabalho compreender as estratégias visuais utilizadas por Jair Bolsonaro para a manutenção de sua popularidade durante o período da presidência. Para tanto, vamos apontar as iniciativas de aparição pública mais comumente utilizadas por Jair Bolsonaro com base nos tipos de eventos promovidos e ainda selecionar um conjunto de imagens significativas do presidente para observar esse fenômeno mais detalhadamente.

Partiremos da observação de um caso específico, o evento da Praia Grande (SP) ocorrido em janeiro de 2021. O fato trata do dia em que o ex-presidente aparece em uma embarcação perto dos banhistas. Em seguida, salta ao mar e nada até a praia, onde é cercado por uma aglomeração de pessoas.

Metodologia

A fim de observarmos padrões nos eventos promovidos pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, foi criada uma tabela com a listagem em ordem cronológica. Foram selecionados os de maior interesse para o objetivo dessa pesquisa, ou seja, os que tivessem a proliferação de imagens como seu objetivo primordial. Para tanto, levamos em conta a repercussão midiática dos mesmos (medida pelo interesse midiático do evento e também pela replicagem de imagens na imprensa e em redes sociais). Os critérios para a seleção dos eventos estão descritos abaixo.

A fim de evitar a entrada de novos elementos, delimitamos o período de 05 de maio de 2020 a 1 de novembro de 2021, de forma a compreender o esforço do presidente em manter sua popularidade no período de pandemia e de crescentes críticas ao seu governo. O período proposto decorre da data que marca o aumento significativo de rejeição de Bolsonaro, segundo



a pesquisa da XP Investimentos divulgada no início de abril de 2020 (APROVAÇÃO, 2020). Segundo a pesquisa, 28% aprovavam e 42% rejeitavam o presidente. O período é relevante, pois mostra uma correlação entre o início de queda de popularidade e o aumento destes eventos planejados. Com relação aos números da Covid-19, em maio de 2020 o país atingiu a marca de 30.000 mortos pela doença. Já em novembro de 2021, o número havia ultrapassado 600.000 óbitos (CONASS, 2023).

Além da delimitação temporal, os eventos elegíveis para a análise foram selecionados com os seguintes critérios:

- Publicados na conta do *Twitter* oficial de Jair Bolsonaro;
- Apelo a um movimento em prol do próprio ex-presidente ou que suscitasse algum tipo de comoção social e;
- Repercussão por meio da elaboração de notícias em outras mídias que não apenas os canais do presidente.

A partir desses parâmetros, optou-se pela escolha da plataforma *Twitter* em função de ser uma rede social que se mostra como um grande palco para o debate político no meio digital (ROSSETTO, CARREIRO e ALMADA, 2013). Em trabalhos como o de Cunha e Doretto (2021), observamos a utilização da rede social para a análise de perfis políticos, como o de Marina Silva e Ciro Gomes, com bons resultados.

Além disso, a repercussão midiática geral nos permite observar o mesmo evento de diferentes pontos de vista, deixando ainda mais nítida a diferença entre uma filmagem oficial e amadora na retratação do ocorrido, possibilitando uma análise mais nítida e coerente. Abaixo apresenta-se a tabela com os eventos escolhidos para essa análise. Os elementos descritos nas colunas à direita contribuem para a identificação do evento, assim como as principais motivações e repercussões obtidas.



Tabela 1 - Eventos organizados por Bolsonaro entre 2020 e 2021

Evento	Data	Local	Descrição
Manifestação pró Bolsonaro.	03/05/2020	Palácio do Planalto/ Brasília	Ocorreu de maneira oposta às indicações do Ministério da Saúde e carregada de atos contra a constituição. Manifestantes se posicionam a favor de um regime militar e contra o STF. Diante desse episódio, Bolsonaro diz que irá exigir a constituição daquele momento em diante.
Exposição de roupas utilizadas no dia da posse.	07/12/2020	Palácio do Planalto/ Brasília	Foi exposto em cases de vidro as roupas utilizadas pelo presidente e a primeira-dama no dia da posse eleitoral. Na ocasião também foi beneficiado o alfaiate pessoal do presidente.
Aglomerção com banhistas em Praia Grande no litoral de São Paulo.	01/01/2021	Praia Grande/SP	Bolsonaro chegou de lancha na praia, chamando atenção de banhistas e causando aglomeração. O evento é filmado e fotografado de vários pontos, tanto da lancha como da praia.
Aglomerção bolsonarista no Maranhão	21/05/2021	Maranhão	Bolsonaro fez uma passagem em um bairro, chegando e saindo de Helicóptero, sem máscara e causando aglomeração. Transita pelo bairro e faz foto com apoiadores. Novamente acompanhado de sua equipe de filmagem pessoal. (recebe multa do Estado)
Motociata planejada pelo presidente	23/05/2021	Rio de Janeiro	Trajatória do Parque Olímpico ao Aterro do Flamengo, seguida de faixas com defesa a atos inconstitucionais, ausência de máscaras e aglomeração. O próprio presidente ressalta seu desacordo com as medidas de segurança da pandemia
Motociata em São Paulo	12/06/2021	São Paulo	Motociata foi marcada como provocação contra João Dória na cidade de São Paulo, onde foram desrespeitadas diversas normas da pandemia. Bolsonaro também foi multado pelo governo Paulista.
Bolsonaro provoca aglomeração com sua chegada ao Rio Grande do Norte.	24/06/2021	Rio Grande do Norte	Bolsonaro pega uma criança de colo, que foi entregue por um de seus apoiadores e então retira a máscara da criança. Aglomeração foi causada pelo presidente e seu ato teve a tentativa de simbolizar a liberdade.
Motociata marcada pelo ataque ao STF e defesa do voto impresso	26/06/2021	Chapecó/S C	Houve uma live realizada pela conta oficial do presidente no <i>Facebook</i> , enquanto ele dirigia sua moto, seguido de apoiadores.
Desfile de comboio Militar	10/08/2021	Brasília	Bolsonaro orquestrou um desfile dos veículos militares ao redor do Palácio da Alvorada
Apresentação de coral religioso	25/08/2021	Brasília	Em frente ao Palácio da Alvorada um coral infantil e religioso foi convidado para se apresentar. Nesse evento Bolsonaro segura uma criança de colo de um apoiador enquanto assiste.
Manifestação pró Bolsonaro	07/09/2021	Brasília e São Paulo	Presidente convocou atos pró-governo, com pauta antidemocrática e ameaças aos ministros do supremo e ao congresso.



Bolsonaro come pizza em pé com ministros do lado de fora de restaurante	19/09/2021	Nova York	Bolsonaro é obrigado a comer pizza nas ruas de Nova York por não estar vacinado, portanto proibido de entrar no restaurante. Registra e publica em redes sociais a ocasião.
---	------------	-----------	---

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Nos eventos selecionados, podemos observar que a maioria aconteceu em Brasília, mas com os demais distribuídos por quase todo o Brasil, incluindo as regiões Sul (Chapecó), Sudeste (São Paulo e Rio de Janeiro) e Nordeste (Maranhão e Rio Grande do Norte), além do fato selecionado de Nova York. As estratégias são variadas, com predominância das motocicletas (3 eventos) e situações envolvendo aglomerações de pessoas (6 eventos). A exposição das roupas utilizadas na posse e a situação do restaurante nos EUA geraram alta especulação midiática em torno dos fatos.

O evento da Praia Grande

Com a tabela concluída e os eventos de interesse já listados, prosseguimos para a seleção de um evento que seja rico em conteúdo para a análise proposta, viabilizando um exame contundente e aprofundado. O evento selecionado foi a aglomeração de Bolsonaro com banhistas em Praia Grande, sobre o qual foram levantadas diferentes características de interesse, como a procedência das filmagens, que é originária de pessoas que estavam na mesma lancha de Bolsonaro. Além desse ponto, também foram levantados outros questionamentos, como a qualidade da filmagem, a disposição dos banhistas antes mesmo de iniciar a gravação e posicionamento do presidente sobre o evento no *Twitter*. Como veremos a seguir, a postagem do vídeo na conta oficial do ex-presidente com alto nível de engajamento, a alta replicagem das imagens amadoras por outros veículos de comunicação e a análise das mesmas imagens por jornalistas e críticos foram fatores importantes na seleção deste evento para análise.

Assim, os elementos que serão analisados elencam o fato em si (em que o vídeo selecionado é o principal elemento de análise). Como o vídeo foi divulgado pela conta oficial de Bolsonaro no *Twitter*, outros elementos entram na análise em função das características próprias da plataforma. Serão considerados os comentários sobre o post, incluindo elementos



textuais e visuais. Além disso, notícias divulgadas na imprensa também são dados observados e, sempre que necessário, faremos referência às fontes dessa categoria.

Partindo das cenas principais, foram levantadas algumas resenhas de críticos sobre o episódio, de forma a analisar diferentes visões não apenas sobre o aspecto político, mas também impressões sobre o teor daquelas imagens.

Lília Schwarcz publicou a seguinte manifestação no seu perfil pessoal do Instagram (@lilliaschwarcz): “Complicado é um presidente que não aguenta ficar na sua e faz qualquer coisa para ser adulado; até se jogar na água e sair nadando em direção à multidão.” (SCHWARCZ, 2021, online). A autora aponta a necessidade de exibição de Bolsonaro que precisa aparecer fortalecido publicamente, em meio às críticas severas naquela fase de seu mandato. Mostra ainda o desejo do ex-presidente de ter por perto um palco onde quer que esteja, cultivando uma imagem caricata e saturada.

O posicionamento dentro dos principais canais de notícia foi acompanhado de adjetivos negativos em sua maior parte relacionados à inadimplência do presidente em resposta à quarentena, colocando Bolsonaro como responsável pelo quadro negativo do andamento do combate à pandemia. As manchetes traziam nos títulos expressões como “causa aglomeração” (ANDRADE, 2021) e “gera aglomeração” (AGOSTINE, 2021), intitulando mais uma vez o presidente como vetor de contágio e contrário às normas de segurança.

Contudo, percebe-se que a base de apoio bolsonarista não compactuava com as críticas a Bolsonaro e fez questão de apresentar um posicionamento retórico em sua defesa. É o caso da prefeita de Praia Grande naquela data, Raquel Chini, que na tentativa de minimizar os atos de Bolsonaro alegou que não sabia se havia contágio no mar. Ou mesmo outros apoiadores que defenderam o ato colocando que os banhistas já estavam na praia antes mesmo da presença do presidente (ZANINI, 2021).

Na conta oficial de Bolsonaro no *Twitter*, o tema foi identificado em um post, publicado no primeiro dia de janeiro de 2021, logo em sequência ao acontecimento. A imagem abaixo apresenta o post:



Figura 1 - Post sobre o evento na Praia Grande na página oficial do presidente no *Twitter*



Nesse post serão analisados três pontos distintos, sendo o primeiro deles a forma que o conteúdo foi publicado. A descrição escolhida tem um caráter mais próximo a um registro do que a uma divulgação ou mesmo um aspecto glorioso de sua aparição. Nesta publicação, Bolsonaro parece apenas retratar palavras-chave de caráter neutro. Entende-se que a forma como acontece e o modo pelo qual a publicação será encontrada ou referida já são escolhas que podem afetar a visibilidade do conteúdo e a imagem percebida da personalidade pública.

Provavelmente a intenção é fazer com que os algoritmos da plataforma joguem a seu favor, em função do alto número de seguidores no *Twitter*. Podemos dizer que ele utilizou todas as possibilidades para alcançar a visibilidade por meio das palavras-chave. Essa estratégia se demonstra eficaz, pois mesmo o usuário pesquisando por “Praia Grande”, “Bolsonaro” ou mesmo pela data do ocorrido, pesquisas que podem ser consideradas de caráter neutro, um dos primeiros resultados será o post do presidente, portanto com uma postura tendenciosa.

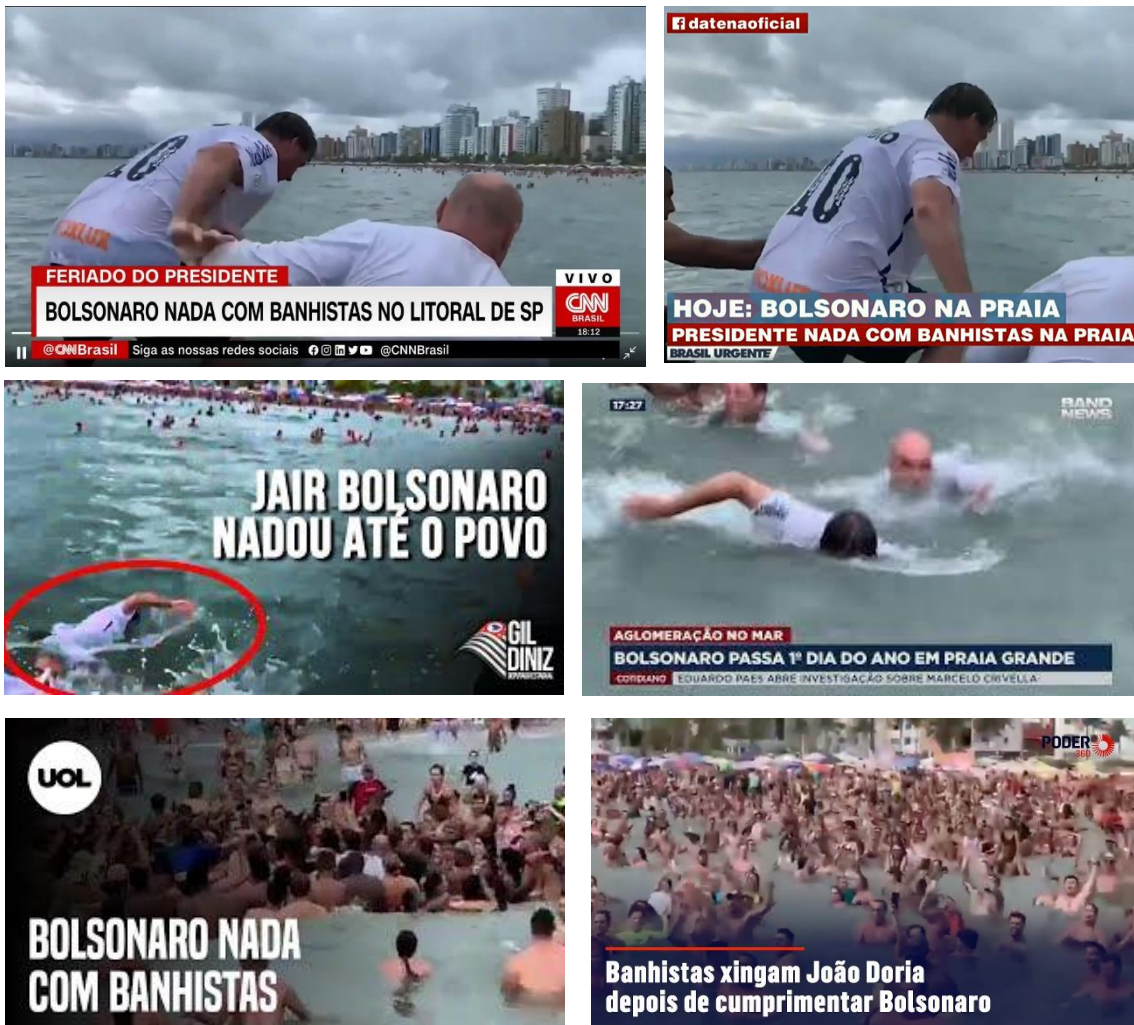
O segundo elemento analisado do post é a própria gravação do vídeo. Essa é uma evidência sólida de que a gravação não apenas é obra da equipe de Bolsonaro, mas também que é favorável à sua imagem. Diferentemente da informação divulgada por boa parte dos veículos de comunicação, o perfil de Bolsonaro publica fatos que sejam favoráveis para a manutenção de sua base de apoio, proporcionando uma repercussão positiva do caso. A filmagem com ângulo de dentro do barco foi a que ocupou a maior parte dos portais de notícias na época do



ocorrido, o que demonstra a ausência da diversidade de registros do evento, tendo apenas um vídeo e seleção de frames do momento a partir da ótica de uma pessoa presente na embarcação do presidente.

A exposição massiva de frames que compartilham a origem do mesmo vídeo pode ser observada nas reportagens abaixo. Diferentes canais e portais de notícias utilizaram da mesma gravação providenciada pela equipe de Bolsonaro, colocando o então presidente de costas em primeiro plano e ao fundo a aglomeração formada por apoiadores.

Figuras 2 a 7 - Frames de vídeos diferentes canais falando sobre o evento (CNN, Datenaoficial, Gil Diniz, Band News, UOL e Poder 360, respectivamente)





Os exemplos apresentados acima demonstram que as filmagens têm a mesma perspectiva, de dentro do mar e voltado em direção à praia. O que permite afirmar que partem da embarcação em que Bolsonaro estava. Vê-se, assim, o esforço para que o evento seja retratado de maneira efetiva e do ponto de vista esperado. Por isso a preocupação em não só ter uma rápida passagem pela praia, mas também publicar e divulgar o vídeo o mais rápido possível nas redes sociais.

A estratégia nos remete às novas visibilidades proporcionadas pelo advento das mídias comunicacionais, conceito proposto por Thompson (2008). Para o autor, o ato de ver não pode ser visto de forma isolada, mas acompanhado de outros pressupostos culturais e técnicos, além da palavra falada ou escrita. Segundo ele:

Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias (THOMPSON, 2008, p. 21).

São alguns desses elementos técnicos do vídeo que chamamos atenção aqui. Quanto aos políticos, o mesmo autor vai dizer que o novo tipo de visibilidade proporcionou que eles utilizassem os meios para se autopromoverem, destacando algum aspecto de si mesmos ou de sua vida pessoal. No vídeo selecionado, por exemplo, o ex-presidente releva ao público suas “habilidades com a natação” e também sua preferência por um time de futebol paulista, o Santos, estampada na camisa usada no dia do evento.

O terceiro e último ponto sobre o evento nas redes sociais é o efetivo impacto que ele obteve, independente das intenções por trás da programação. Para isso foi desenvolvida uma análise quantitativa das palavras mais recorrentes nos comentários desse post e uma análise qualitativa das imagens mais frequentes.

A planilha abaixo foi construída a partir do aplicativo *Octoparse* que transcreveu grande parte dos comentários do post do *Twitter* para uma planilha em *Excel*. Após essa extração, o arquivo foi submetido ao programa *Atlas Ti* que fez a filtragem desses comentários,



contabilizando o número de incidências de cada palavra e ranqueando essas a partir do número de suas aparições:

Tabela 2 - Quantidades de menções das principais palavras dos comentários na postagem no *Twitter*

Conceito	Cont...
presidente	236
povo	145
mídia	90
ano	88
parabéns	82
corrupção	75
brasileiro	74
vc	71
senhor	67
formar	58
homem	50
PR	49
coisa	49
pontar	48
emoção	47
governar	46
Brasil	46
país	45
lado	43
Presidente BOLSONARO	43
caro	42
ruir	42
atenção	42
pessoa	39
aglomeração	38

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A seleção das palavras-chave nos comentários da publicação possibilitou o destaque de três – presidente, povo e mídia – elementos que são definidores do evento. “Presidente” é o principal vocábulo empregado, o que valida o foco do assunto da publicação. “Povo” foi o segundo item mais empregado e tem relação com à aglomeração que o evento promoveu. Já “mídia”, refere-se, principalmente, ao modo como o evento foi recebido pelo público.

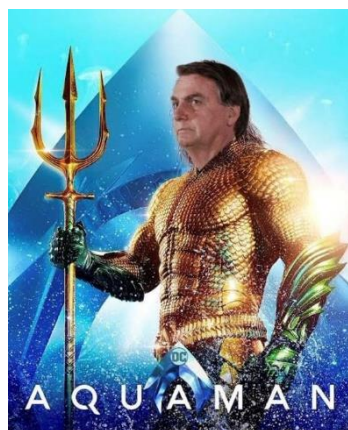
Percebe-se ainda que algumas palavras apresentam conotação negativa, como “corrupção”. O termo foi utilizado tanto em apoio ao presidente, por meio de mensagens que elogiavam o combate à corrupção durante sua gestão, como em tom pejorativo, para questionar sobre os escândalos de corrupção envolvendo o seu nome durante o período de governo como presidente.



Na lista ainda é possível identificar outras palavras de caráter negativo, como “aglomeração”. Palavra empregada quase exclusivamente em comentários contrários à ação do presidente e que questionavam o seu posicionamento frente às orientações de isolamento social. Contudo, o principal ponto que conecta as palavras é uma imagem de respeito ao presidente, o referenciando como “senhor” e uma vibração patriota e nacionalista em comemoração à sua aparição, com palavras como “parabéns”, “brasileiro”, “emoção” e “país”. De modo a cumprir com a intencionalidade de sua aparição e, portanto, concretizando o que foi pautado sobre a estética amadora (BRASIL; MIGLIORIN, 2010) de Bolsonaro, retratado como um homem do povo e, de maneira literal, sendo abraçado por sua base de apoio.

Entretanto, a análise apenas das palavras não é suficiente para este post que também contém diferentes imagens que refletem sobre o incidente, seja contra ou a favor. Por isso, foram selecionadas as duas imagens abaixo que passaram constantemente entre os comentários, sendo a primeira favorável ao presidente e a segunda contrária à sua publicação no *Twitter*:

Figuras 8 e 9 - Memes vinculados ao post analisado



lemanjá depois que Bolsonaro pulou no mar



Sobre as duas imagens selecionadas, percebe-se que uma delas foi propagada pela base de apoio de Bolsonaro, enquanto que a outra foi difundida pela oposição. Ambas cultivam um teor cômico, independente de serem em apoio ou rejeição a Bolsonaro. Para essa manifestação foram utilizados elementos culturais do cinema comercial para compor uma imagem que flerta com o tosco e o mal acabado. Evidencia um transbordamento da estética amadora de Bolsonaro que se estende ao público consumidor de sua imagem, principalmente a sua base de apoio.



Por exemplo, estas imagens ilustram bem o modo como os eventos orquestrados por Bolsonaro se propagam. Um acontecimento apelativo envolvendo a presença do presidente em um local público proporciona a criação de imagens e textos de grande circulação, o que na cultura digital é popularmente chamado de “memes”. Assim como as imagens acima demonstram nas interações nas publicações do perfil de Jair Bolsonaro no *Twitter* são recorrentes os comentários com um teor cômico e saturado, não apenas na publicação selecionada, mas em diversos posts. Essa criação de situações esteticamente apelativas se tornou uma marca registrada de seus eventos em vigência da manutenção de sua base de apoio.

Contudo, tendo ciência da participação dos apoiadores de Bolsonaro à estruturação de seus eventos de autopromoção, se torna evidente que o planejamento traçado anteriormente ao evento teve um ciclo de êxito. O episódio oportunizou que Bolsonaro figurasse mais uma vez entre os trending topics do *Twitter* (MORGENSTERN, 2021), à página de início de diversos canais de notícias e, principalmente, à boca do povo brasileiro.

Para compreender esse movimento, é necessário retomar os primeiros momentos de todo esse teatro, quando Bolsonaro aparece na orla da praia aglomerando centenas de banhistas que gritam seu nome. Sua equipe foi hábil o suficiente para executar a aparição do presidente de modo que a filmagem favorecesse apenas a ele, excluindo aqueles contrários à sua presença na praia, além de criar um conteúdo audiovisual quase exclusivo do momento, sem a presença da imprensa devido ao curto tempo de permanência de Bolsonaro no local. Isso fez com que houvesse a circulação na mídia nacional de um vídeo de características amadoras orquestrado inteiramente por pessoas da confiança de Bolsonaro.

Por fim, a ação concretiza o ciclo com a resposta do público, tendo nas redes sociais apoiadores que compartilham e se identificam às características do amator, um público que aprecia e compactua com a figura que é apresentada. Esse público alimenta essa imagem, que por sua vez é produzida exclusivamente para esse público, levando a um ciclo vicioso que denuncia a movimentação excessiva de Bolsonaro para a manutenção de sua base de apoio.



Conclusão

A articulação de Bolsonaro pode ser caracterizada de caráter extremamente sutil, pois se origina de aspectos descuidados e espontâneos, enquanto acontece de uma maneira cuidadosa e desenvolvida, desencadeando uma sequência de fatos específicos demais para serem obras exclusivamente do acaso, apresentando um cenário construído que provoca uma cadeia de acontecimentos.

A estratégia, ao menos perante a perspectiva do evento analisado, tem se mostrado frutífera, pois demonstra que é possível criar uma ampla repercussão midiática a partir de uma perspectiva audiovisual desejada. Além disso, as redes sociais se mantiveram constantemente ativas, contribuindo de forma favorável à imagem do ex-presidente. Ainda que seja possível perceber a crítica (por parte de jornalistas e acadêmicos), a estética amadora prevalecia em alinhamento com as intenções da propaganda promovida pelo então governo.

Em suma, Bolsonaro tem replicado uma metodologia de autopromoção que não é original do seu mandato como presidente. Como demonstramos por meio da listagem dos eventos, essa estratégia é recorrente em diferentes períodos, lugares e condições, o que continua rendendo resultados otimistas para sua imagem pública. Portanto, é de importância que estes eventos sejam tratados de acordo com seu planejamento e intencionalidade, questionando cada vez mais sua casualidade.

Importante ressaltar ainda as limitações desse estudo, uma vez que fizemos a análise de um estudo de caso em específico. Considerações mais abrangentes precisariam de análises de outros eventos em profundidade, assim como de um adensamento na investigação das estruturas de apoio técnico que acompanharam o político durante seu mandato como presidente.

Considerando a ação bem sucedida que apontamos e o amplo legado de seguidores que Bolsonaro deixou após a saída da presidência, é relevante que estudos como esse continuem, pois podem auxiliar na compreensão de outras estratégias similares observadas no campo político-midiático brasileiro contemporâneo.



REFERÊNCIAS

- AGOSTINE, Cristiane. Bolsonaro nada com banhistas na Praia Grande e gera aglomeração. **Valor Econômico**, 01 jan. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2021/01/01/bolsonaro-nada-com-banhistas-na-praia-grande-e-gera-aglomeracao.ghtml>. Acesso em: 09 ago. 2023.
- ALBUQUERQUE, Ana Luísa. Motociatas de Bolsonaro já custaram ao menos R\$ 5 milhões aos cofres públicos. **Folha de S. Paulo**, 26 dez. 2021.
- ANDRADE, Hanrrikson de. Bolsonaro nada com banhistas, causa aglomeração e publica ofensa a Doria. **UOL**, 01 jan. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/01/01/bolsonaro-faz-passeio-de-lancha-e-acena-a-areia-lotada-em-praia-grande-sp.htm>. Acesso em: 09 ago. 2023.
- APROVAÇÃO de Bolsonaro confirma curva negativa: 28% aprovam e 42% rejeitam. **Poder 360**, 3 abr. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/aprovacao-de-bolsonaro-confirma-curva-negativa-28-aprovam-e-42-rejeitam/>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- AZEVEDO JUNIOR, A. de C.; BIANCO, E. C. V. O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil. **Revista Eco-Pós**, v. 22, n. 2, p. 88–111, 2019. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/5. Acesso em: 8 ago. 2023.
- BRASIL, André; MIGLIORIN, César. Biopolítica do amador: generalização de uma prática, limites de um conceito. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 20, p. 84-94, dez. 2010.
- CIOCCARI, D.; PERSICHETTI, S. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alterjor**, v. 18, n. 2, p. 201-214, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/144688>. Acesso em: 8 ago. 2023.
- COMO Bolsonaro, Mussolini desfilava de moto com apoiadores. **Brasil 247**, 23 mai. 2021. Disponível em: <https://www.brasil247.com/brasil/como-bolsonaro-mussolini-desfilava-de-moto-com-apoiadores>. Acesso em: 30 jul. 2021.
- CONASS. **Painel Nacional: Covid-19**. Brasília: CONASS, 2023. Disponível: <https://cieges.conass.org.br/paineis/listagem/situacao-de-saude-da-populacao/casos-e-obitos-covid-19>. Acesso em: 08 ago. 2023.
- CUNHA, Glauce; DORETTO, Juliana. A “múmia” e o “coronel”: recepção nas redes sociais de Marina Silva e Ciro Gomes. **Novos Olhares**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 64-77, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/181210>. Acesso em: 2 maio. 2023.
- FELDMAN, Ilana. O apelo realista. **FAMECOS**, v. 15, n. 36, p. 61-68, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4416>. Acesso em: 2 maio 2023.
- MAIA, L. R. H.; SPANIOL, B. P. N.; KLEIN, E. J. da C. Populismo digital e autenticidade fabricada na campanha de Jair Bolsonaro no Instagram. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 2, p. e6055, 2022. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6055>. Acesso em: 8 ago. 2023.
- MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, p. 155-184, 2002.



MORGENSTERN, Flávio. Bolsonaro não “gerou aglomeração”: todos já estavam lá antes. **Senso Incomum**, 04 jan. 2021. Disponível em: <https://sensoincomum.org/2021/01/04/bolsonaro-nao-gerou-aglomeracao-todos-ja-estavam-la-antes/>. Acesso em: 08 ago. 2023.

MUSSOLINI, ditador fascista italiano, também desfilou de moto para demonstrar poder. **Hypeness**, 25 maio 2021. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2021/05/mussolini-ditador-fascista-italiano-tambem-desfilou-de-moto-para-demonstrar-poder/>. Acesso em: 30 jul. 2021.

PALÁCIO, Fábio. Estética fascista une fantasias de Bolsonaro e Mussolini com motos. **Folha de S. Paulo**, 28 mai. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2021/05/estetica-fascista-une-fantasias-de-bolsonaro-e-mussolini-com-motos.shtml>. Acesso em: 30 jul. 2021.

POLYDORO, Felipe da Silva; COSTA, Bruno Simões. A apropriação da estética do amador no cinema e no telejornal. **Revista Líbero**, n. 34, 2014. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/103>. Acesso em: 12 abr. 2023.

POZZATO, M. P. O corpo do líder carismático: uma perspectiva semiótica. **Estudos Semióticos**, v. 14, n. 1, p. 169-181, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/144321>. Acesso em: 8 ago. 2023.

ROSSETTO, G. P.; CARREIRO, R.; ALMADA, M. P. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Compólitica**, v. 3, n. 2, p. 189-216, 22 dez. 2013.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Cia das Letras, 2019.

SILVA, Tarcisio Torres. **Ativismo digital e imagem**: estratégias de engajamento e mobilização em rede. Jundiaí: Paco editorial, 2016.

THOMPSON, J. B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190>. Acesso em: 9 ago. 2023.

ZANINI, Fábio. Prefeita de Praia Grande minimiza aglomeração de Bolsonaro e diz que não sabe se há contágio no mar. **Folha de S. Paulo**, 01 jan. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/columnas/painel/2021/01/prefeita-de-praia-grande-minimiza-aglomeracao-de-bolsonaro-e-diz-que-nao-sabe-se-ha-contagio-no-mar.shtml>. Acesso em: 09 ago. 2023.