

## **O FIM ESTÁ PRÓXIMO: REPRESENTAÇÕES RELIGIOSAS NO DISCURSO DOS PERFIS DO X DE LÍDERES BOLSONARISTAS DURANTE O SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES DE 2022**

**EL FIN ESTÁ CERCA: REPRESENTACIONES RELIGIOSAS EN EL DISCURSO DE LOS PERFILES X DE LÍDERES BOLSONARISTAS DURANTE LA SEGUNDA VUELTA DE LAS ELECCIONES DE 2022**

**THE END IS NEAR: RELIGIOUS REPRESENTATIONS IN THE DISCOURSE OF BOLSONAROIST LEADERS' X PROFILES DURING THE SECOND ROUND OF THE 2022 ELECTIONS**

**DOI:**

<https://doi.org/10.36311/1982-8004.2024.v17.e024013>

Dossiê

Recebido: 14/07/2024

Aprovado: 14/08/2024

Publicado: 20/09/2024

---

Leonardo Faustino Pereira<sup>a</sup>

 <https://orcid.org/0000-0002-0100-2425>

<sup>a</sup> Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas), Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Belo Horizonte, Minas Gerais. E-mail: [leonardopereira.faustino@hotmail.com](mailto:leonardopereira.faustino@hotmail.com)

**Resumo:** O presente artigo desenvolve um estudo comparativo quanto às publicações dos perfis oficiais da rede social X dos congressistas Nikolas Ferreira e Magno Malta, que ocorreram durante o mês de outubro de 2022 e que mencionam de forma expressa os termos: deus; fé; igreja; cristo; jesus; cristão(s); oração; bíblia. A análise teve como objetivo compreender como temáticas e representações religiosas foram usadas durante a campanha eleitoral do segundo turno daquele ano nas redes sociais por ativistas de ultraconservadores. Note-se, inclusive, que a escolha do X como fonte de dados não foi ao acaso. Apesar de pouco usada no Brasil se comparada a redes como o Instagram ou o Facebook, ele é notório tanto pelo engajamento de seus membros, quanto pela sua capacidade de criação de imagens e textos “virais” capazes de pautar o debate das outras redes. E a análise qualitativa aqui empreendida dos conteúdos textuais, imagéticos e audiovisuais dos dois citados perfis da plataforma, apresentou resultados curiosos. Percebeu-se não apenas uma grande recorrência do uso dos termos, mas uma similaridade do conteúdo das mensagens em que eles apareceram. Notou-se que as estratégias de comunicação digital empregadas pelos dois perfis frequentemente apresentaram representações e imaginários antissistêmicos. O processamento dos dados da análise foi conduzido pelo programa IRAMUTEQ, que também foi utilizado para criar uma nuvem de palavras e dois gráficos de similitudes, que sintetizaram os resultados da pesquisa.

**Palavras-chave:** Ativismo digital; Redes Sociais; Bolsonarismo.

**Resumen:** El presente artículo desarrolla un estudio comparativo de las publicaciones en los perfiles oficiales de la red social X de los congresistas Nikolas Ferreira y Magno Malta, que ocurrieron durante el mes de octubre de 2022 y que mencionan de forma expresa los términos: dios; fe; iglesia; cristo; Jesús; cristiano(s); oración; biblia. El análisis tuvo como objetivo comprender cómo las temáticas y representaciones religiosas fueron usadas durante la campaña electoral de la segunda vuelta de ese año en las redes sociales por activistas ultraconservadores. Cabe destacar que la elección de X como fuente de datos no fue al azar. A pesar de ser poco usada en Brasil en comparación con redes como Instagram o Facebook, es notoria tanto por el compromiso de sus miembros como por su capacidad de crear imágenes y textos "virales" capaces de pautar el debate en otras redes. El análisis cualitativo aquí emprendido de los contenidos textuales, imagéticos y audiovisuales de los dos perfiles mencionados en la plataforma, presentó resultados curiosos. Se observó no solo una alta recurrencia del uso de los términos, sino también una similitud en el contenido de los mensajes en los que aparecieron. Se notó que las estrategias de comunicación digital empleadas por los dos perfiles frecuentemente presentaron representaciones e imaginarios antissistémicos. El procesamiento de los datos del análisis se llevó a cabo con el programa IRAMUTEQ, que también se utilizó para crear una nube de palabras y dos gráficos de similitudes, que sintetizaron los resultados de la investigación.

**Palabras Clave:** Activismo digital; Redes Sociales; Bolsonarismo.

**Abstract:** This article develops a comparative study of the publications on the official X social network profiles of congressmen Nikolas Ferreira and Magno Malta, which occurred during October 2022 and expressly mention the terms: God; faith; church; Christ; Jesus; Christian(s); prayer; Bible. The analysis aimed to understand how religious themes and representations were used during the second-round campaign of that year's election on social media by ultra-conservative activists. It is noteworthy that the choice of X as a data source was not accidental. Despite being less used in Brazil compared to networks like Instagram or Facebook, it is notorious both for the engagement of its members and its ability to create "viral" images and texts capable of shaping the debate on other networks. The qualitative analysis conducted here of the textual, imagistic, and audiovisual contents of the two mentioned profiles on the platform presented curious results. It was observed not only a high recurrence of the use of the terms but also a similarity in the content of the messages in which they appeared. It was noted that the digital communication strategies employed by the two profiles often presented anti-system representations and imaginaries. The data processing for the analysis was conducted using the IRAMUTEQ program, which was also used to create a word cloud and two similarity graphs, which synthesized the research results.

**Keywords:** Digital Activism; Social Networks; Bolsonarism.

## 1. INTRODUÇÃO

Um dos mais notórios e populares bordões eleitorais, entre políticos de viés conservador no cenário eleitoral de 2022, tornou-se a frase “Deus, pátria, família e liberdade”. *Slogan* muito próximo ao mote eleitoral conservador das eleições de 2018: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Palavras de ordem que, durante os dois processos eleitorais foram onipresentes em materiais de campanha nas redes sociais tanto para os apoiadores quanto críticos dos políticos que tomaram para si o bordão.

Para além das problemáticas referências ao integralismo e outras vertentes do fascismo presentes nos dois bordões e apontadas por autores como Cavalcanti et al (2022, p. 59); Carvalho e Paiva (2022, p. 219-220); Almeida (2022, p. 365-366), as duas frases sintetizam um elemento essencial para o conjunto de movimentos e pensamentos políticos populistas e reacionários que atualmente chamamos de bolsonarismo.

Elas resgatam a ideia de um apelo ao divino. Apelo, que embora seja atravessado pelo salvacionismo religioso, também resgata algo que Berlin (1968) chamou, ao sintetizar o pensamento de Donald Macrae sobre os elementos constitutivos do populismo, de “sonhos apocalípticos” (no original: “apocalyptic dreams”) (Berlin, 1968, p.172). Ideias de redenção e ruptura social com uma ordem supostamente doente, que partiriam de figuras messiânicas.

Sonho apocalíptico que não só é potencializado pela guerra por sentidos e significados presente nas redes sociais, mas que também ganha sentidos religiosos, a partir da dicotomia profano/sagrado desenvolvida pela fusão, como notado por Salles et al (2024, p.44); Lopes e Fulaneti (2022, p. 123), de aspectos religiosos e políticos no discurso bolsonarista. Embora a junção de elementos religiosos e políticos dentro de movimentos reacionários não seja nova ou sequer restrita ao cenário nacional ela representa, como notado por Silva et al (2023, p. 60); Gracino Júnior et al (2021, p. 571), uma tendência cada vez mais consolidada para os futuros certames eleitorais.

Um emergente padrão cujo estudo e compreensão de suas causas, efeitos e desdobramentos têm se tornado cada vez mais tema de trabalhos e estudos na área da sociologia e da ciência política, interseção na qual a discussão do presente artigo se

localiza. De forma mais minuciosa, é possível se dizer que o texto se vincula ao mesmo debate de trabalhos como os de Maly (2019), Cesarino (2020) e Salles et al (2022), que se debruçam sobre a análise do comportamento e ativismo político de agentes políticos de perfil reacionário e tradicionalista nas redes sociais.

Tendo isso em conta, o objetivo da pesquisa é compreender como elementos e representações de cunho religioso foram instrumentalizadas pelo discurso de líderes bolsonaristas nas redes sociais. Para esse fim, o artigo desenvolveu, com auxílio da ferramenta de processamento de dados IRAMUTEQ, um estudo comparativo dos conteúdos textuais, imagéticos e audiovisuais publicados pelos perfis oficiais no X do deputado federal Nikolas Ferreira e do senador Magno Malta durante o segundo turno das eleições de 2022, que mencionassem de forma expressa oito palavras-chave: “deus”, “fé”, “igreja”, “cristo”, “jesus”, “cristão”, “oração” e “bíblia”.

Quanto à argumentação do presente texto, essa foi dividida em três tópicos diferentes. O primeiro apresentará a metodologia, as ferramentas de análise e técnicas utilizadas durante o estudo, e algumas questões e desafios enfrentados na construção da presente pesquisa. Já o segundo tópico realizará uma breve revisão de literatura, para delinear e apontar os principais conceitos utilizados na análise. O último tópico, por fim, que compreende a maior parte do artigo, se entregará a uma detida análise dos resultados do presente estudo quanto as publicações selecionadas nos perfis do X, dos dois parlamentares elencados como nosso objeto de pesquisa.

## 2. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

O artigo se utilizou dos mecanismos de busca disponíveis na própria plataforma do X, para desenvolver seu levantamento de dados no perfil @nikolas\_dm do deputado federal por Minas Gerais e membro do Partido Liberal (PL) Nikolas Ferreira, e no perfil @MagnoMalta do senador pelo Espírito Santo e também membro do PL Magno Malta.

A escolha do X se deu por causa da importância contemporânea da plataforma na formação do discurso público nacional e global. A despeito dele não figurar entre as redes sociais mais usadas no Brasil, perdendo em número de usuários para redes como o

WhatsApp e o Instagram<sup>1</sup>, ele tem se tornado nos últimos anos um dos principais meios de comunicação oficial da parcela conservadora dos políticos brasileiros (Santos et al, 2020, p 79; Furlani e Mitozo, 2024, p.161). Uma das causas do fenômeno pode ser explicada, como notado por Furlani e Mitozo (2024, p. 162), pela falta de filtros e mediadores na plataforma. Ausência que permite uma comunicação direta entre os agentes políticos e suas bases de apoio, privilegiando um padrão de relações políticas populistas e a construção de campanhas eleitorais permanentes<sup>2</sup>.

Já a decisão quanto aos dois parlamentares cujos perfis estarão em análise, ocorreu por três fatores. O primeiro consiste no elevado número de seguidores que ambos os agentes políticos possuem na plataforma. Nikolas Ferreira, por exemplo, possui atualmente 3,9 milhões de seguidores em seu perfil oficial, Já Magno Malta possui 1,3 milhões. Considerando que o número total de perfis no X brasileiro é de apenas 22,13 milhões (Kemp, 2024)<sup>3</sup>, torna-se evidente o peso que os discursos e ativismo digital dos dois agentes políticos possuem na rede social. A segunda motivação por trás da escolha reside no fato de que eles possuem um perfil político próximo. Ambos atuam no legislativo federal, são membros da Frente Parlamentar Evangélica e construíram

---

<sup>1</sup> Kemp (2024), nota que 76,6% dos 187,9 milhões de usuários de internet no Brasil usaram alguma rede social durante o início de 2024, número que representa 78% da população total maior de 18 anos. As redes com maior número de usuários registrado no país são respectivamente: WhatsApp; Instagram; Facebook; Tiktok; Facebook Messenger; Telegram; Pinterest; Kuaishou; X. Ainda conforme dados do autor, enquanto as três primeiras redes possuem números de usuários que superam a marca de cem milhões, o X possui apenas 22,13 milhões de usuários no Brasil.

<sup>2</sup> “Jair Bolsonaro não seguiu receita diferente: adotou as redes sociais como seu principal meio de comunicação com o eleitorado, de construção de sua imagem pública, e, ainda, como meio para descredibilizar e deslegitimar, em tom combativo, a mídia que lhe era crítica. A estratégia de difusão de propaganda via redes sociais em busca de angariar e fidelizar apoio popular sob o discurso de estar em contato com o povo, em uma suposta relação direta entre representantes e representados, deixa de ser apenas estratégia eleitoral para se tornar prática de governo. Jair Bolsonaro, assim como Donald Trump, passaram então a utilizar o Twitter como meio oficial de comunicação do governo. O que antes pertencia apenas ao âmbito da comunicação político-eleitoral “passa à esfera da comunicação pública” (Mitozo; Costa; Rodrigues, 2020, p. 165), de forma que a campanha se torna, de tal modo, permanente. (Furlani e Mitozo, 2024, p.162).

<sup>3</sup>A despeito de estimar o número de usuários do X em 22,13 milhões, Kemp (2024) aponta a importância em diferenciar esse dado do número de usuários efetivamente ativos na plataforma. Métrica que ele nota poder variar de forma considerável de um mês para o outro. Junte-se a esse fato que a idade mínima para criação de perfis da plataforma é de apenas 13 anos, e a plataforma não diferencia na construção do número de sua base de usuários os perfis criados por pessoas físicas daqueles criados por empresas, coletividades, personagens fictícios etc. Considerando ainda, como notado por Sampaio (2024) e Taylor (2023), que perfis controlados por *bots* são comuns na plataforma, particularmente durante processos eleitorais, é razoável acreditar que o tamanho real da base de usuários ativa do X constituída de indivíduos brasileiros adultos e com direitos políticos tende a ser consideravelmente menor que o número total de usuários declarados.

imagens políticas fortemente ligadas a temáticas religiosas e morais. O terceiro motivo, por fim, se relaciona à atividade política dos dois durante o período de recorte. Tanto Nikolas Ferreira quanto Magno Malta durante o mês de outubro de 2022, não só haviam recentemente sido eleitos para o legislativo, mas estavam participando ativamente da campanha presidencial daquele ano.

Estabelecidas as razões da escolha da plataforma e dos perfis, resta enfrentar um dos principais problemas metodológicos decorrentes dessas escolhas. A curadoria realizada pelo próprio X, dos resultados disponibilizados pelo recurso de pesquisa avançada disponível na rede social. Algo, inclusive, que se constitui em um dos vários problemas para pesquisas acadêmicas realizadas na plataforma desde a sua compra por Elon Musk em outubro de 2022, e que tem tornado a rede cada vez mais hostil ao seu uso como campo nas mais variadas pesquisas científicas<sup>4</sup>.

Voltando ao tema, ao invés de expor todos os resultados disponíveis dentro dos requisitos de busca, o algoritmo do X apresenta apenas um recorte do conjunto total de publicações como é notado em artigo disponível no próprio site da plataforma para resolução de problemas, o *X help*. A seleção de resultados é realizada a partir de políticas e decisões internas da rede social que não são reveladas ao público. É ainda importante de se notar, que o mecanismo de busca da plataforma disponibiliza resultados diferentes de acordo com os períodos de início e fim estabelecidos para a busca. Muitas vezes, inclusive, apresentando um montante de resultados inversamente proporcional ao tamanho do período em que foi realizada a busca.

Não havendo a possibilidade de escapar desses filtros de pesquisa internos ao X, tentou-se minorar esse problema compartimentando ao meio o recorte temporal durante a coleta inicial dos dados, e realizando múltiplas buscas com os mesmos critérios de pesquisa em dias e horários diferentes durante os dias do mês de junho de 2024. A partir do que foi mencionado, o levantamento de dados se concretizou em duas frentes, uma

---

<sup>4</sup> Como notado por Mozelli (2023) e Walker (2024), antes do Twitter assumir o nome de X sob a liderança de Elon Musk, a plataforma era um espaço bastante aberto ao desenvolvimento de pesquisas, inclusive fornecendo de forma gratuita uma API que permitia aos usuários consultar e baixar uma variedade de *tweets* conforme os níveis de acesso. Contudo, desde março de 2023 a empresa revogou o acesso gratuito ao recurso, estabelecendo um regime de acesso pago ao seu API, inviabilizando grande parte das pesquisas que usavam a plataforma para desenvolver suas pesquisas de campo.

primeira coleta mais específica de dados textuais, e uma segunda coleta mais abrangente com a intenção de abranger elementos imagéticos e audiovisuais que tivessem eventualmente escapado da busca textual.

Na primeira, realizou-se uma coleta de dados na plataforma a partir das palavras-chave: “deus”, “fé”, “igreja”, “cristo”, “jesus”, “cristão”, “oração” e “bíblia”. Categorias que foram construídas organicamente durante as fases preliminares de levantamento e interação com o corpus da análise. Ainda em uma breve explicação quanto à escolha dos termos citados, é importante notar que esse texto faz parte de uma pesquisa de mestrado atualmente em andamento, sobre as estratégias comunicacionais usadas por ativistas antigênero ultraconservadores desde o início do certame eleitoral de 2022 até os ataques de 08 de janeiro de 2023. A percepção quanto à recorrência das oito palavras-chave na comunicação das redes sociais de Nikolas Ferreira, Magno Malta e outros ativistas antigênero não só no mês de outubro, mas durante todo o período eleitoral de 2022, motivou a criação desse breve estudo e a escolha do citado conjunto de termos para levantar seu corpus textual.

Mas voltando à discussão, em uma segunda frente do levantamento não se usou as palavras-chave, uma vez que os mecanismos de busca do X não são capazes de selecionar resultados que apareçam através de imagens ou no interior de vídeos. A partir dos resultados do segundo levantamento se realizou uma coleta manual das imagens e vídeos que contivessem os 08 termos já citados. A partir da transcrição do material audiovisual, se constituiu dois grupos diferentes para análise, um textual e um formado por imagens.

A partir de todo o material levantado e classificado, partiu-se para a fase de processamento dos dados. Etapa onde se utilizou o auxílio do software IRAMUTEQ (em francês, *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) para análise do corpus textual, que abrangia as transcrições, o conteúdo das publicações escritas, e as legendas das publicações de imagens e vídeos. O IRAMUTEQ é um programa de acesso gratuito que permite análises textuais através de ferramentas estatísticas podendo, inclusive, criar imagens e interfaces capazes de sintetizar conjuntos de dados, facilitando sua interpretação.

Utilizando o citado recurso digital, procedeu-se com a classificação e levantamento de padrões no uso de palavras dentro do corpus (processo conhecido como lexicografia) e a produção não só de uma tabela contendo os resultados, mas também de três imagens sintetizando esses dados. A primeira delas se constituindo de uma nuvem de palavras, que apontava a partir do tamanho e centralidade de cada palavra no espaço a frequência com a qual ela foi usada dentro das várias publicações nos dois perfis do X. Já as duas seguintes foram árvores de similitude, que apresentaram de forma gráfica a concorrência dos termos, assim como seus padrões de conexão interna.

Usando todos esses recursos, se passou para uma análise comparativa de cunho qualitativo, tanto dos padrões observados nos dados estatísticos condensados pelo IRAMUTEQ quanto daqueles percebidos a partir da observação e interpretação dos textos e dos segmentos de texto. Nessa última etapa, também se buscou compreender as relações entre os padrões estabelecidos entre as imagens publicadas e os elementos visuais presentes no material audiovisual transcrito, com os padrões visualizados nos textos escritos.

Passando para a próxima sessão do texto, vejamos como a literatura da área articula os conceitos utilizados nesta análise.

### **3. UMA BREVE REVISÃO DE LITERATURA**

Um ponto de partida essencial para a presente análise é a delimitação quanto ao que é o bolsonarismo. Um elemento da realidade social brasileira contemporânea que, apesar de ter se tornado onipresente nas mais variadas esferas do discurso social e político, possui uma definição difícil, dada sua complexidade. Lynch e Cassimiro (2022, p. 66-67), por exemplo, apontariam o bolsonarismo como uma manifestação radical do populismo reacionário de direita. Rocha (2023, p. 149), por sua vez, definiria o fenômeno como um movimento político de massas, fundamentalista e de viés autoritário, fundado na capitalização política de dissensos sociais, e na promoção de perspectivas de mundo dicotômicas e agonísticas.

Já para Cesarino (2022b, p. 164) que parte de uma perspectiva cibernética<sup>5</sup>, o bolsonarismo seria menos uma questão de conteúdo e mais um conjunto de práticas e estratégias de mobilização tecnopolíticas. Nas palavras da autora, “uma dinâmica sociotécnica de mobilização contínua e performativa de demandas latentes, num fluxo de causalidade circular entre influenciadores e influenciados orientado por métricas em tempo real” (Cesarino, 2022b, p.164).

Essa última percepção é bastante interessante para o presente texto, uma vez que aponta o papel essencial que as redes sociais possuem para a própria existência do movimento. Não só ele, inclusive, mas também de outras manifestações recentes do pensamento político conservador pelo mundo. Algo sobre o que Da Empoli (2019) discorre longamente, ao falar sobre a natureza virtual do trumpismo, do movimento Cinco Estrelas italiano e de outras manifestações do ultraconservadorismo global.

Obviamente, não se fala aqui que os elementos populistas e reacionários do bolsonarismo não sejam fundamentais para compreender não apenas ele, mas também suas origens e desdobramentos futuros. Apontar-se-á mais a frente, inclusive, que existe uma relação indissociável entre forma e conteúdo nesse quesito. Contudo, é necessário perceber que para além de questões de ideologia e de agendas de conjuntura, o bolsonarismo e outros conjuntos de pensamento político de extrema-direita que surgiram nos últimos anos, são fenômenos políticos que não poderiam existir sem a dimensão performativa das redes sociais.

E, por performance se toma aqui um sentido próximo ao dado por Butler (2021), que entende pelo termo a ideia de que atos verbais e não verbais não são só mensageiros de sentidos que comunicam mensagens pré-existentes. Muito mais do que isso, o ato de falar, agir e se comportar de certas maneiras cria e reforça normas e identidades sociais. “Ser chamado não é meramente ser reconhecido pelo que já se é, mas sim ter a concessão

---

<sup>5</sup> Por cibernética, Cesarino (2022a; 2022b) não se restringe a compreensão vulgar do termo. Para a autora, a cibernética é uma interpretação de sistemas (esses compreendidos como elementos conjunturais e únicos a uma determinada realidade e contexto histórico) de forma não linear, mas como “padrões de coemergência de agências em um mesmo campo dinâmico de complexidade regidos por causalidades recursivas” (Cesarino, 2022a, p. 30).

do próprio termo pelo qual o reconhecimento da existência se torna possível” (Buttler, 2021, p. 18).

O bolsonarismo, e outros movimentos de caráter ultraconservador que se floresceram na ecologia das redes, apesar de cada vez mais se tornarem capazes de moldar políticas públicas e ter impactos perenes no mundo real, possuem uma dimensão essencialmente performativa e digital. Isso, porque grande parte da identidade do bolsonarismo, de como ele é visto externamente e mesmo entendido internamente, se constrói continuamente a partir do ativismo político ultraconservador que tomou as redes. Como notado por Maly (2019, p. 7); Cesarino (2022b, p. 150), a nova extrema-direita do século XXI, existe e se comunica a partir dos parâmetros e ecologia das plataformas. Um ativista político de sucesso na extrema-direita contemporânea se tornou alguém capaz de lidar e se adaptar ao dinâmico funcionamento das plataformas<sup>6</sup>, alocando grandes espaços da atenção social de apoiadores e opositores no concorrido mercado do entretenimento das plataformas, através de mensagens de alta toxicidade.

E é importante notar, que o caráter tóxico do discurso digital do bolsonarismo (e de outros movimentos de extrema-direita), não são acidentais ou meros resultados do caráter destrutivo e violento desses conjuntos de formas de pensar o político. Sequer são apenas resultados do design das redes sociais que, como notado por Rocha (2023, p. 156); Da Empoli (2019); Cesarino (2022b, p.18); Maly (2019, p.7); privilegiam grupos políticos conservadores<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup>“Setting up successful socio-technical activism, means that one should understand the contemporary media ecologies. Within these ecologies popularity is a coded and quantified concept and as such it is manipulable (van Dijck, 2013, p. 13). It is this digital notion of popularity that opens a whole new domain of digital activism. I (Maly, 2018a) called this algorithmic activism: “algorithmic activists use (theoretical or practical) knowledge about the relative weight certain signals have within the proceduralized choices the algorithms of the media platforms make as proxies of human judgment, in relation to the goals of the medium itself” (Maly, 2018a). This type of activism presupposes that activists not only subscribe to the message they interact with, but also understand the affordances and the algorithmic construction of the medium. That they understand how interaction—according to the popularity principle—generates visibility. As we shall see, the New Right activists of Schild & Vrienden use this knowledge about platforms and algorithms in service of its metapolitical strategy. Metapolitics 2.0 inevitably has an important “algorithmic activist” dimension”. (Maly, 2019, p. 7)

<sup>7</sup> E muitas vezes não é meramente design, mas uma intervenção direta das Big Techs sobre a política interna dos países. Quanto a esse tema, é particularmente interessante ler o artigo de Mac et al (2024), publicado em 12 de maio no New York Times, em que os jornalistas apontam que Elon Musk teria instrumentalizado o X politicamente contra governos de várias nações do globo, com a intenção de favorecer interesses corporativos.

A toxicidade é aqui entendida como uma espécie de estratégia de hegemonia discursiva que se baseia na legitimação e reprodução de discursos violentos e agressivos, com grande capacidade de engajamento e replicabilidade, com a intenção de deslegitimar e combater o surgimento de discursos contrários (Recuero, 2024, p.6). Apropriando-se aqui de uma imagem popular que sintetiza o conceito, por toxicidade podemos compreender, basicamente, “envenenar o poço” do debate.

A toxicidade é uma característica inerente aos discursos mediados que é diretamente influenciado pela estrutura das plataformas e sua apropriação pela sociedade. Embora a maioria das tentativas de definir toxicidade visam qualificar esses discursos, eles muitas vezes ignoram uma dimensão essencial da violência discursiva que ocorre através de plataformas: até que ponto se espalha e se espalha contamina outros discursos. Portanto, a toxicidade representa o grau em que um determinado discurso pode se espalhar e negar influenciar ativamente outros discursos, um potencial amplificado pela infra-estrutura técnica das plataformas. Esta dimensão é crucial fundamental para a compreensão das ações e do discurso facilitados por plataformas de mídia social (Recuero, 2024, p.5).

O bolsonarismo, portanto, performa nas redes sua identidade e sua tendência (que percola constantemente para o mundo real) de negar e aniquilar, mesmo que seja apenas na seara discursiva, o outro, o desviante, o indesejável. Contudo, essa toxicidade discursiva contra grupos específicos não parte de bases inéditas. O bolsonarismo, assim como outros movimentos ultraconservadores, capitaliza conflitos subjacentes ao tecido social. E nesse ponto, discorda-se aqui de Lynch e Cassimiro (2022, p. 155) que acabam por não reconhecer o caráter sistêmico presente na violência discursiva bolsonarista, estabelecendo um conjunto de explicações para a ascensão dessa forma política, que perpassa muito mais pela cúpula do poder do que pela sua base.

É essencial que se perceba que a retórica agressiva dos bolsonaristas, recheada de figuras violentas e palavras de ordem denotando ruptura, é tecida com a intenção de angariar o apoio daqueles que detêm poder real ou que se ressentem por não concretizar suas expectativas sociais de poder. E esse último grupo, o dos ressentidos, é central para compreender a retórica do bolsonarismo nas redes sociais. “O ressentido se aferra à ideia de ser alguém que foi destituído de seu lugar de direito; por essa razão, se identifica com a condição de vítima. (...)” (Starling, 2022, p. 95). Existe uma fragilidade paradoxal nas representações de força e poder bolsonaristas. Todo o poder, dentro dessas lógicas, é

estabelecido dentro de uma relação de impotência, em que o primeiro reside no todo ou em parte no futuro, e o segundo está sempre no presente.

Exatamente por causa dessas imagens de impotência presente, desse ressentimento pela não concretização livre das realidades e potências de subordinação e opressão do outro que existem dentro das relações de poder tradicionais, que a retórica do movimento é tão visceral em suas expectativas de futuro. Como notado por Lago (2022, p 47), a mudança prometida pelo populismo reacionário, é fundamentalmente uma promessa de gozo nostálgico do poder. Um gozo que atravessa desde as elites até àqueles cujo poder é meramente circunstancial, e que se baseia em estruturas de dominação e subordinação históricas.

O discurso do Bolsonaro é direcionado a todo aquele que tem poder, ainda que seja um poder dentro de uma situação subalternizada. É o dono da birosca que tem poder sobre o garçom, o pastor de porta de garagem sobre seu fiel, o marido que deseja submeter sua esposa, o guarda da esquina que tem poder sobre os transeuntes, o motorista que tem poder sobre os pedestres e ciclistas, o cafetão que tem poder sobre a prostituta, entre tantos outros. Bolsonaro assobia para quem tem poder e sua mensagem é clara: não tenha medo de exercê-lo. Não haverá limites para a realização de qualquer impulso, desde que circunscrito nessa microrrelação. O trabalhador se sentirá autorizado a descontar no corpo de sua esposa toda a opressão vivida na cidade, o garimpeiro, a desmatar sem se preocupar em ser pego, o motorista, a desrespeitar as regras de trânsito impunemente, o homofóbico, a espancar uma pessoa por sua orientação sexual. A senhora de classe média que não deseja pagar hora extra para a empregada doméstica se achará legitimada a fazê-lo. O discurso bolsonarista é feito visando essa fronteira entre o indivíduo e as construções sociais que limitam os seus micropoderes no dia a dia (...) (Lago, 2022, p. 47).

E é esse esforço não apenas pela manutenção, mas pelo recrudescimento das estruturas de dominação que atravessa a religiosidade dentro da retórica bolsonarista. Aqui, os elementos e representações religiosas são vistos não a partir de um ponto de vista espiritual, mas como instrumentos de legitimação do poder. Inclusive, é por esse exato motivo que o uso da dicotomia sagrado/profano dentro da comunicação do bolsonarismo, confunde-se com a dicotomia direita/esquerda.

Torna-se importante, diante disso, perceber que o bolsonarismo como um movimento populista e reacionário, não pode ser definido conceitualmente como um movimento fundamentalista religioso. E, por fundamentalismo religioso o presente texto

se utiliza de uma definição próxima à de Ruthven (2007, p. 5-6), para qual o termo referencia os movimentos sociais e políticos que, a partir de valores religiosos, assumem posições antagonísticas à secularização e a certos valores e elementos sociais que são associados à “modernidade”. Não, o bolsonarismo é um movimento tradicionalista.

Tradicionalismo que pode ser classificado como o conjunto de crenças e valores que se oporia de forma radical aos valores e pensamento modernos, em prol das estruturas sociais e de organização social de um passado histórico idealizado (Teitelbaum, 2020, n.p). Ao contrário do fundamentalismo religioso que é marcado por uma negação seletiva da modernidade, o tradicionalismo negaria a realidade moderna como um todo. E essa negação é essencial à identidade do bolsonarismo.

Porque esteja no poder, ou fora dele, o principal esforço do discurso bolsonarista é negar a realidade presente. Uma negação que se constrói, particularmente, a partir da própria negação do diálogo nos locais de formação de consenso. Momento em que a performance e toxicidade se confundem no ativismo político. Seja no perfil em algumas das inúmeras plataformas que compõem as mídias sociais, seja no parlamento ou em qualquer outro lugar de livre discurso, o silenciamento do outro passa a ser uma prioridade. Um apagamento discursivo, que perpassa pela deslegitimação do outro através do discurso.

Quando os perfis @nikolas\_dm e @MagnoMalta no X performam suas identidades políticas através de elementos e retóricas religiosas, suas mensagens consistentemente apontam para rupturas radicais com a realidade presente. É possível dizer que eles realizam algo que Lynch e Cassimiro (2022, p. 138) chamaram de negacionismo estrutural. Uma negação do presente, através da construção de uma realidade em que a dimensão política e social se constrói a partir de fronteiras inegociáveis e conflitos que sempre operam em lógicas de tudo ou nada, próprias do discurso religioso.

Contudo, dizer que os dois citados ativistas de extrema-direita sejam apenas negacionistas é uma redução da realidade, mesmo que se diga que tal negacionismo opera em nível estrutural. Mais do que a mera negação, parece à análise que eles se guiem por agendas fundamentalmente antiestruturais. Conceito que é tomado emprestado de

Cesarino (2022a, p.15); Cesarino (2022b, p. 167). Segundo a definição da autora, "antiestructural" são as dimensões da realidade atravessadas por antagonismos essenciais em relação aos valores e instituições dominantes.

Esses perfis, portanto, buscam uma ruptura abrupta com o presente em prol de um futuro ideal que, de maneira anacrônica, também espelha o passado. Contudo, a utopia final do bolsonarismo nunca é percebida como uma realidade próxima, porque ela existe apenas em ideal. A crise, dentro do bolsonarismo é uma necessidade existencial. Não é à toa que a expressão “tem que mudar tudo isso que tá aí, tá okay?”, tornou-se uma referência ao bolsonarismo desde sua campanha de 2018. Ela expressa de forma curta uma síntese de todo o espírito do ideário do bolsonarismo, que se fundamenta na percepção pela necessidade de uma mudança cujo objeto é sempre vago e totalizante.

Considerando que já foi estabelecido o instrumental teórico da presente análise, seguimos para o detalhamento de nossos resultados.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

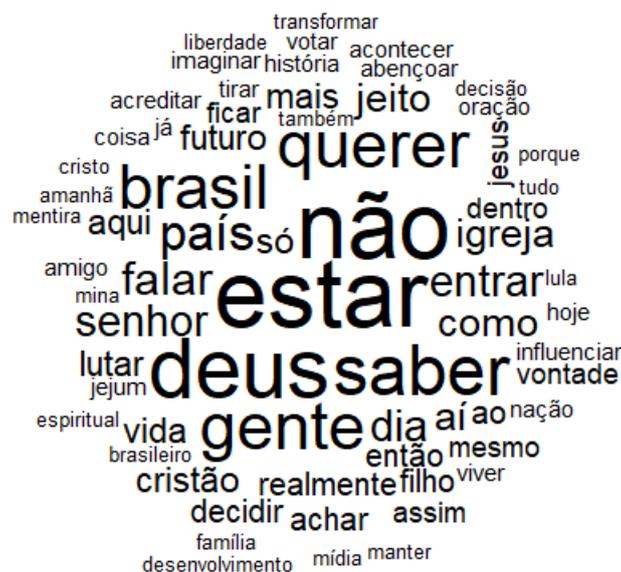
Durante o mês de outubro de 2024, o perfil @nikolas\_dm publicou 325 publicações, das quais 27 continham os termos selecionados pela pesquisa. Já o perfil @MagnoMalta foi menos comunicativo durante o período, publicando apenas 15 mensagens durante os 31 dias daquele mês. Dessas mensagens, apenas 05 continham ou referenciavam algum dos 08 termos escolhidos. Reunido todas as publicações dos dois perfis que continham os termos selecionados para compor o corpus textual, o IRAMUTEQ dividiu o texto em 48 segmentos de texto (ST) com um aproveitamento de 66,30%. Foram encontrados o total de 1768 ocorrências (palavras), formadas por 632 termos distintos.

Na imagem abaixo, expõem-se uma ilustração que sintetiza a frequência das ocorrências nas publicações dos dois perfis durante o mês de outubro, através de uma nuvem de palavras. É importante esclarecer, que nuvens de palavras (também conhecidas como nuvens de *tags* ou *wordclouds*) são resumos visuais onde cada um dos termos que

compõem a imagem tem seu tamanho diretamente proporcional à sua frequência em um texto, corpus ou conjunto de dados. Como pode ser notado ao se observar a imagem, os três termos mais recorrentes nas citações de outubro de 2022, foram “estar”, “deus” e “não”.

A frequência dos três citados termos não é ao acaso. Tampouco o fato de que o termo mais recorrente em todas as publicações do período, o verbo “estar”, denotar uma posição temporal ou espacial de natureza transitória e que o segundo termo mais recorrente, o advérbio “não”, expressa uma recusa, uma negativa.

**Figura 1. Nuvem de palavras dos discursos com elementos religiosos dos perfis @nikolas\_dm e @MagnoMalta do X, publicados durante o mês de 2022.**



**Fonte:** resultados originais da pesquisa.

Como já foi desenvolvido na seção anterior do texto, a identidade política do bolsonarismo é baseada na criação de um dissenso essencial. No estabelecimento de uma diferença irreconciliável e incontornável, em uma luta cujo único resultado natural é a completa aniquilação do outro. Constituído-se em um movimento de cunho reacionário

e tradicionalista, a negação do presente em favor de um ideal de mundo que seguiria e se restringiria a imaginários de passado, é uma regra.

Portanto, dentro de um fenômeno político que tenta a todo tempo voltar os ponteiros do relógio, termos que denotam recusa e negação são constantes na linguagem cotidiana das redes bolsonaristas. Assim como palavras que sugerem temporalidades onde a mudança é possível, senão mesmo iminente. O presente nessa retórica é um lugar de mudança, um terreno de luta contínua, uma vez que os sentidos e representações bolsonaristas atuam sempre em na direção da negação contínua das bases do real.

Já o terceiro termo mais citado no texto “deus”, resgata uma tendência natural de movimentos antissistêmicos, que é a mobilização social a partir de bases de sentido individuais. Starling (2022, p. 76) e Cesarino (2022a, p.158) apontam como em ambientes onde os indivíduos estão atomizados, em que as instituições e outros meios de mediação coletiva são vistos com desconfiança, existe um retorno a imaginários ligados à religiosidade e à família. Além disso, como já foi citado na seção anterior do texto, termos com sentido mais amplo como é o presente caso, são também instrumentalizados como ferramentas de mobilização. Na lógica fractal das redes sociais cada sujeito é capaz de customizar os sentidos dos pacotes de mensagens que recebe, embora sempre estabelecendo uma referência comum direcionada a um sentido político (Cesarino, 2022a, p. 164).

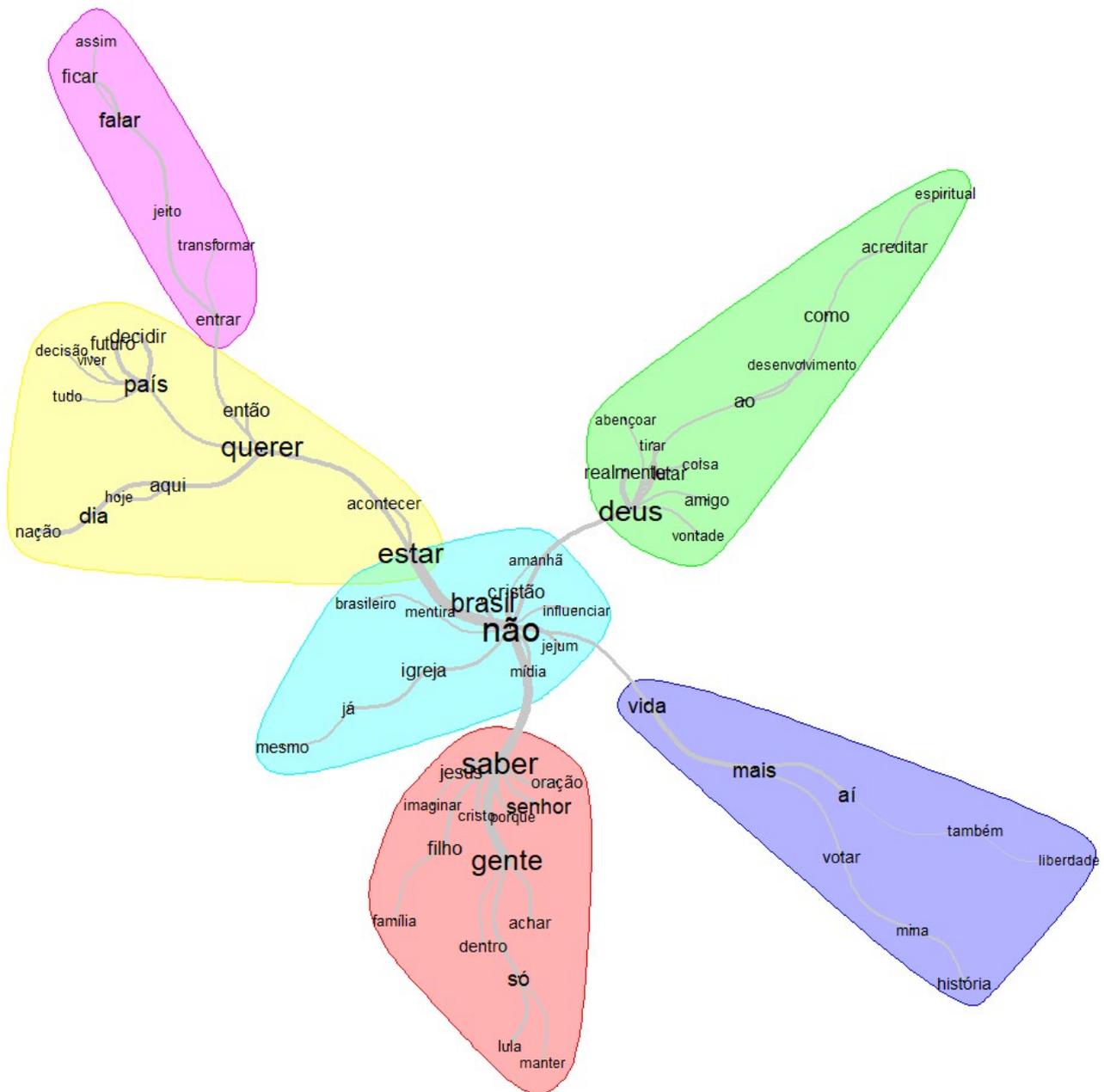
Nesse ponto, é interessante observarmos como essas três palavras se relacionaram na construção de sentidos dentro de seus contextos textuais. Com essa intenção, a seguir se passará para a análise dos gráficos de similitudes que foram produzidos a partir do uso da ferramenta IRAMUTEQ. Essa forma de representação gráfica é útil para identificar e visualizar padrões e conexões temáticas em textos. Cada nodo (grupo de palavras similares), representa um objeto, e as arestas (linhas que conectam os nodos) indicam o grau de similaridade entre os objetos conectados. Em outras palavras, ele mostra como as palavras ou termos estão relacionados tematicamente entre si com base em suas ocorrências.

É importante apontar, que a figura 3, mostrará uma versão do gráfico da figura 2, com as comunidades lexicais separadas por cores diferentes. A intenção de expor os dois



Fonte: resultados originais da pesquisa.

Figura 3. Gráfico de similitudes entre os discursos dos perfis @nikolas\_dm e @MagnoMalta no X, destacando os grupos lexicais.



Fonte: resultados originais da pesquisa.

Como pode ser notado pela observação dos gráficos acima, o nodo lexical mais central em todo o conjunto de ST que compuseram o corpus da pesquisa, foi o advérbio “não”. O que ressalta o citado caráter antiestrutural presente na retórica bolsonarista. Não é gratuito que todos os outros ramos das comunidades lexicais do corpus se relacionam em maior ou menor medida com esse termo no texto. Por causa de seu caráter reacionário e tradicionalista, a retórica do bolsonarismo é construída a partir da negação do real, por um desejo de destruição das presentes estruturas e modelos sociais de convívio. “A destruição não é efeito colateral do reacionarismo, é o seu propósito” (Starling, 2022, p. 80). Algo que pode ser visto nos termos mais próximos do “não” no gráfico.

A proximidade de “Brasil” e “brasileiros” do da palavra “não”, por exemplo, mostra como a identidade bolsonarista é construída a partir de lógicas de não pertencimento. Como foi notado por Cesarino (2020, p.105); Lago (2022, p. 47-48); o bolsonarismo construiu sua base eleitoral a partir de grupos que se sentiam deslocados das gramáticas de reconhecimento. Como já foi explanado na seção anterior, o ressentimento é uma das bases do bolsonarismo. Ressentimento que forjou uma identidade baseada em definições vagas e, em maior parte, na definição daqueles que estariam de fora dela. A identidade bolsonarista é, então, negativa uma vez que construída a partir do recorte de tudo aquilo que ela não associa aos seus valores.

Já os termos “igreja”, “mídia”, “mentira”, “influenciar”, embora possam parecer inicialmente uma seleção quase aleatória compõem, na verdade, o núcleo de boa parte do discurso do bolsonarismo. É importante notar, que a comunicação bolsonarista, operando frente ao colapso dos canais de mediação provocados pelas mídias sociais, funciona a partir de lógicas radiais. Não existem cadeias de mediação, entre as lideranças e os eleitores, com as mensagens sendo transmitidas diretamente dos centros de poder às margens (Cesarino, 2020, p. 106; Cesarino, 2022a, p.156). Nessa ótica, os mediadores tradicionais passam a ser vistos como manipuladores, como inclinados à falsificação de suas mensagens. Em outra via, canais de comunicação não mediados como as igrejas, são privilegiados. “A comunicação passa a ser personalíssima, e qualquer comunicação de viés institucional passa a ser malvista.” (Cesarino, 2020, p. 106).

(...) As condições para esse tipo de eficácia eleitoral advêm de um contexto mais amplo em que, cada vez mais, “o pessoal é político”. Mas

também se relaciona a táticas inteligentes, como a fusão ou aproximação da figura de Bolsonaro com outras, retiradas de campos outrora privados como a religião e a indústria do entretenimento, que cada vez mais orientam gramáticas de senso comum e moralidades cotidianas: super-heróis, soldados, policiais, cruzados medievais, anjos, Jesus, etc (Cesarino, 2022a, p. 152).

É ainda interessante, notar como o verbo “estar” se localiza em uma posição intermediária entre a comunidade de termos referentes ao advérbio “não” e ao grupo do verbo “querer”. Isso ocorre, porque o discurso do bolsonarismo depende e trabalha, com temporalidades transitórias e não lineares. A realidade na ótica bolsonarista, existe sempre em um estado de iminente piora. Uma deterioração que apenas pode ser resolvida através da mudança, fazendo com que a conjugação entre o desejo e o medo sejam constantes.

Pode-se ver isso, nos termos dos gráficos ao redor de “país”: “decidir”, “futuro”, “viver” e “tudo”. Tais palavras demarcam sentidos de mudança e medo, que fogem daqueles que geralmente são comuns aos discursos de campanha de outros certames eleitorais. Existia uma forte tensão nos sentidos presentes nas mensagens, uma tensão que partia de ideias envolvendo temporalidades transitórias e ideias de recusa. Algo, inclusive, que fica evidente nos dois textos abaixo que foram transcritos de vídeos dos perfis dos parlamentares em estudo.

O primeiro trecho foi transcrito do vídeo publicado pelo perfil @nikolas\_dm no dia 19 de outubro de 2022. Lugar em que o deputado federal Nikolas Ferreira discorre em tom sério, ao som de uma música dramática e cenas de conflitos armados, sobre as supostas consequências catastróficas que adviriam de um retorno do Partido dos Trabalhadores ao país.

Estamos vivendo um dos momentos mais decisivos da história do nosso país, de nosso povo, de nossas vidas. É chegada a hora de em que o Brasil escolherá entre a liberdade e a escravidão, desenvolvimento ou revolução caótica, o combate ao crime ou a idolatria de bandido, o desenvolvimento ou a miséria, liberdade religiosa ou desrespeito a Deus e a fé, defesa da família ou a morte de bebês inocentes e a destruição das relações familiares. No próximo dia 30, o nosso futuro será decidido. A decisão que tomaremos, certamente a mais importante de nossas vidas, definirá se o país continuará no rumo do desenvolvimento e da estabilidade ou se nos renderemos ao caos, corrupção, desordem e miséria. Como aconteceu com todos os países que acreditaram na esquerda? Se você é jovem, decidirá em qual país vai querer viver o seu

futuro, numa terra de oportunidades em que seus sonhos podem ser alcançados ou no lugar onde a única opção será implorar ao governo que decida quem você será ou o que você terá. Se você é um pai ou mãe, você vai decidir não apenas o seu futuro e o dos seus filhos, mas também se a sua geração será aquela que venceu e transformou o Brasil no país do futuro, com que você tanto sonhou ou seja aquela que empregará o país de vez aos mesmos enganadores corruptos que quase roubaram o seu futuro. Decidirá acima de tudo se os seus filhos viverão em um país livre ou se viverão em escravidão do silêncio, impotente, subjugados pelos donos do poder. Mas essa decisão não é apenas sua, é de todos os brasileiros. Grande parte do nosso povo está cegado pelas mentiras e narrativas criadas pela grande mídia. Ninguém decide com mergulhar o seu país nas trevas de forma consciente. E a ameaça que vivenciamos é, sobretudo, o fruto da derrota da verdade, silenciosa para a mentira.

Também é possível perceber a mesma mensagem, embora de forma menos dramática, no vídeo publicado pelo perfil @MangnoMalta, na manhã do dia 30 de outubro de 2022, data da eleição de segundo turno. Contudo, ao contrário do vídeo do perfil @nikolas\_dm de 19 de outubro, que possuía uma estética mais limpa e profissional, esse possuía uma abordagem mais espontânea, parecendo ter sido gravado de forma improvisada. Com um semblante abatido e do lado de uma bíblia, uma refeição simples e um copo de café, o senador Magno Malta deixava claro a relevância do resultado das eleições que iriam ocorrer naquele dia:

Terra adorada. Entre outras mil és tu Brasil, ó pátria amada. Tomando aqui um cafezinho gente. “Inhazinho”. A palavra. Me preparando (sic) para ir votar pelo meu país, pela minha pátria, pelos meus valores, por tudo que eu já lutei até hoje. Pelo meu Brasil livre. Brasil dos brasileiros. Vamos à rua ordeiramente exercer o nosso direito, dever, democrático de votar e escolher o presidente do Brasil. Eu nem preciso dizer quem é o meu presidente e quem é o meu governador. Deus abençoe e que seja um dia de paz para todos nós.

Chegando ao fim de nossa análise, é particularmente notável como o substantivo “deus”, se relacionou no texto não a termos como “senhor”, “Jesus” e “cristo”, como ocorre na linguagem cotidiana. As associações mais próximas ao termo se consistiram de verbos como “tirar”, “lutar” e “acreditar”. Isso ocorre, porque a utilização de elementos religiosos dentro da retórica bolsonarista ocorre de forma estratégica. Para antiestruturalistas, como podem ser classificados os dois perfis do X em estudo, símbolos vagos como “deus”, “nação”, “povo”, “comunista”, “(anti) corrupção” são, antes de tudo,

elementos de mobilização, que dentro das lógicas de sentido fluído das redes, permitem a articulação de diferentes grupos operando a partir de bases de sentido diferentes (Cesarino, 2022a, p. 164).

Algo que foi bastante visível durante a análise, uma vez que o uso de termos e representações de fundo religioso nas publicações dos dois perfis ocorreu, em sua quase totalidade, sempre a partir de dois objetivos diferentes, embora complementares. O primeiro se constituiria em consolidar representações religiosas do antagonismo entre os dois candidatos ao certame presidencial de 2022, baseando-se na construção da dicotomia: sagrado/profano. Já o segundo, ainda usando a citada dualidade, ampliaria o escopo simbólico do confronto eleitoral, criando a expectativa de que qualquer que fosse o resultado da eleição, esse possuiria consequências e desdobramentos permanentes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente texto se dedicou a tentar compreender como temáticas e elementos religiosos foram tratados e utilizados durante a campanha do segundo turno das eleições de 2022. A partir de um levantamento direcionado por 8 palavras-chave, foram coletados variados tipos de publicações nos perfis @nikolas\_dm e @MagnoMalta. Material a partir do qual foi realizada, com auxílio do *software* de processamento de dados textuais IRAMUTEQ, uma análise comparativa qualitativa dos padrões de discurso e representação utilizados pelos dois perfis durante os 31 dias do mês de outubro de 2022.

Percebeu-se que os termos de maior ocorrência durante o período de estudo pelos dois perfis, denotaram o caráter antiestrutural e de alta toxicidade presente na retórica bolsonarista. Algo que ficou patente frente ao fato de que os termos mais frequentes em todo o conjunto de textos da análise foram palavras que denotavam não apenas ideias de recusa, mas também de temporalidades transitórias.

Além disso, observou-se que as representações e imagens religiosas nos perfis tinham um caráter performativo e instrumental. O bolsonarismo, longe de ser um movimento fundamentalista religioso, mostra-se mais alinhado a uma vertente tradicionalista e reacionária. Quando utiliza imagens apocalípticas de um "fim do

mundo", isso ocorre de maneira performativa, sem estar vinculado a dogmas religiosos, mas sim a uma percepção emocional de distanciamento da realidade presente e uma idealização de sociedade e valores baseada numa idealização do passado.

Para concluir, esta análise não apenas lança luz sobre os discursos e estratégias utilizadas durante a campanha eleitoral, mas também destaca como a utilização simbólica e emotiva de elementos religiosos contribuiu para a construção de uma narrativa política marcada por elementos tradicionalistas, reacionários e antiestruturais.

## REFERÊNCIAS

About search rules and restrictions. **X help center**. Disponível em:

<https://help.x.com/en/rules-and-policies/x-search-policies> Acesso em 18 jun. 2024.

ALMEIDA, J.P.M. “Deus, pátria, família”: os sentidos do fascismo brasileiro. **RUA**, Campinas, SP, v. 28, n. 2, p. 353–376, 2022. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8671122> Acesso em 20 mai. 2024.

BERLIN, I. To define populism. **The Isaiah Berlin Virtual Library**. 1968. Disponível em:

[https://berlin.wolf.ox.ac.uk/published\\_works/singles/bib111bGO.pdf](https://berlin.wolf.ox.ac.uk/published_works/singles/bib111bGO.pdf) Acesso em 20 mai. 2024.

BUTLER, J. **Discurso de ódio: uma política do performativo**. Tradução de:

VISCARDI, R. F. Estados Unidos: Ed. Unesp. 2021.

CAVALCANTI, C.R.S et al. O movimento parafrásico de “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” x “Deutschland uber alles. **Policromias: Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som**. p. 51-64. 2022. Disponível em:

<https://revistas.ufrj.br/index.php/policromias/article/view/49295> Acesso em 22 mai. 2024.

CARVALHO, F.F; PAIVA, B. A. O. Brasil acima de tudo, Deus acima de todos: uma análise do discurso de posse do presidente Bolsonaro. **Revista Da Anpoll**, 53(1), p. 215–235. 2022. Disponível em:

<https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/1614> Acesso em 20 mai. 2024.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo. Corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. **Revista De Antropologia**, 62(3), 530-557. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232>

Acesso em 19 jun. 2024.

CESARINO, L. **O mundo do avesso: verdade e política na era digital**. São Paulo: Ubu Editora. 2022a.

CESARINO, L. Bolsonarismo sem Bolsonaro? Públicos antiestruturais na nova fronteira cibernética. **Revista Do Instituto De Estudos Brasileiros**, 1(82), 162-188. 2022b. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v1i82p162-188> Acesso em 20 jun. 2024.

CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem precisar sair de casa: A ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, pp. 91-120. 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/Como-vencer-uma-eleic%CC%A7a%CC%83o-sem-sair-de-casa.pdf> Acesso em 18 jun. 2024.

DA EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. [S.l.] Vestígio Editora, 2019. E-book.

DALMOLIN, A. R. et al. Nós versus eles: ódio biopolítico contra a população LGBT no Twitter de Marco Feliciano. **RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 273-286, abr./jun. 2019. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/33806> Acesso em 17 jun. 2024.

DIAS, T et al. Populist Framing Mechanisms and the Rise of Right-wing Activism in Brazil. **Latin American Politics and Society**, Volume 63. pp. 69 – 92. 2021.

FERREIRA, N. **Está em nossas mãos. #virabrasil**. X. Disponível em: [https://x.com/nikolas\\_dm/status/1582892610263207937](https://x.com/nikolas_dm/status/1582892610263207937) Acesso em 19 jun. 2024. (2:01)

FURLANI, A. S; MITOZO, I. B. Profissionalização entre combatividade e comedimento a campanha de Jair Bolsonaro no Twitter nas eleições de 2022. **Conexão Política**, Teresina (PI). p. 156 – 188. 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufpi.br/index.php/conexaopolitica/article/view/6000> Acesso em 20 Ago. 2024.

GRACINO JÚNIOR, P et al. “Os humilhados serão exaltados”: ressentimento e adesão evangélica ao bolsonarismo. **Cadernos Metropolitano**, São Paulo, v. 23, n. 51, pp. 547-579, 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2021-5105> Acesso em 25 jun. 2024.

KEMP, S. Digital 2024: Brazil. **Datareportal**. 23. Fev. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil> Acesso em 20 ago. 2024.

LAGOS, M. Como explicar a resiliência de Bolsonaro. In: BIGNOTTO, N et al. **Linguagem da destruição: A democracia brasileira em crise**. São Paulo: Companhia das Letras. 2022.

LYNCH, C.; CASSIMIRO, P. H. **O Populismo reacionário: Ascensão e Legado Do Bolsonarismo**. São Paulo: Editora Contracorrente, 2022.

LOPES, M. M; FULANETI, O. N. Interseção entre isotopias política e religiosa cristã nos comentários de apoio ao presidente Jair Bolsonaro. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**. v. 15, n. 2. pp. 105-125 2022. Disponível em:

<https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/16857> Acesso em 18 jun. 2024.

MAC, R. et al. Elon Musk's Diplomacy: Woo Right-Wing World Leaders. Then Benefit. **The New York Times**. 12 de mai. 2024. Disponível em:

<https://www.nytimes.com/2024/05/12/technology/elon-musk-world-leaders.html>

Acesso em 25 de jun. 2024.

MALY, I. New right metapolitics and the algorithmic activism of Schild & Vrienden. **Social Media + Society**, v. 5, n. 2, pp. 1-15. 2019. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2056305119856700> Acesso em 18 jun. 2024.

MALTA, M. Bolsonaro e Manato /. **X**. Disponível em:

<https://x.com/MagnoMalta/status/1586695850272645120> Acesso em 28 jun. 2024.

MOZELLI, R. Twitter: API cara impede uso para pesquisas acadêmicas. **Olhar digital**. 01. jun. 2023. Disponível em:

<https://olhardigital.com.br/2023/06/01/internet-e-redes-sociais/twitter-api-cara-impede-uso-para-pesquisas-academicas/> Acesso em 18 jun. 2024.

RECUERO, R. The platformization of violence: toward a concept of discursive toxicity on social media. **Social Media + Society**, v. 10, n. 1, pp. 1-9. 2024. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/20563051231224264> Acesso em 18 jun. 2024.

RUTHEVEN, M. **Fundamentalism: a very short introduction**. Nova Iorque: Oxford University Press. 2007.

SALLES, D et al. “Deus, Pátria, Família e Liberdade”: a radicalização política no ecossistema de mídia evangélica digital no Brasil. **Mídia E Cotidiano**, nº. 18(1), 25-52. 2024. Disponível em:

<https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/59933> Acesso em 20 mai. 2024.

SAMPAIO, H. ‘Nus no meu perfil’: Spam de pornografia, bots e golpes inundam X e testam a paciência de usuários. **Estadão**. 29 abr. 2024. Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/link/cultura-digital/nus-no-meu-perfil-spam-de-pornografia-x-twitter-nprei/> Acesso em 27 ago. 2024.

SANTOS, R. M et al. O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social. **Mediapolis**. nº. 10, p. 65 – 81. 2020. Disponível em:

[https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_10\\_5](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_10_5) Acesso em 20 ago. 2024.

SILVA, E. M. A, et al. Disputa política ou batalha espiritual? Religião e moral conservadora em tempos de bolsonarismo. **Projeto Historia**; 76; p. 38-64. 2023.

Disponível em: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/223162> Acesso em 20 mai. 2024.

STARLING, H. M. Brasil, país do passado. In: BIGNOTTO, N et al. **Linguagem da destruição: A democracia brasileira em crise**. São Paulo: Companhia das Letras. 2022.

TAYLOR, J. Bots on X worse than ever according to analysis of 1m tweets during first Republican primary debate. **The Guardian**. 09 set. 2023. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2023/sep/09/x-twitter-bots-republican-primary-debate-tweets-increase> Acesso em: 27 ago. 2024.

TEITELBAUM, B. **Guerra pela eternidade: o retorno do Tradicionalismo e a ascensão da direita populista**. Campinas: Editora Unicamp, 2020. E-book.

WALKER, C. S. X nega a pesquisadores que estudam desinformação acesso a sua API. **Fast Company Brasil**. 01. mar. 2024. Disponível em: <https://fastcompanybrasil.com/tech/x-nega-a-pesquisadores-que-estudam-desinformacao-acesso-a-sua-api/> Acesso em 20 jun. 2024.

## NOTAS

---

**Contribuição de Autoria:** Não se aplica.

**Agradecimentos:** Gostaria de agradecer o apoio e incentivo da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais no desenvolvimento da minha pesquisa.

**Financiamento:** O programa de bolsas assistenciais da PUC Minas permite minha permanência no Programa de Pós-Graduação, ao cobrir integralmente minha mensalidade.

**Comitê de ética em Pesquisa:** Não se Aplica.

**Disponibilidade de dados e material:** A pesquisa se utilizou da ferramenta de processamento de dados gratuita IRAMUTEQ e do conjunto de textos e materiais audiovisuais transcritos publicados na plataforma X pelos perfis @MagnoMalta e @nikolas\_dm. Todos os materiais e dados, incluindo a ferramenta de processamento de dados, possuem acesso livre e gratuito.

**Conflitos de interesse:** Não há conflitos de interesse pertinente a declarar.

**Uso de Inteligência Artificial (IA):** Sim. Utilizou-se a ferramenta de processamento de dados IRAMUTEQ para criar imagens e interfaces a partir dos conjuntos de dados, não só para aprimorar a interpretação dos dados da análise, mas também tornar o texto mais acessível e interessante ao leitor. Versão: R 4.1.3 do IRAMUTEQ.

**Publisher:** Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília. Programa de Pós-Graduação Ciências Sociais. Portal de Periódicos UNESP. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

---

Como citar este artigo: PEREIRA, Leonardo Faustino. O fim está próximo: representações religiosas no discurso dos perfis do x de líderes bolsonaristas durante o segundo turno das eleições de 2022. *Revista Aurora*, [S. l.], v. 17, p. e024013, 2024. DOI: [10.36311/1982-8004.2024.v17.e024013](https://doi.org/10.36311/1982-8004.2024.v17.e024013)

---