

O emprego do discurso de ódio como estratégia política em tempos de pandemia do Coronavírus

Israel Jaikin Neto

Milena Carolina de Almeida

RESUMO

A pandemia do coronavírus desencadeou uma série de crises nos setores que integram a sociedade global. No âmbito das nações, a responsabilidade de gestão dessas crises coube aos líderes estatais, que apresentaram estratégias divergentes no desempenho de sua função. Assim, destaca-se a performance do presidente brasileiro Jair Bolsonaro (2018-2022) que fez uso de um repertório de ações de comunicação política para culpabilizar diferentes atores sociais pela disseminação do coronavírus e do pânico pelo risco de contágio. A culpabilização realizada por Bolsonaro encontrou espaço em plataformas virtuais e se baseou na disseminação de discursos de ódio. Tendo em vista este contexto, o artigo busca responder: Quais os conteúdos e as características destes nos discursos de ódio de Jair Bolsonaro em seu Twitter na primeira semana após o anúncio de pandemia pela Organização Mundial da Saúde? Quais possíveis motivações para o emprego desse discurso em crises? De modo a sanar tais questionamentos, fez-se uso de metodologias de exploração bibliográfica e de Análise de Conteúdo (Bardin, 1991).

Palavras-chave: Comunicação Política; Psicologia das Massas; Pandemia; Discurso de Ódio; Brasil.

1.PANDEMIA E POLÍTICA

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde anunciou que o vírus descoberto três meses antes por cientistas chineses a partir a alta incidência de um tipo característico de pneumonia em pacientes da cidade chinesa de Wuhan, o SARS-CoV-2¹, havia evoluído em número de contágios e se tornado uma pandemia, a pandemia de Covid-19 - doença causada pelo contágio com o agente viral que ficou popularmente conhecido como coronavírus. Essa história tem sido repetida aos milhares em artigos acadêmicos de países ao redor do mundo todo - os quais ainda durante a finalização desse trabalho, em maio de 2021, permanecem ou como vítimas do vírus, em meio a um

¹ Conhecido pelo senso comum como “coronavírus”.

distanciamento social, ou como cenários do processo inicial de vacinação - para introduzir estudos sobre as mais diversas esferas sociais afetadas pela pandemia. Nesse sentido, o presente trabalho não visa versar sobre os já tão explorados efeitos do estado atual na sociedade, mas tratar dos efeitos da sociedade no estado atual, especificamente no que diz respeito à esfera política. Pretendemos, portanto, abordar de que forma a sociedade influi sobre a Comunicação Política de lideranças para que estas busquem a manutenção do *status quo* em situações de crise, como a promovida pela pandemia do coronavírus. Para que possamos chegar às conclusões almejadas, instituímos o Brasil como cenário da discussão. Assim, ao longo do artigo trataremos: da responsabilidade de gestão de crises sanitárias no Brasil; das estratégias de gerência de crise adotadas pelo Governo Bolsonaro (2018-2022); das manifestações discursivas oficiais do presidente Bolsonaro através de plataformas virtuais como o Twitter, as quais serão analisadas pelo presente trabalho, conforme abordaremos na respectiva seção; das possíveis formas de influência popular sobre a formação discursiva analisada.

2. GESTÃO BOLSONARO

Segundo o artigo 196 da Constituição Federal do Brasil, “a saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação” (Brasil, 1988, s.p). O mesmo documento indica que, no Brasil, a fonte de recursos do setor de saúde são os tributos arrecadados pela União e que a assistência médica gratuita à população deve ser assegurada pelo Sistema Único de Saúde - SUS, órgão gerido no âmbito da União pelo Ministério da Saúde (Brasil, 1988). Cabem aqui ressalvas de que a formação do mencionado Ministério se dá por membros eleitos por lideranças ministeriais, as quais são escolhidas pelo presidente da nação. Com base em tais pontos, e no fato de que o oferecimento das vacinas de imunização contra a Covid-19 pelas indústrias farmacêuticas desenvolvedoras foi feito ao Brasil primeiramente pelo contato com o Governo Federal (El País, 2021), pode-se afirmar que a responsabilidade de gestão de recursos, estruturação e logística referentes ao setor de saúde brasileiro cabe ao poder executivo nacional, representado na figura do atual presidente Jair Messias Bolsonaro.

Bolsonaro governou o Brasil por pouco mais de um ano antes da eclosão da crise sanitária-social-política-econômica promovida pelo avanço do coronavírus. Durante esse ano, o político atravessou outros períodos de instabilidade, como o rompimento da

Barragem de Brumadinho² e as queimadas na Floresta Amazônica³, em todos eles fazendo uso de mídias sociais para efetivação da Comunicação Política por meio de um contato direto com o público e da apresentação de seus pontos de vista sobre os fenômenos. Essa estratégia de contato corrobora com termos defendidos pelo político⁴ de extrema-direita, que se posiciona como o provedor do rompimento com o sistema político brasileiro tradicional, como pode-se observar no trecho de seu plano de governo:

Chega de carimbos, autorizações e burocracias. A complexidade burocrática alimenta a corrupção. Faremos um Governo que confiará no cidadão, simplificando e quebrando a lógica que a esquerda nos impôs de desconfiar das pessoas corretas e trabalhadoras. Não continuaremos a tratar a exceção como regra, o que prejudica a maioria dos seguidores da lei (Bolsonaro, 2018).

Como gestor da crise, o presidente brasileiro: perdeu três Ministros da Saúde, entre demissões e pedidos de saída; defendeu o uso das medicações preventivas Cloroquina e Hidroxicloroquina, mesmo que elas não tenham eficácia comprovada cientificamente e apresentem um potencial danoso aos pacientes infectados com o vírus, conforme o exposto pelo estudo *Mortality outcomes with hydroxychloroquine and chloroquine in COVID-19 from an international collaborative meta-analysis of randomized trials*, que concluiu “this collaborative meta-analysis (...) shows that treatment with HCQ was associated with increased mortality in COVID-19 patients, and there was no benefit from treatment with CQ (Axfors et al, 2021, p.2); posicionou-se contra a vacinação, alegando que os efeitos colaterais seriam de responsabilidade daqueles que escolhessem se submeter à vacinação, “se virar jacaré, é problema de você (...) eu não tenho nada a ver com isso” (Bolsonaro, 2020, s.p.); defendeu que o isolamento social seria desnecessário e promoveu manifestações de rua aglomerativas contra ele, como a realizada em 1 de maio de 2021; e acusou a China de criar o vírus para fortalecer sua economia em detrimento de outras, no que o presidente chamou de guerra química (Bolsonaro, 2021, s.p).

Os atos do presidente foram considerados controversos por parte da imprensa, pela Academia Nacional, por parte da opinião pública e por outros órgãos estatais, como a Câmara dos Deputados, que abriu uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI da Covid) para investigar possíveis irregularidades na gestão da crise de saúde pelo Governo Bolsonaro. Em contraponto às críticas recebidas, o presidente lançou mão de estratégias

² O rompimento da barragem de Brumadinho em janeiro de 2019 se deu pela má gestão da mineradora Vale do Rio Doce. A tragédia tirou a vida de cerca de 270 pessoas.

³ As queimadas promovidas na floresta Amazônica tiveram início em janeiro de 2019. O foco do incêndio ainda é desconhecido, mas ONGs nacionais e internacionais acusam latifundiários de iniciarem as queimadas visando a liberação de áreas florestais para plantio.

⁴ Ex-capitão do Exército Nacional e que antes da presidência passou 27 anos no cargo de Deputado Federal

discursivas publicizadas em coletivas de imprensa e em suas redes sociais, em especial no Twitter, rede institucionalizada como canal oficial do político desde o período eleitoral de 2018. O livro *Política e antipolítica: A crise do governo Bolsonaro*, de Leonardo Avritzer, expõe o momento político do Brasil em meio à pandemia:

O bolsonarismo se situa em um campo anticientífico mais acentuado que o trumpismo e outras propostas de extrema direita. Mas logo teve que enfrentar uma aliança entre imprensa, cientistas, governadores e organizações internacionais como a Organização Mundial da Saúde (...) O capitão resolveu lançar todas as fichas na negação da pandemia. Bolsonaro entrou em rota de colisão com os governadores, com o STF, com o ministro da Saúde e com uma parte significativa de seu ministério. Pela primeira vez desde 2018, porém, ele não conseguiu tornar hegemônica a sua concepção de antigovernabilidade e antipolítica. Diante do fracasso, resolveu dobrar a aposta: passou a racionalizá-la tornando-a uma estratégia pública antivida (Avritzer, 2020, s. p).

Tendo em vista os posicionamentos do presidente brasileiro, bem como suas ações em meio à crise e sua aderência às mídias sociais como canais de Comunicação Política, questiona-se quais seriam as estratégias discursivas empregadas por Jair Messias Bolsonaro em sua rede de maior expressividade, o Twitter, em meio à pandemia de coronavírus? Para responder a tal questionamento, a seguir realizamos uma análise das postagens feitas no perfil de Jair Bolsonaro no Twitter ao longo da primeira semana após o anúncio de pandemia feito pela Organização Mundial da Saúde, ou seja, de 11 a 17 de março.

3. A ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA DE BOLSONARO

Entre os dias 11 e 17 de março de 2020, o perfil de Jair Bolsonaro⁵ no Twitter registrou 50 postagens de elaboração exclusiva da assessoria de comunicação do presidente⁶. Estes *posts* foram categorizados na tabela subsequente (Tabela 1), pelo método de Análise de Conteúdo Categorial teorizado por Laurence Bardin (1991). O método de Bardin é baseado nos procedimentos sequenciais de organização informativa, codificação de índices agrupáveis, categorização segundo os índices demarcados e interpretação dos resultados (Bardin, 1991). Tais processos permitiram que identificássemos padrões nas postagens e compreendêssemos quais as estratégias adotadas por Jair Bolsonaro para embasar seu contato com o público.

⁵ User: @jairbolsonaro

link: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

⁶ Entre as postagens contabilizadas, excluem-se comentários e repostagens.

Tabela 1: Estratégias de Comunicação Política de Bolsonaro no Twitter

Categoria	Número de <i>posts</i>
Demonstração do apoio popular em rivalização com as medidas propostas pela OMS e outros órgãos defensores do distanciamento social	28
Ações do Executivo, entre obras e investimentos	10
Rivalização direta com membros do sistema político tradicional	6
Posicionamento enquanto veículo informacional (rivalização indireta com a imprensa)	6

Com base na observação da tabela, tem-se que a categoria com maior número de postagens é a referente à demonstração de apoio popular à gestão bolsonarista em atos de rivalização com as medidas propostas pela OMS, como a instauração de uma quarentena e o fechamento de comércio não-essencial. Nessa categoria, os índices demarcados foram majoritariamente de natureza audiovisual, tendo em vista que as postagens feitas pelo presidente representavam manifestações de rua nas quais apoiadores cantavam o hino do Brasil ou proferiam palavras de ordem de apoio ao Governo. Além dos conteúdos audiovisuais, registramos *posts* com pequenos textos do presidente ressaltando a importância da união nacional em momentos de crise. Assim, os índices codificantes dessa classificação foram os seguintes:

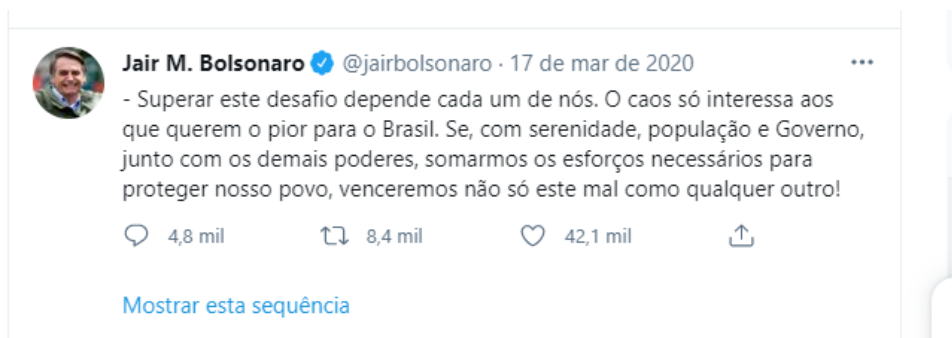
Tabela 2: Índices demarcados na categoria 1

Natureza	Índice
Imagético	Bandeiras do Brasil; Camisetas e bandeiras com o rosto de Bolsonaro estampado; Pessoas aglomeradas e sem máscara.
Linguístico	Vencer, proteger, força, mal, fora. (Palavras com conotação de batalha)

Tendo em vista os índices demarcados, as figuras 1 e 2 demonstram exemplos dos tweets postados no perfil de Jair Bolsonaro e agrupados na mencionada categoria. A partir da análise desses materiais é possível apreender que a estratégia empregada pela

assessoria de comunicação do presidente nesse tipo de postagem consiste na tentativa de convocar apoio popular por meio de: a) a demonstração de um apoio já numeroso; b) o estabelecimento de inimigos que precisariam ser superados a partir da união nacional, sendo estes ora o coronavírus ora os setores sociais que defendem medidas restritivas para combater o avanço da pandemia. Tais conteúdos remetem ao uso de violência indireta (implícita) contra os discordantes da gestão bolsonarista que são colocados como os “outros” a serem combatidos pela “união”. Destacamos que o conceito de violência reconhecido por este estudo é o teorizado por Santos (1996) e “configura-se como um dispositivo de controle aberto e contínuo, ou seja, a relação social caracterizada pelo uso real ou virtual da coerção (...) provocando algum tipo de dano, configurando o oposto das possibilidades da sociedade democrática contemporânea” (Santos, 1996 citado em Coelho; Silva; Lidner, 2014, p.12).

Figura 01: Texto convocativo de união nacional



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

Figura 02: Conteúdo audiovisual de exploração do apoio popular à Gestão Bolsonaro



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

A segunda categoria em maior número de *posts* refere-se à exposição de ações do governo, sendo elas obras públicas concluídas ou investimentos a serem feitos, em uma estratégia de Comunicação Política que mescla a busca por demonstração de transparência à tentativa de mudança de foco da discussão pública. A questão referente à transparência encontra motivação no discurso de Bolsonaro sobre ser diferente dos outros políticos do sistema tradicional que, por fatores como entraves burocráticos, não exporiam seus feitos diretamente ao conhecimento do público. A tentativa de mudança de foco, por sua vez, verificou-se como uma estratégia recorrente do presidente em outros momentos da crise pandêmica, conforme destacam Alcantara e Ferreira (2020), Bolsonaro tentou diversas vezes minimizar a potencialidade do vírus chamando-o de “gripezinha” e investindo em estratégias de desinformação (Alcantara; Ferreira, 2020). Diferente das outras categorias em que pôde-se identificar uso de violência direta ou indireta nas postagens, na de exposição de ações do governo os índices demarcados apresentaram uma conotação voltada à satisfação, como pode-se observar na tabela e nas imagens a seguir.

Tabela 3: Índices demarcados na categoria 2

Natureza	Índice
Imagético	Cenários de obras civis, designs com elementos textuais sobre obras e investimentos.
Linguístico	Palavras e suas variáveis: financiamento, disponibilização, conclusão, obras, medidas.

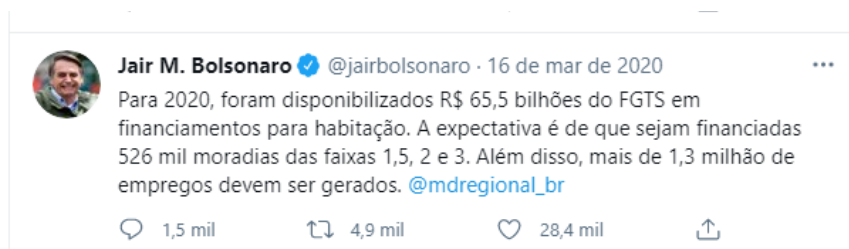
Figura 03: Exemplo de postagem abordando conclusão de obras



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

Figura 04: Exemplo de postagem abordando investimentos



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

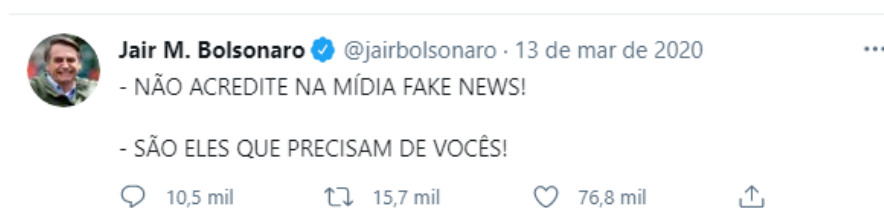
A categoria referente à rivalização com membros do sistema político e suas extensões, por sua vez, é a única que apresenta uso de violência direta, em práticas que tornam visível o emprego do discurso de ódio como parte das estratégias de Comunicação Política do presidente. O conceito de discurso de ódio é compreendido no presente trabalho como “fenômeno social que está ligado à ideia de desprezo ou intolerância contra determinados grupos, menosprezando-os, desqualificando-os ou inferiorizando-os pelo simples fato de pertencerem àquele determinado grupo (Moura, 2016, s.p.). Neste agrupamento de postagens, podemos identificar uso de ironias, palavras de ordem e chamadas à ação, conforme exposto nas imagens subsequentes. Cabe ressaltar que, na concepção presidencial enquanto membro do movimento transnacional antissistema, o que

se compreende como sistema político tradicional (ou o popular *establishment*) envolve não apenas representantes do poder público, mas também meios de comunicação, empresas estatais e ex-políticos. Com isso em vista, apresenta-se na sequência os índices demarcados para categorização das postagens nessa seção.

Tabela 4: Índices demarcados na Categoria 3

Natureza	Índice
Imagético	Os índices encontrados são apenas de natureza textual.
Linguístico	Formações semânticas de conotação combativa, uso frequente de verbos no imperativo, caixa alta e frases de efeito como “o Brasil tem pressa”.

Figura 05: Texto de rivalização com a imprensa que seria parte do sistema



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

Por fim, em conjunção à rivalização direta com órgãos da imprensa nacional apresentada na categoria 3, a quarta seção é dedicada exclusivamente à exploração do Twitter como canal oficial de comunicação do presidente, em uma estratégia de Comunicação Política que combina a desvinculação com o sistema burocrático ao estabelecimento do contato direto com o público. Nesta categoria, a assessoria de comunicação do presidente fez uso de construções frasais que indicavam os canais apresentados como detentores de informações verdadeiras em contraposição às apresentadas por órgãos da imprensa, bem como de fotos e vídeos com falas do presidente em atos que remetem à prestação de contas sobre suas ações. A tabela a seguir apresenta os índices demarcados e a imagem sequencial demonstra um exemplo de postagem agregada à essa seção.

Tabela 5: Índices demarcados na categoria 4

Natureza	Índice
Imagético	Os índices encontrados: cenários de coletivas de imprensa, imagens do presidente posando para fotos com aliados.
Linguístico	Palavras e suas variações: verdade, detalhes, data marcada, live.

Figura 06: Referência aos canais em que o público acessaria informações verdadeiras



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

Acesso em 07 mai de 2021

Como podemos observar, em três das quatro categorias de postagens analisadas no perfil de Jair Bolsonaro no Twitter foi possível identificar o uso de estratégias de Comunicação Política referentes à violência, sendo esta exposta de forma direta ou indireta. Compreendendo tais estratégias discursivas de rivalização como casos de discurso de ódio, questionamos qual elemento presente na coletividade brasileira pode ter influenciado a opção da assessoria de comunicação presidencial por essa elaboração discursiva. Como mencionamos na introdução, o presente trabalho não tem como objetivo identificar efeitos da pandemia na gestão política da sociedade, mas sim entender os efeitos da sociedade sobre a gestão política da pandemia. Assim, na seção seguinte, fazemos uso de referências da

Psicologia na tentativa de compreender qual fenômeno social pode ter influenciado na adoção de estratégias apreendidas.

4. BOLSONARO E A SOMBRA COLETIVA

Na tentativa de explicar por que líderes adversos e autoritários, como Jair Bolsonaro, subiram e se mantiveram no poder nas décadas de 1930 e 1940, o psiquiatra Carl Gustav Jung, apoiado nas experimentações de Erich Neumann sobre o inconsciente (1990), elaborou uma teoria baseada no fenômeno de Sombra Coletiva (Jung, 1982). Segundo Jung, a sombra seria “um problema de ordem moral que desafia a personalidade do eu como um todo, (...) nesta tomada de consciência da sombra trata-se de reconhecer os aspectos obscuros da personalidade, tais como existem na realidade” (Jung, 1982, p.14).

Quando tornada coletiva, essa área obscura do inconsciente clamaria por representação, o que explicaria o apoio de tantas pessoas às personalidades políticas que se dizem contra o politicamente correto, ou seja, contra a ordem moral estabelecida pela sociedade. De acordo com Novaes (2016), o efeito da sombra pode explicar até mesmo casos de corrupção, tendo em vista que “as características individualistas e narcísicas do sujeito corrupto coincidem com a projeção da sociedade de não-conformidade com a norma social” (Novaes, 2016, p. 9).

No caso específico de Jair Bolsonaro, sua busca por incitar a violência através do Twitter em um período de crise sanitária, seria um reflexo daqueles e ao mesmo tempo uma luz para aqueles que integram a sombra coletiva brasileira, de forma que o discurso de ódio se tornasse uma válvula de escape do inconsciente em meio à frustração coletiva com a pandemia.

Não é de se estranhar que em um país com o maior índice de mortes violentas do mundo (Jornal do Comércio, 2021), um candidato como Bolsonaro seja eleito com mais de 50% dos votos válidos. Sua percepção sobre as frustrações do povo brasileiro fizeram dele um candidato tentador, falando tudo aquilo o que a ala à direita da sociedade gostaria de ter escutado durante os treze anos da esquerda no poder.

Destacamos que apesar da teoria Junguiana considerar que sociedades podem ser analisadas da mesma forma que indivíduos, buscamos no presente artigo uma análise específica da seção da sociedade brasileira que elegeu e apoia Bolsonaro, reconhecendo a pluralidade do país em há uma parte da sociedade que faz oposição ao atual presidente e que nem todos estão de acordo com sua gestão.

5. CONCLUSÃO

Com base na explanação realizada, tem-se como resultado que a comunicação de Jair Bolsonaro em seu Twitter após o anúncio de pandemia pela OMS, foi baseada em discursos de natureza violenta, com a demonstração do apoio popular em rivalização com as medidas propostas pela OMS e outros órgãos defensores do distanciamento social, a rivalização direta com membros do sistema político tradicional e o posicionamento enquanto veículo informacional (rivalização indireta com a imprensa). Nesse artigo, defendemos que a motivação para que Bolsonaro fizesse tal escolha comunicacional foi perceber na população um forte sentimento de frustração e utilizá-lo como distração, estimulando o ódio que representa a sua figura ao invés de estimular a conscientização sobre a magnitude da pandemia. O atual presidente estaria, portanto, perseguindo fixar-se no papel de sombra coletiva, ao representar a frustração do povo com discursos de ódio.

Tais resultados cumprem os objetivos de compreender quais são os conteúdos e as características destes nos discursos de ódio de Jair Bolsonaro em seu Twitter na primeira semana após o anúncio de pandemia pela Organização Mundial da Saúde e quais são as possíveis motivações psicológicas para o emprego desse discurso em crises.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcantara, J.; FERREIRA, R. R. (2020). A infodemia da “gripezinha”: uma análise sobre desinformação e coronavírus no Brasil. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (n. 145), pp. 137-162.

Avritzer, L. (2020) *Política e antipolítica: a crise do governo Bolsonaro*. Todavia.

Axfors, C. et al. (2021). Mortality outcomes with hydroxychloroquine and chloroquine in COVID-19 from an international collaborative meta-analysis of randomized trials. *Nature communications*, v. 12 (n. 1), pp. 1-13.

Bardin, L. (1991). *Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Edições 70.

Bolsonaro, J. M. (2021). *Discurso de Abertura da Semana das Comunicações no Palácio do Planalto*.

<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-cita-guerra-quimica-e-refere-se-a-china-de-modo-obliquo/>

Bolsonaro, J. M. (2020). *Discurso em visita à Porto Seguro, Bahia*. [youtube.com/watch?v=IBCXkVOEH-8](https://www.youtube.com/watch?v=IBCXkVOEH-8)

Bolsonaro, J. M. (2018). *Plano de Governo: Brasil acima de Tudo, Deus acima de Todos*. <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/propostas-de-candidatos>.

Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico.

Coelho, E. B. S.; Silva, A. C. L. G.; Lindner, S. R. (2014). *Violência: definições e tipologias*. <https://ares.unasus.gov.br/acervo/handle/ARES/1862>

El País. (2021) *Diretor da Pfizer escancara atraso letal do Governo Bolsonaro na compra de vacinas*.

<https://brasil.elpais.com/brasil/2021-05-13/diretor-da-pfizer-escancara-atraso-letal-do-governo-bolsonaro-na-compra-de-vacinas.html>

Jornal do Comércio. (2021). *Brasil tem maior número de mortes violentas no mundo, aponta estudo*.

https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2017/12/geral/600504-brasil-tem-maior-numero-de-mortes-violentas-no-mundo-aponta-estudo.html

Jung, C. G. (1982). *Aion: estudos sobre o simbolismo do si-mesmo*. Petrópolis: Vozes.

Moura, M. A. (2016). *O discurso do ódio em redes sociais*. Lura Editorial.

Neumann, E. (1990). *Depth psychology and a new ethic*. Boston: Shambhala.

Novaes, C. S. (2016) *Corrupção no Brasil: uma visão da psicologia analítica*. *Junguiana*, v. 34 (n. 2), pp. 5-17.