

Como interesses privados e religiosidade distorceram a comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro no Instagram

[How Private Interests and Religiosity Distorted the Public Communication of Jair Bolsonaro's Government on Instagram]

REVISTA
com política

Revista Compolítica

Ano 2023, v.13, n.2

<https://revista.compolitica.org/>

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2023.13.2.683

Muriel Pinheiro

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

[Federal University of Rio Grande do Sul]

Resumo

A mistura entre temas de interesse público e pautas de foro privado foram marcas do mandato de Jair Bolsonaro, eleito presidente do Brasil em 2018. O objetivo deste artigo é verificar o espaço ocupado pelos principais temas de interesse público em relação às principais pautas relativas à esfera privada nas postagens do perfil do Instagram de Bolsonaro no período de janeiro de 2019 a junho de 2020. A pesquisa analisou a presença de temas públicos e privados à luz de conceitos sobre comunicação pública e interesse público, com fundamentação em Weber (2017), Esteves (2011) e Gomes e Maia (2008), e sobre democracia, com base em Dahl (2001), Bobbio (2007) e Rosanvallón (2020). Os resultados demonstraram que o presidente destina mais espaço a pautas pertencentes à esfera privada, como referências a inimigos e questões religiosas, do que a temas de interesse público e, ainda, permeia temas relevantes para a sociedade com posicionamentos privados, o que distorce a comunicação pública e obstrui seus conceitos basilares.

Palavras-chave: Comunicação pública; interesses públicos e privados; Jair Bolsonaro; mídias sociais.

Abstract

The mix between public interest topics and private agendas were hallmarks of Jair Bolsonaro's mandate, elected president of Brazil in 2018. The objective of this article is to verify the space occupied by the main topics of public interest in relation to the main agendas related to the private sphere in Bolsonaro's Instagram profile posts from January 2019 to June 2020. The research analyzed the presence of public and private themes from concepts about public communication and public interest, based on Weber (2017), Esteves (2011), and Gomes and Maia (2008), and democracy, based on Dahl (2001), Bobbio (2007), and Rosanvallón (2020). The results showed that the president allocates more space to agendas belonging to the private sphere than to topics of public interest and, also, permeates relevant topics for society with private positions, which distorts public communication and obstructs its basic concepts.

Keywords: Public communication; public and private interests; Jair Bolsonaro; social media.

Como interesses privados e religiosidade distorceram a comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro no Instagram

Muriel Felten Pinheiro

O fenômeno das redes sociais tem promovido um rearranjo nas relações humanas e, conseqüentemente, nas relações políticas da sociedade. Se, no início, a acessibilidade de comunicação interpessoal e direta apresentada pelas redes parecia significar uma fase de evolução para a democracia e para a comunicação pública, já que disponibilizava mecanismos diretos de fiscalização dos cidadãos sobre os representantes eleitos e possibilitava a participação popular em decisões sobre temas de interesse público, o que se viu nos anos subsequentes foi uma personalização cada vez mais marcante nos espaços virtuais. Apesar de disporem de ferramentas de participação, o que deveria ampliar o debate público, a estrutura das mídias sociais privilegia o indivíduo e seus interesses pessoais. Assim, esses espaços promoveram encontros de pessoas com interesses e ideias afins, favorecendo o surgimento das chamadas bolhas de relacionamento, impulsionadas pelos algoritmos das redes.

O fenômeno impactou diretamente o sistema político. No mundo todo, líderes políticos encontraram nas redes sociais o canal direto com seus eleitores, ou audiência. Ainda que as instituições marquem presença nos canais digitais, os perfis pessoais de figuras públicas políticas aglutinam mais seguidores e interações, dispensando a mediação outrora dominada pelas mídias tradicionais e instituições governamentais.

No Brasil, o exemplo mais impactante ocorreu recentemente, com a eleição de Jair Messias Bolsonaro. Em quatro anos de mandato, o presidente concentrou a comunicação de seu governo em canais digitais próprios, mantendo neles, inclusive, o bordão que o acompanhou durante a campanha presidencial. Em seus perfis no Instagram, Facebook, Twitter e Youtube, manifestações pessoais do presidente se misturaram, durante o período, com a divulgação de ações de governo. As redes sociais de Bolsonaro estiveram presentes ativamente na interface com a sociedade durante o período de sua gestão, promovendo uma comunicação direta que, na prática, suplantou os canais tradicionais de acesso da população a seus representantes. Como primeira consequência, assistiu-se ao entrelaçamento entre o público e o privado, tornando menos claros os limites entre o que é pauta relevante para a emancipação

e o desenvolvimento da sociedade e o que avança para os limites da esfera privada e, portanto, não está sob a gestão do Estado.

Dessa forma, este artigo propõe investigar a presença e o espaço ocupado por temas de interesse público e pelos pertencentes à esfera privada no canal de maior audiência utilizado pela gestão de Jair Bolsonaro, seu perfil no Instagram. O objetivo é identificar temas de interesse público presentes no Instagram em comparação com temas que são da ordem do privado e, ainda, descobrir a quais temas de interesse público os elementos privados aparecem relacionados. O estudo é parte da dissertação de mestrado de Pinheiro (2021), *Intervenções privadas na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro: os vieses moralistas e religiosos*, que analisou as intervenções privadas na comunicação pública do presidente Jair Bolsonaro pelos vieses moralistas e religiosos, a partir de produtos comunicacionais do governo, incluindo o perfil do Instagram do presidente.

A comunicação pública como qualificadora da democracia

O conceito de comunicação pública tem permeado os estudos a respeito das relações entre Estado e sociedade. De forma geral, a comunicação pública é delimitada pelas manifestações entre a opinião pública e o Estado que são norteadas por temas de interesse público capazes de aglutinar grupos de forma organizada (Weber, 2017). Esteves (2011) pontua que a relação intrínseca da comunicação pública com o espaço público e a opinião pública evidencia a sua relevância social. Para o autor, as evoluções das sociedades modernas são marcadas pelas mudanças ocorridas em relação aos públicos que as constituem, e, assim, pode-se dizer que a comunicação realizada no espaço público pela (ou para a) opinião pública assume lugar central do ponto de vista da epistemologia e prescinde, em termos sociais, de outros tipos de comunicação, “exercendo como que um efeito estruturante sobre outras práticas comunicacionais e simbólicas” (Esteves, 2011, p. 146).

Considerando o espaço público como o local de ordenamento coletivo e a comunicação pública como o processo pelo qual é realizado o debate entre membros desse espaço para a formação e a veiculação da opinião dos públicos sobre assuntos de interesse público, a democracia tem uma relação de interdependência com a comunicação pública a partir de seus dois fatores fundamentais, a informação e a participação, que são obtidos por processos de visibilidade e acessibilidade (Weber, 2017). Essa é, portanto, a comunicação das democracias, pois, conforme a autora, “abriga o conceito e a práxis capazes de imprimir qualidade às democracias” (Weber, 2017, p. 23).

Gomes e Maia (2008) elucidam a importância da instância de deliberação em uma democracia. Para os autores, mesmo que se admita a relação entre as eleições regulares e os índices de democracia em uma sociedade, esses números não indicam a qualidade dessa democracia, que depende, essencialmente, do quanto a discussão pública ocorre na esfera pública, principalmente nas instâncias gerais, em que o interesse comum se transforma em coisa pública (Gomes; Maia, 2008). Para eles, a democracia é

O sistema no qual a legitimação das questões relativas ao bem comum se dá por meio de práticas de discussão pública autêntica. Nesse sentido, é importante não só que a instância deliberativa mais geral — o parlamento — funcione como esfera pública; mas sim que, quanto mais as microrredes de decisão no interior do tecido social se apoiem numa argumentação pública, mais democrática seja essa sociedade, mais enraizada seja a cultura democrática na alma dos indivíduos (Gomes e Maia, 2008, p. 129).

O caráter de qualificador democrático atribuído à comunicação pública, a partir dos conceitos apresentados, conflita com a ideia de que sejam admitidos, na democracia, argumentos que, antes de priorizarem o bem comum, impõem determinações baseadas na arbitrariedade.

Interesse público e interesses privados

Conceito basilar e propósito final da comunicação pública, o interesse público é o princípio que sustenta a república e as sociedades modernas. A organização social, a partir da queda do poder monárquico e eclesiástico, e sua conseqüente racionalização, estruturam uma nova concepção de público e privado, considerando como domínio do privado a concepção familiar e sua projeção para o exterior, em termos culturais, econômicos e políticos, e o domínio do público como aquele do que é comum aos indivíduos, seus interesses e necessidades (Esteves, 2011).

O bem comum é relacionado ao desenvolvimento da nação, à promoção da qualidade de vida, aos direitos e deveres dos cidadãos e, por isso, ao beneficiar todos, beneficia cada indivíduo, mesmo que ele não seja completamente contemplado (Weber, 2017). Assim, defender o interesse público como instância fundamental para a democracia é garantir que a sociedade consiga se desenvolver a partir do olhar para a coletividade, levando em conta as subjetividades e as diferenças sociais, culturais e econômicas existentes. Weber (2017) elucidava o caráter central do interesse público para as sociedades democráticas: “É na emancipação de uma sociedade pela igualdade e participação que é possível

identificar se o interesse público de um governo democrático está sendo cumprido” (Weber, 2017, p. 32).

Weber (2017) propõe a classificação da comunicação a partir da circulação de temas de interesse público nas dimensões normativa, fática e crítica. A dimensão normativa remete ao ideal republicano da busca pelo bem comum de ética na política, com foco na emancipação social. Já a dimensão fática diz respeito à visibilidade das ações de projetos políticos, de políticas públicas que mostram a governabilidade em ação. Assim, abriga a comunicação necessária à democracia, mas também àquela estruturada, com o objetivo de promover uma imagem pública favorável do partido político ou do governante e que, para tanto, utiliza equipe capacitada, recursos financeiros e tecnologia. Já a dimensão crítica aborda o debate público, envolvendo públicos e instituições em reação e contribuição às ações dos poderes do Estado. Na dimensão crítica, ocorrem os pactos e as disputas próprios da democracia, ampliando o interesse público em benefício da cidadania ou reduzindo-o a interesses privados. Por essa razão, a dimensão crítica atua com a função de vigilância do Estado, para que se cumpra o objetivo em benefício do interesse público (Weber, 2017).

Quanto ao teor dos temas de interesse público que mobilizam a sociedade em torno da exposição, da abordagem e da circulação de informações, é possível identificar três tipos. Os temas sensíveis são aqueles relacionados ao comportamento, à questão moral e cultural das sociedades, como religião, aborto, casamento homossexual etc. Temas vitais dizem respeito a assuntos que afetam o cotidiano dos cidadãos, como acesso à saúde, educação, alimentação, emprego, segurança etc. Já os temas políticos mantêm a sociedade em alerta sobre o que ocorre na esfera política, como cargos, corrupção, mudanças governamentais etc. (Weber, 2017).

Os temas sensíveis, que abrangem os comportamentos e bagagem cultural dos indivíduos, como as questões religiosas e os desafetos que somam ao longo da vida, tangenciam a esfera privada, pois projetam na esfera pública elementos pessoais, levando ao debate pautas que não estão sob a gerência do Estado. Os conceitos de comunicação pública apresentados auxiliam na compreensão da questão, esclarecendo quais pautas circulantes na arena pública estão sob a égide democrática.

A democracia entre o público e o privado

Atualmente, o ato do voto em uma disputa eleitoral é visto como símbolo da democracia. Contudo, a democracia tal qual idealizaram os republicanos, e que é útil ao desenvolvimento da sociedade, pressupõe a participação dos membros de uma comunidade em todos os processos de decisão que dizem respeito ao interesse público, em questões que afetam a vida e que influenciam no futuro da coletividade.

Dahl (2001) faz um resgate do que seria a democracia ideal e por que escolher a democracia no contexto moderno. O autor elenca os benefícios que a democracia deve proporcionar. Segundo ele, o sistema democrático existe para evitar a tirania, por meio de eleições livres; garantir direitos e liberdade, premissas que precedem o debate democrático; garantir que as pessoas desfrutem de seus interesses pessoais, desde que não conflitem com o interesse da coletividade, e da sua autonomia moral, preservando o direito do indivíduo de tomar decisões baseadas em suas próprias convicções após reflexão pessoal e consciente das considerações e das consequências. Dahl (2001) ainda cita o desenvolvimento humano e a igualdade política como justificativas para optar-se pela democracia e ainda destaca que, dentro de regimes democráticos, é possível buscar a paz e a prosperidade.

Bobbio (2007) aborda a dicotomia entre público e privado. O autor ressalta que, assim como a família, a relação entre Deus e os homens, embora esteja inserida na esfera privada, difere das relações de igualdade estabelecidas nessa esfera, principalmente pelo mercado, e constitui uma sociedade de desiguais, à semelhança da relação entre governo e governados, ou de “detentores do poder de comando e destinatários do dever de obediência” (Bobbio, 2007, p. 16). O autor esclarece que as duas dicotomias não são superpostas. A família, por exemplo, é reconduzida à esfera privada e lá superada pela sociedade e pelo governo. Da mesma forma, a relação entre Deus e os homens, institucionalizada na estrutura das religiões, apesar de desigual, também faz parte da esfera privada e é superada pela sociedade e pelo Estado.

O chamado primado do público sobre o privado diz respeito à concepção de que o interesse individual deve ser subordinado — e, quando necessário, suprimido — ao interesse coletivo e à irredutibilidade do bem comum diante das somas dos bens individuais (Bobbio, 2007). Na prática, o primado do público significa maior intervenção estatal na regulação das relações privadas, em uma reação à visão liberal do Estado e à derrota do Estado mínimo, formando o que Bobbio (2007) denomina publicização do privado. O processo inverso também ocorre no desenvolvimento das sociedades industriais, com a

privatização do público. As relações contratuais, que deveriam ser relegadas à dimensão privada, estabelecem-se no interior do grande sistema, que é o Estado articulando interesses como organizações semissoberanas. O autor cita partidos políticos e grandes sindicatos para exemplificar o que chamou de novo feudalismo. “O direito privado toma a dianteira sobre o direito público e esta prevaricação da esfera inferior sobre a superior revelaria um processo em curso de degeneração do Estado” (Bobbio, 2007, p. 27).

Sob outro aspecto, Rosanvallon (2020) também aborda a presença do elemento privado no jogo democrático. Com o foco na relação entre o líder político e o povo, o autor estabelece critérios para definir o populismo moderno e delimitar elementos que formam a privatização da democracia: *a concepção de povo como “nós × eles”*, ou seja, o povo como uma massa homogênea, distante das elites políticas; *a personalização do líder*, a encarnação dos desejos e anseios do povo em uma figura política singular; *a democracia direta*, que dispensa e descredibiliza as mediações feitas pela imprensa e instituições no debate democrático, prática facilitada e incentivada pelas redes sociais; *o protecionismo econômico*, entendendo a globalização como vetor de destruição política; e *o regime de paixões e emoções*, que aciona ressentimentos, convicções manipuladas pela desinformação e faz o indivíduo agir movido pela desconfiança, questionando a distância entre racionalidade e passionalidade. A perspectiva de Rosanvallon (2020) entende a presença do elemento privado no sistema político como sinal de populismo, na medida em que diferentes dimensões são manejadas para personalizar os elementos democráticos e promover o dualismo e a polarização.

Procedimentos metodológicos

Pinheiro (2021) apresentou uma pesquisa que mapeou os elementos privados na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro, a partir dos vieses moralistas e religiosos, no período entre 1 de janeiro de 2019 e 30 de junho de 2020. Para tanto, selecionou cinco produtos comunicacionais do governo de diferentes naturezas: marca, eventos, discursos, campanhas, redes sociais e, dentro delas, o Instagram. A seleção do perfil do Instagram do então presidente para investigar a comunicação digital do governo obedeceu a critérios quantitativos: o perfil na rede era o que mais concentrava seguidores, cerca de 18 milhões na época, e maior engajamento (coeficiente encontrado a partir da divisão do número de seguidores pela média de interação dos posts), 5,97. Somados, os perfis oficiais do Palácio do Planalto, da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) e da Empresa Brasil de Comunicação (EBC),

no Instagram, tinham 937 mil seguidores naquele período, cerca de 10% dos de Bolsonaro, e engajamento de 2,36.

A metodologia utilizada em sua pesquisa delimitou dois grupos temáticos a serem mapeados, entre outros produtos comunicacionais, nas postagens do perfil do Instagram @jairmessiasbolsonaro no período: Temas Sensíveis e Temas Políticos, sendo eles:

- a) Temas políticos – Brasil, Corrupção, Efemérides, Eleições, Força de Segurança, Ideologia, Mídias Sociais e Internet, Notícias Falsas, Políticas Públicas, Pandemia, Comportamento e Direitos Humanos, Cultura, Justiça e Segurança, Educação e Ciência e Meio ambiente, Presidente da República.
- b) Temas sensíveis – Aborto, Comportamento referente à ciência, Direitos Humanos, Família, Gênero e sexualidade, Infância, Moral e Costumes, Questões raciais, Questões religiosas, Questões sobre a mulher, Referência a adversários, Pobreza/miséria, Violência.

A descrição completa dos subtemas que compõem cada uma das temáticas selecionadas, bem como a justificativa a respeito da seleção de temas, está descrita no livro de códigos de Pinheiro (2021). Os temas delimitados para a pesquisa foram registrados nas postagens do perfil do Instagram do presidente do período pesquisado com o auxílio do software Nvivo, que possibilitou a identificação e o cruzamento de temas, ou seja, quais temas apareciam em uma mesma publicação.

Este artigo faz um recorte na investigação com foco na análise dos temas de maior ocorrência no perfil do Instagram do presidente, buscando traçar a relação entre eles e os âmbitos público e privado. Foram selecionados os dois temas de maior destaque em cada um dos grupos: em *Temas políticos*, Políticas Públicas (englobando Pandemia nesta pesquisa) e Presidência da República. Para esta pesquisa, os temas Políticas Públicas e Pandemia foram unificados, pois, em nova leitura, foi considerado que Pandemia também pertence à seara de políticas públicas governamentais. Em *Temas Sensíveis*, as maiores ocorrências foram em Referências ao Adversário e Questões religiosas. A metodologia obedeceu às seguintes etapas:

- 1) Quantificação dos temas de maior ocorrência, analisando a sua representatividade em relação aos demais temas propostos na pesquisa de Pinheiro (2021) e, posteriormente, fazendo a análise qualitativa da natureza do tema, se da ordem do público ou do privado.

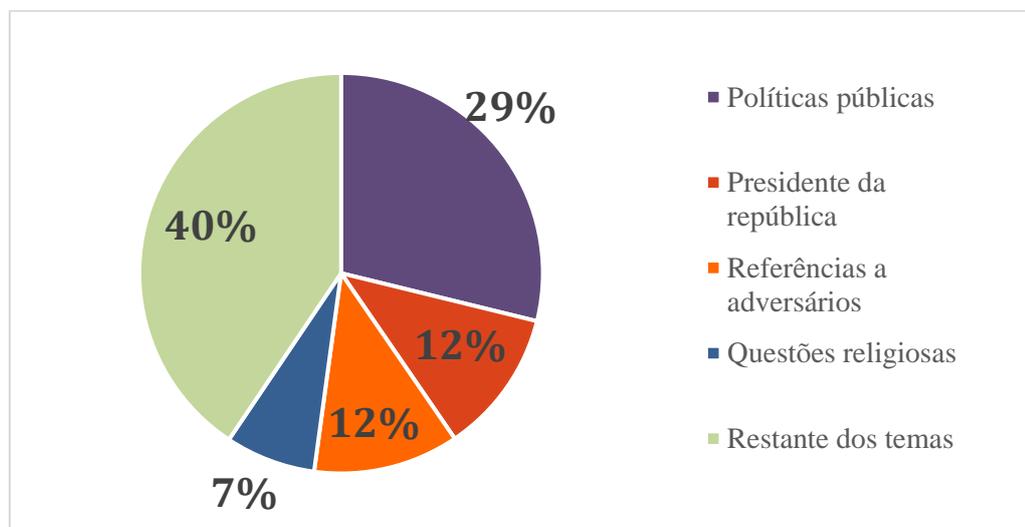
2) Cruzamento das políticas públicas com os temas de maior ocorrência do grupo Temas Sensíveis, identificados como temas privados, analisando a sua presença nas mesmas postagens em que ocorrem temas de interesse público.

O debate girou em torno da dicotomia público *versus* privado e suas implicações para a comunicação pública. Os resultados são apresentados a seguir.

Resultados e discussão

A partir da leitura flutuante de 2.096 postagens do período delimitado, foram encontradas 1.225 publicações relacionadas aos temas definidos para a pesquisa. Entre elas, identificaram-se 2.194 ocorrências dos dois grupos de temas, 1.480 em *Temas políticos* e 714 em *Temas Sensíveis*. Dois temas se destacaram em cada um dos grupos: Em *Interesse Público e Democracia*, Políticas Públicas alcançou o primeiro lugar, com 29% do total de ocorrências, e Presidente da República, formado por postagens de autorreferência de Bolsonaro sobre sua vida privada e política, apareceu em segundo, com 12%. Em *Temas Sensíveis*, Referências a adversários foi o tema com maior número de ocorrências, 12% entre todas as identificadas nos dois grupos, seguida por Questões religiosas, com 7%. O Gráfico 1 apresenta esse percentual.

Gráfico 1 – Ocorrências dos temas de destaque



Fonte: Pinheiro (2021).

Chama atenção que, em contraponto a Políticas públicas – grupo com temas de interesse público, sob a gestão do governo e que, portanto, devem ser divulgados para cumprir o papel democrático de visibilidade das ações do Estado –, os outros três temas de destaque se configuram como pautas privadas, que marcam a pessoa do presidente, suas opiniões e preferências. Somados, os temas Presidente, Referência a adversários e Questões religiosas chegam a 36% do total de ocorrências, ultrapassando bastante a soma de menções aos seis temas de interesse público que compõem o grupo de políticas públicas (Pandemia, Comportamento e Direitos Humanos, Cultura, Educação e Ciência, Justiça e Segurança, Meio ambiente), que representam 29%.

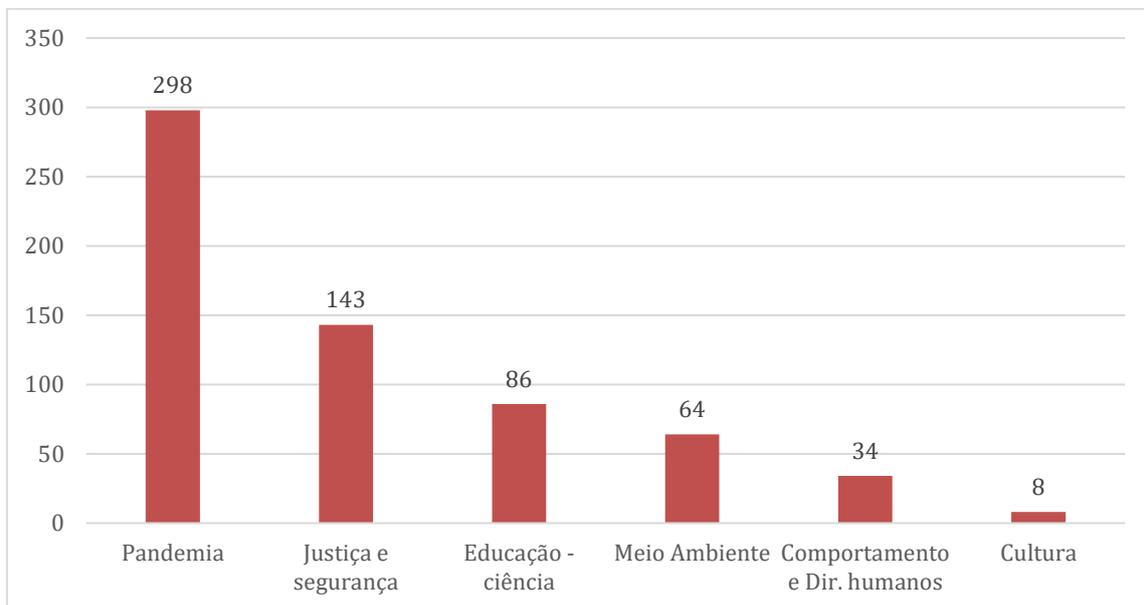
As temáticas de destaque foram recortadas e analisadas por subtemas. Em seguida, foi verificado o cruzamento entre os temas sensíveis e as políticas públicas, buscando verificar a qual tema de interesse público ocorrem as questões de esfera privada.

A fim de compreender o espaço ocupado por pautas do âmbito privado e de interesse público em um mesmo canal, o Instagram do presidente do Brasil à época, Jair Messias Bolsonaro, cada tema foi apresentado com o detalhamento da quantidade de ocorrências por subtema. Os números elucidam a investigação na medida em que apontam as estratégias de comunicação contidas nas postagens do presidente.

a) Políticas Públicas

Os temas relacionados às políticas públicas selecionadas para a pesquisa correspondem a 29% do total de ocorrências nas postagens do período delimitado, considerando Temas Políticos e Temas Sensíveis. O grupo tem relevância para o estudo da comunicação pública, uma vez que são pautas que dizem respeito à coletividade, pois afetam diretamente a vida dos cidadãos. A seguir, é apresentado o total de ocorrências em cada um dos temas que compõem o grupo.

Gráfico 2 – Ocorrências de Políticas Públicas



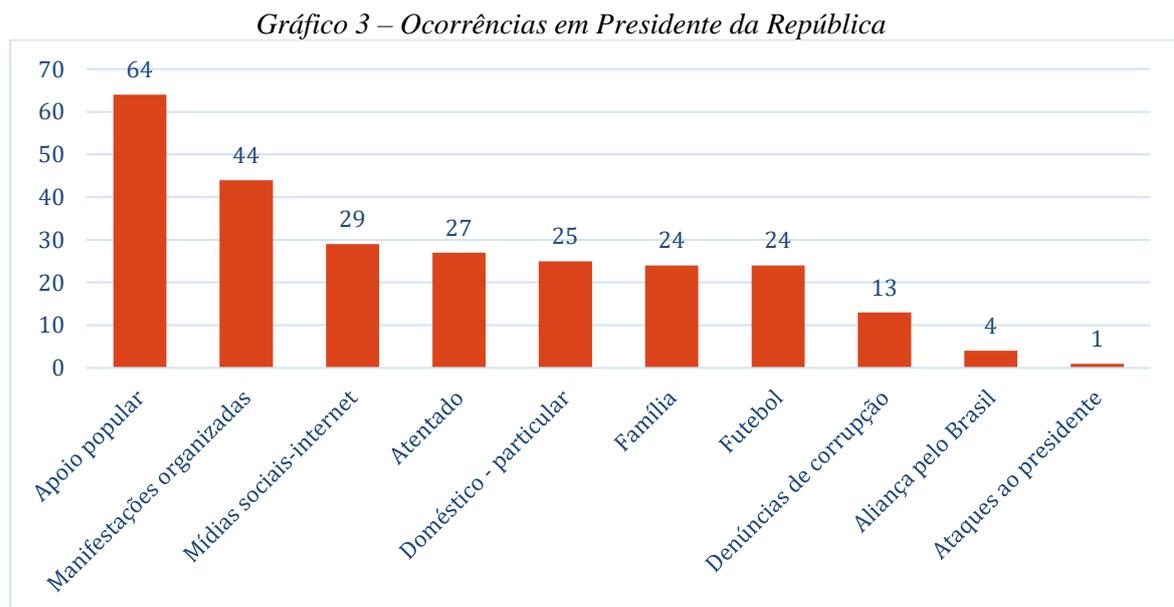
Fonte: Pinheiro (2021).

O tema Pandemia liderou as ocorrências, mesmo que tenha surgido apenas no último semestre do período estudado. O resultado justifica-se dado o impacto do acontecimento em diversos níveis: sociais, econômicos e de saúde pública. A mensuração dos subtemas dentro de Pandemia proporciona uma ideia do tom da comunicação do governo: das 298 menções sobre pandemia, 101 eram a respeito das ações de combate ao coronavírus. Logo em seguida, surgem três pautas que marcaram o governo durante o período por declarações polêmicas e duvidosas: Questão econômica, com 38 registros, Cloroquina, com 28, e Protocolos sanitários (como máscara e isolamento social), com 23. Ou seja, o espaço ocupado para criticar a campanha do “Fique em Casa”, destacando a ameaça da perda de empregos, e para defender o uso da Cloroquina no tratamento da covid-19, mesmo sem comprovação científica, foi cerca de 80% do destinado a cumprir a função normativa da comunicação pública de um governo de divulgar suas ações para os cidadãos. Justiça e Segurança teve a criminalidade como tema principal, com um terço das menções, seguido pela propaganda do projeto “Pacote Anticrime”, proposto pelo então Ministro Sérgio Moro, na época à frente da pasta da Justiça e Segurança Pública. Em Educação, que aparece em terceiro lugar entre as políticas públicas mais abordadas — dentro das selecionadas para a pesquisa —, Investimentos e cortes são os mais mencionados, dezessete menções, seguido por menções ao ensino superior, com dezesseis, e pela defesa e divulgação das novas escolas cívico-militares, com treze. Mais uma vez, Privado e Público aparecem entrelaçados, tanto em Justiça e Segurança quanto em Educação e Ciência: enquanto a divulgação de ações de combate à

criminalidade faz parte da comunicação pública esperada de um governo, as postagens sobre o projeto do pacote Anticrime mesclavam esclarecimentos sobre o projeto e o apoio popular à iniciativa, como a divulgação de outdoors espalhados em diferentes metrópoles do país. Da mesma forma, em Educação e Ciência, as postagens acerca do ensino superior revelam o posicionamento pessoal do presidente, que exalta o ensino técnico em detrimento do superior em diversas ocasiões, anuncia a intenção de acabar com cursos superiores de filosofia e humanidades e afirma que as universidades são espaços ocupados pela esquerda com vistas a formar jovens para a militância comunista. Já a divulgação sobre o projeto das escolas cívico-militares está alinhada à proximidade do então presidente com o Exército e militarismo.

b) *Presidente da República*

O segundo tema mais abordado dentro de Temas Políticos são as postagens do então presidente sobre a sua própria imagem. Essas postagens foram enquadradas no grupo Temas Políticos porque se considera que o presidente é uma figura pública e faz parte do sistema político brasileiro. No Gráfico 3, apresentam-se as ocorrências em cada um dos subtemas que compõem *Presidente da República*.



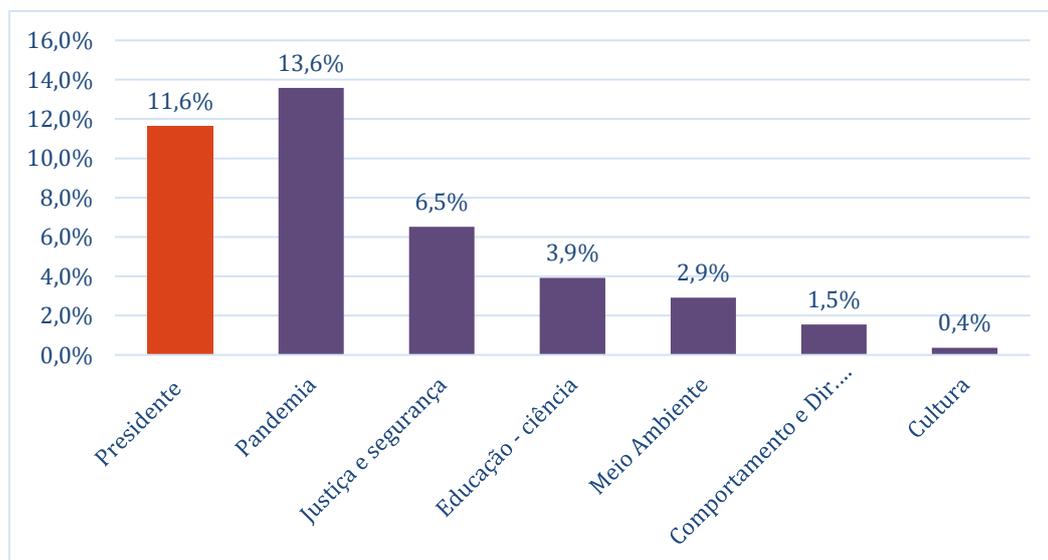
Fonte: Pinheiro (2021).

O subtema com maior número de ocorrências evidencia uma marca de Jair Bolsonaro: durante todo o mandato, ele teve a preocupação de mostrar o apoio que recebia de seus eleitores, reafirmando sua popularidade como político. O segundo subtema com maior número de ocorrências, Manifestações Organizadas, pode ser considerado uma extensão do primeiro: nesse caso, foi feita a divulgação, inclusive com a publicação de várias fotos em uma mesma postagem, de eventos planejados de apoio ao presidente. E em terceiro lugar aparecem as postagens que divulgam o crescimento de suas redes sociais. A cada número expressivo que algum canal digital próprio do então presidente chegava (10 milhões de seguidores, por exemplo), havia uma postagem destacando o feito e agradecendo a adesão dos novos seguidores, o que mostra a importância das redes sociais para sua estratégia de comunicação. Ou seja, mais da metade das vezes em que Bolsonaro abre espaço para a autorreferência, apresenta o quanto tem apoio da população, o que sugere a preparação do terreno para a eleição que viria a seguir.

c) Ocorrências de Presidente da República em relação às Políticas Públicas

A análise das ocorrências em cada um dos temas políticos de destaque mostra resultados que indicam a predominância da comunicação privada do presidente em relação à comunicação de assuntos de interesse público. O Gráfico 4 apresenta o percentual que o tema Presidência da República representa em relação ao total de ocorrências e o percentual de participação das políticas públicas selecionadas para o estudo.

Gráfico 4 – Ocorrências de Presidente da República e de Políticas Públicas



Fonte: Pinheiro (2021).

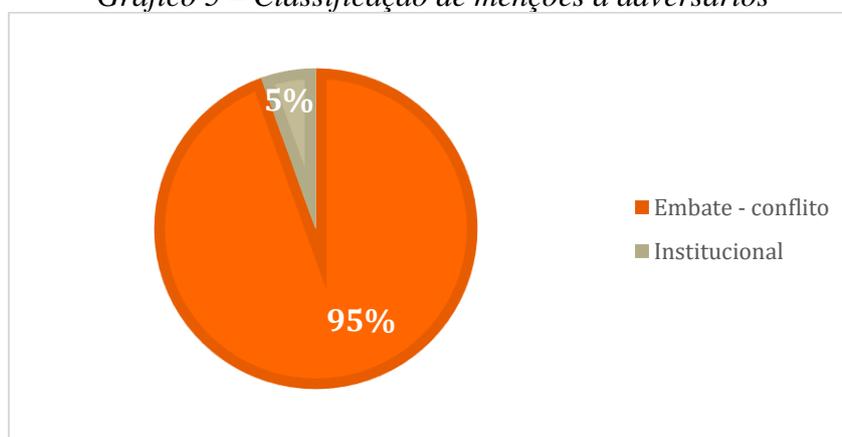
Entre as políticas públicas, apenas Pandemia ultrapassa Presidente. Bolsonaro faz referência à sua vida política e privada quase três vezes mais do que à educação e ciência e quatro vezes mais do que ao meio ambiente. Ainda que os números apresentem uma distorção da comunicação do ponto de vista da normatividade da comunicação pública, quando consideramos os canais digitais como parte do ecossistema de comunicação do governo, a lógica das redes sociais privilegia o caráter personalizado. Nesse contexto, não causa estranhamento a divulgação de momentos privados do presidente em meio às ações do governo de interesse da população, evidenciando a chamada diluição das fronteiras entre público e privado destacada por Gomes e Maia (2008).

d) Referências a adversários

As referências a adversários estão presentes de forma marcante na comunicação de Jair Bolsonaro. No Instagram, os adversários representam 12% de todas as ocorrências mapeadas a partir dos temas selecionados para a pesquisa, liderando as ocorrências em temas sensíveis e ultrapassando o espaço ocupado pelas políticas públicas mapeadas, com exceção de Pandemia.

Compreendendo que a normativa da comunicação pública considera que o debate democrático deve abrir espaço para ideias divergentes, com o respeito à racionalidade proposta na esfera pública, cabe investigar em quais menções Jair Bolsonaro cumpre o papel de chefe de Estado, tratando os adversários com isenção e institucionalidade, e em quais eles são apresentados como inimigos, sendo ofendidos ou descredibilizados. Por isso, as ocorrências relativas ao tema foram classificadas em menções institucionais ou de conflito. O Gráfico 5 apresenta os percentuais de cada um.

Gráfico 5 – Classificação de menções a adversários

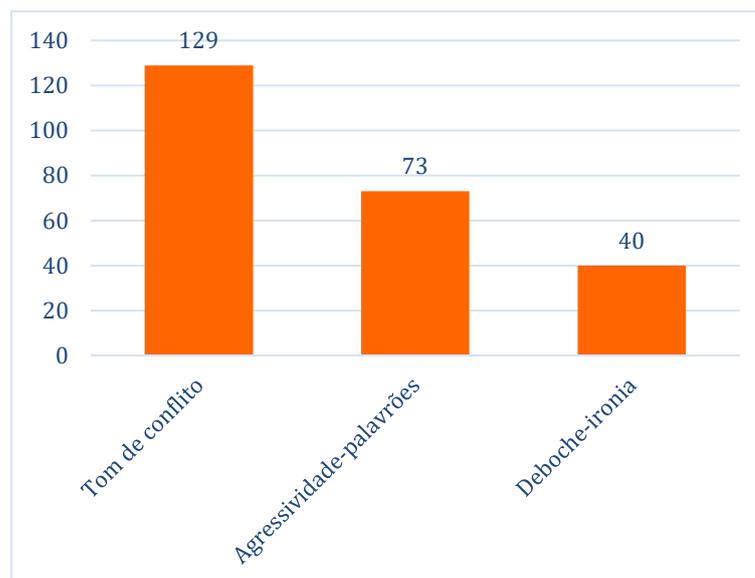


Fonte: Pinheiro (2021).

Em cerca de 95% das vezes, Jair Bolsonaro se refere aos adversários como inimigos. A postura configura a privatização da comunicação pública, pois privilegia o posicionamento pessoal do presidente, promovendo a dualidade e a polarização, em detrimento do debate livre e aberto a todos os participantes autônomos e com argumentos válidos, já que as considerações de pessoas e grupos políticos e sociais que divergem do governo são ignoradas ou desmoralizadas. O artigo de Pinheiro (2023) apresenta quem são os principais adversários do então presidente e como eles são apresentados¹.

Para elucidar como ocorrem as menções a adversários de forma conflituosa, o tema é apresentado segundo três classificações: Tom de conflito, Agressividade e palavrões e Deboche e ironia. O número de ocorrências de cada um é apresentado no Gráfico 6.

Gráfico 6 – tipos de ocorrências referentes a inimigos



Fonte: Pinheiro (2021)

O tom de conflito é predominante no discurso de Bolsonaro sobre seus adversários, encarados como inimigos. Agressividade ou palavrões estão presentes em 73 das 242 menções voltadas a inimigos, cerca de 30%. Deboche ou ironia também são significativos, 40 de 242, ou 16% das referências a inimigos. Em uma postagem publicada no dia 5 de janeiro de 2019, o então presidente escreve o seguinte texto:

¹ Artigo apresentado no 10º Congresso Compólitica, em maio de 2023.

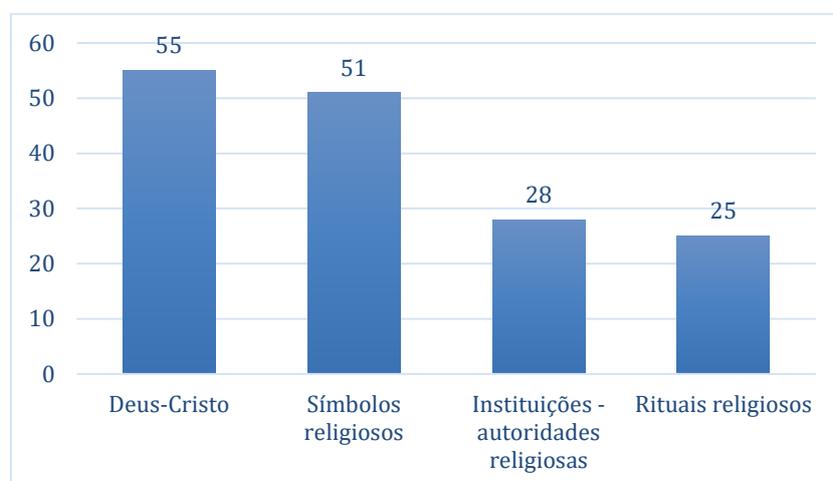
Haddad, o fantoche do presidiário corrupto, escreve que está na moda um anti-intelectualismo no Brasil. A verdade é que o marmita, como todo petista, fica inventando motivos para a derrota vergonhosa que sofreram nas eleições, mesmo com campanha 30 milhões mais cara. — Eles procuram e criam todos os motivos possíveis para estarem sendo rejeitados pela maioria da população, só não citam o verdadeiro: o PT quebrou o Brasil de tanto roubar, deixou a violência tomar proporções de guerra, é uma verdadeira quadrilha e ninguém aguenta mais isso! (Bolsonaro, 2019).

A imagem do post é alegre e tranquila, traz Bolsonaro vestido com camiseta de time de futebol e acenando com um sinal de positivo, o que contrasta com o texto agressivo e debochado relativo a atores do principal partido de oposição ao seu governo, o PT. O post resgata o resultado das eleições e os argumentos utilizados em campanha para desacreditar o oponente, o então candidato Fernando Haddad. A postagem alimenta a polarização e mantém a visibilidade de aspectos negativos dos opositores, classificados como os inimigos do presidente, dado o tom da declaração.

e) *Questões religiosas*

A presença de questões religiosas nas postagens foi identificada como o segundo tema mais recorrente entre o grupo de temas sensíveis. Bolsonaro faz referência à religiosidade 159 vezes, o que representa 7% do total de registros coletados. A fim de compreender como o tema é articulado ao longo das postagens, apresentamos os subtemas que o compõem e a quantidade de ocorrências de cada um. O Gráfico 7 mostra o resultado desse mapeamento.

Gráfico 7 – ocorrências de *Questões religiosas*



Fonte: Pinheiro (2021).

As menções a *Deus* e a *Jesus Cristo* são predominantes no tema Questões religiosas, representando cerca de um terço das ocorrências dessa temática. Na maioria das vezes, elas ocupam a função de lembrança da postura religiosa do então presidente, mesmo sobre temas de outra natureza. *Deus* aparece no bordão presidencial, publicado como legenda única com uma foto ou após um texto a respeito de outro tema. Outra situação recorrente em que Bolsonaro utiliza a expressão *Deus* é para invocar a benção de *Deus* para a nação, após a abordagem de um tema de interesse público. Os símbolos ocupam espaço similar e têm a função associativa à religiosidade do presidente. Nesse subtema, encontram-se as passagens bíblicas, utilizadas para dar credibilidade às declarações do presidente. Uma das mais utilizadas é a do livro de João 8:32: “Conhecereis a verdade e a verdade vos libertará” (Sagrada [...], 2008). Muitas vezes, é publicada apenas a referência ao versículo, numa clara intenção de Bolsonaro de se comunicar especialmente com quem entende a linguagem bíblica, ou seja, os fiéis cristãos. Em uma publicação a respeito da fome no país, em 5 de agosto de 2019, o então presidente escreve:

Da série João 8:32 (1) – EXISTE FOME NO BRASIL? “Somados o Bolsa Família, o Benefício de Prestação Continuada (BPC) e a aposentadoria rural, há uma massa de R\$ 200 bilhões que vão para o bolso dos mais pobres todos os anos. Logo, se você entender a fome como sistêmica e endêmica, o Brasil não a tem”. Ministro da Cidadania, Osmar Terra. Presidente Jair Bolsonaro (Bolsonaro, 2019).

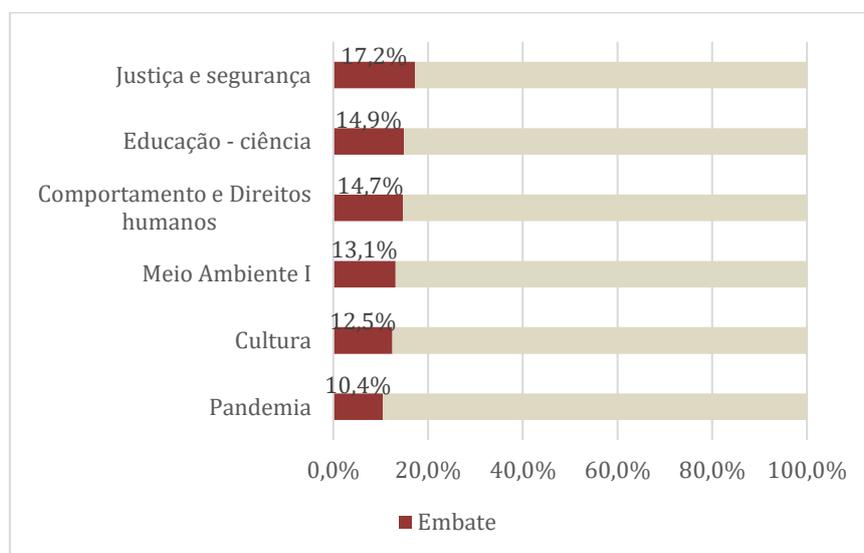
A citação do versículo, na fala do Ministro Osmar Terra e reproduzida no post, visa garantir ao fiel, entendedor das escrituras sagradas, que a declaração de que não existe fome no Brasil é verdadeira, a partir da chancela divina. A manobra discursiva é tão estratégica quanto perigosa, pois desvia a afirmação de um embate narrativo com quem afirma que existe fome no Brasil, e até mesmo com quem passa por essa realidade, ao colocar a afirmação do ministro em um outro patamar, o da verdade que liberta, a única legítima pois vem do próprio Deus, o que assume caráter inquestionável para o fiel cristão. Os dois outros subtemas, Instituições e Autoridades Religiosas e Rituais Religiosos, referem-se a encontros do então presidente com pastores e líderes cristãos e visitas a templos, a igrejas e a cultos que o presidente costumava participar.

f) Referências a inimigos em políticas públicas

Além de identificar o espaço ocupado por temas de interesse público e de interesse privado no principal canal de comunicação do ex-presidente Bolsonaro durante os primeiros dezoito meses de seu governo,

interessa mapear quando temas da ordem privada são relacionados a temas de interesse público, como as políticas públicas selecionadas para análise. No geral, cerca de 14% das ocorrências em políticas públicas estão relacionadas com o tema inimigos. O Gráfico 8 mostra o percentual de referências a inimigos em cada uma das políticas públicas.

Gráfico 8 – Presença de referências a inimigos em postagens sobre políticas públicas



Fonte: Pinheiro (2023).

A política pública mais relacionada a inimigos é Justiça e Segurança, com destaque para o subtema Criminalidade, com oito das 25 ocorrências cruzadas com inimigos. Elas ligam, sobretudo, a criminalidade aos governos do PT, conforme exemplo de postagem apresentado na página 15. O segundo subtema de Políticas Públicas com maior percentual de referências a inimigos é terrorismo, com cinco das 25 ocorrências. Nesse caso, Lula é o mais citado, apresentado como chefe da quadrilha do PT e de organizações sociais, como o Foro de São Paulo. Em Educação e Ciência, o tema Ensino Superior é o mais relacionado a inimigos, ligados, pelas falas do então presidente, à esquerda e ao socialismo, que seriam inimigos da nação. Em uma postagem de 11 de março, Bolsonaro escreve:

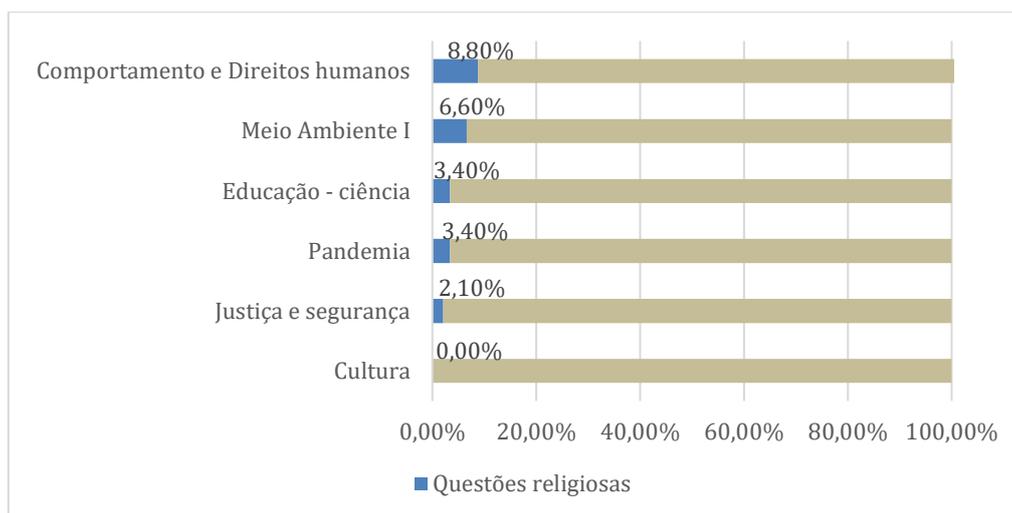
O ambiente acadêmico com o passar do tempo vem sendo massacrado pela ideologia de esquerda que divide para conquistar e enaltece o socialismo e tripudia o capitalismo. Neste contexto a formação dos cidadãos é esquecida e prioriza-se a conquista dos militantes políticos. Temos como uma das principais prioridades do governo quebrar esse ciclo (Bolsonaro, 2019).

Comportamento e Direitos humanos tem percentual semelhante à Educação e Ciência, e, em Meio ambiente, seis das oito ocorrências do tema relacionadas aos inimigos referem-se ao subtema Florestas e Matas. Nessa pauta, os inimigos se ampliam: são citadas ONGs, o presidente Emmanuel Macron, da França, e o líder indígena Raoni Metuktire.

g) Questões religiosas em políticas públicas

A presença do elemento privado religioso em políticas públicas é menor do que o de adversários, e em relação aos outros temas políticos também. Por exemplo, o tema Brasil, que contempla o bordão presidencial “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, relacionado ao subtema ufanismo, tem presença religiosa em 37% das ocorrências (Pinheiro, 2023). No geral, apenas 3,6% das ocorrências do grupo Políticas públicas têm relação com religiosidade, 23 dos 633 registros do grupo. O Gráfico 9 apresenta o percentual por política pública.

Gráfico 9 – Percentual de presença religiosa em políticas públicas



Fonte: Pinheiro (2023).

Entre as políticas públicas, o destaque é para Comportamento e Direitos Humanos, que conta com relação religiosa em 8,8% das ocorrências. O número absoluto de cruzamentos religiosos é de três das

34 ocorrências. Em Meio Ambiente, que aparece na segunda colocação entre as políticas públicas com uma presença maior de Questões religiosas — quatro das 63 ocorrências —, Florestas e Matas e Energias renováveis são os subtemas marcados, com duas ocorrências religiosas cada. Educação e Ciência, Pandemia, Justiça e Segurança e Cultura aparecem com um percentual menor do que 5% de religiosidade.

Em um exemplo marcante de religiosidade relacionada à política pública, o então presidente Jair Bolsonaro, durante uma de suas lives semanais, pede ao sanfoneiro presente, que também era o presidente da Embratur na época, Gilson Machado, para que toque uma Ave Maria em homenagem às vítimas da covid-19 (Bolsonaro, 2020). Durante a transmissão, além de Gilson e do então presidente, estavam presentes o ministro da Economia à época, Paulo Guedes, e a intérprete de Libras, não identificada no momento. Nenhum deles usava máscara de proteção facial ou mantinha distanciamento de um metro, contrariando as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS) naquele período.

Considerações finais

O fenômeno das redes sociais tem sido cada vez mais decisivo para o cenário político brasileiro. Por isso, investigar seus usos como estratégia política é de fundamental importância para compreender a sociedade atual a partir dessa nova arena na comunicação pública. O recorte realizado a partir da pesquisa de Pinheiro (2021) teve como propósito avançar na discussão acerca das questões ligadas ao âmbito do público e do privado com essa nova realidade. O mapeamento e a mensuração de conteúdos tornam palpável a ideia, debatida por teóricos da área, de que as mídias digitais formaram um novo modelo de arena pública, em que pautas de interesse público coexistem com aquelas ligadas à vida privada dos indivíduos.

O recorte selecionado privilegiou as temáticas de maior ocorrência entre os dois grupos de temas definidos na pesquisa de Pinheiro (2021), os Temas Políticos e os Temas Sensíveis. Políticas Públicas, incluindo Pandemia, e Presidência da República se destacaram em Temas políticos, e Referências a Adversários e Questões Religiosas, em Temas Sensíveis. O resultado é significativo, na medida em que apresenta comunicações relacionadas a temas de interesse da população e de competência do governo ocupando um espaço menor do que aspectos relacionados ao âmbito privado de Bolsonaro.

Apesar de o governo dispor de mecanismos institucionais, as redes sociais do presidente se apresentam como meio de comunicação com maior adesão e, portanto, mais efetivo para informar e educar a população sobre questões de interesse de todos, passíveis de debate público. Sendo ele a figura representativa máxima de uma nação, suas ações comunicacionais são todas da ordem da comunicação pública: Bolsonaro não deixa de ser presidente nem mesmo quando divulga seus momentos de folga ou em família.

Sendo assim, os resultados obtidos apresentam dados relevantes. Entre os quatro temas de maior ocorrência da pesquisa de Pinheiro (2021), apenas o grupo Políticas Públicas, incluindo Pandemia, é efetivamente da ordem do interesse público. Os outros três temas, somados, ocupam um espaço 24% maior do que esse grupo: aspectos da vida do presidente e o apoio que recebe, os inimigos que ataca e a fé que professa. Questões que não têm, ou não deveriam ter, relevância em relação às propostas de solução para os dilemas sociais a que o governo deve responder.

Mais do que o espaço que ocupam, os temas de âmbito privado presentes no Instagram causam impacto negativo no sistema democrático por contrariarem os princípios normativos da comunicação pública ou o que se espera de um líder da nação. Nos casos em que o então presidente faz referências aos inimigos em seu Instagram, em tom bélico, com palavrões ou deboche, está sendo ignorada a institucionalidade que o cargo de chefe de Estado exige e que a ele foi imputada no momento da eleição. Na ânsia de atender à personalização das demandas de seu eleitorado, a universalidade é ignorada. As opiniões divergentes, amparadas e estimuladas no debate público para a troca de ideias sobre pautas de interesse público, são deslegitimadas quando o adversário se torna inimigo. Destruir moralmente o oponente quando ele se levanta contra ações do mandatário configura, inclusive, ação que define os regimes autoritários e, nesse sentido, obstrui o funcionamento da comunicação pública como qualificadora da democracia.

Mais grave ainda é quando a deslegitimação do adversário aparece relacionada a temas de interesse público, como as políticas públicas. A pesquisa mapeou a presença de referências a inimigos em 14% das ocorrências de Políticas Públicas, com destaque para Justiça e Segurança e Educação e Ciência. A criminalidade e o ensino superior foram os dois temas de interesse público mais utilizados para o ataque aos inimigos, acusados de dar vazão aos crimes no país e a estimular o distanciamento da universidade pública do seu propósito de formar cidadãos para direcioná-los à militância. Discurso totalmente questionável, mas com grande adesão por parte da maioria dos cidadãos. O regime de

verdade foi posto em xeque na construção narrativa dos inimigos do então presidente em suas redes, confundindo a população com informações verossímeis, mas irreais, configurando mais um ponto de enfraquecimento da democracia.

Da mesma forma, associações divinas e argumentos religiosos representam 7% de todas as ocorrências mapeadas entre as temáticas da pesquisa, fato que chama atenção e indica a estratégia de comunicação do presidente. Ao destacar sua opção religiosa, Bolsonaro justifica a presença do elemento em sua comunicação pelo fato de que “90% da população brasileira também o é” (Bolsonaro, 2019), contrariando o princípio do Estado laico, da universalidade do Estado e do primado do público frente aos interesses privados, segundo o qual a soma dos interesses individuais não é maior do que o interesse público. Permeiar a comunicação pública de uma nação com religiosidade pode ser considerada uma forma de imposição discursiva de comportamentos que há muito foram redirecionados à esfera privada para garantir a autonomia moral do cidadão, considerando os diferentes patamares hierárquicos ocupados por Estado e sociedade. A presença religiosa no grupo de Políticas Públicas não foi significativa, mas esteve mais presente em Comportamento e Direitos Humanos, o que comprova uma tendência de que temas com teor moralista sejam robustecidos pelo caráter mágico e, por isso, arbitrário da religiosidade.

Na práxis da comunicação pública, a passionalidade e a identificação pessoal com o líder sempre estiveram presentes e influenciaram a tomada de decisão dos cidadãos a respeito dos seus representantes. Contudo, o novo fenômeno das redes sociais diminui o pudor, até então ainda existente, da diferenciação entre público e privado na política, para inserir, na mesma arena e com peso semelhante, os temas de interesse público e aqueles relativos ao privado. Trata-se de uma nova etapa em direção à diluição entre as duas esferas, que desestrutura a esfera pública tal qual havia sido concebida por Habermas (2003). Talvez esse seja o principal fator a ser considerado para o fortalecimento do novo populismo, atrelado ao dualismo, que se alimenta de bolhas de validação e fomenta a personalização do líder e o repúdio ao diferente, componentes que também estão presentes na essência das redes.

Mais do que isso, ao entrelaçar os campos público e privado, Bolsonaro torna turvas as responsabilizações do governo sobre os temas de sua competência, considerando que sua imagem é também a imagem do governo, e sua postura pessoal em relação a diferentes fenômenos é confundida com a do Estado, fazendo com que o cidadão perca a capacidade de distinguir as duas. Em termos

práticos, a estratégia de comunicação do presidente promove um deslizamento do debate público dos temas de interesse da coletividade para temas aos quais o Estado não tem competência para agir e, portanto, são irrelevantes para o cumprimento dos objetivos que um governo deveria perseguir (Pinheiro, 2022). A manobra é vantajosa para quem a orquestra, na medida em que diminui a pressão popular sobre os temas da competência do Estado.

Os temas da ordem do privado alinhavados, como estratégia discursiva, em coexistência com temas de interesse público, prestam, além de tudo, um desserviço: alimentam a polarização, segregam a sociedade por sua fé e opção política e personalizam a estrutura governamental, atitudes que estão em total oposição com os conceitos de comunicação pública, definidos pelo propósito de qualificar e fortalecer a democracia. Em suma, a estratégia de comunicação do presidente, a partir dos dados apresentados, colaborou com o enfraquecimento da democracia no período. Com os resultados da pesquisa, foi possível traçar um paralelo entre o posicionamento de Bolsonaro e as definições de populismo, o que nos permite afirmar que o ex-presidente soube utilizar o Instagram em sua estratégia de comunicação para se firmar como líder populista de direita.

É fato que esse não foi privilégio apenas do governo findo em 2022, como também é verídico que as redes sociais fazem parte da nova realidade política, apresentando o elemento privado em meio às informações que devem nortear as decisões do cidadão sobre a sua comunidade, Estado e nação. O avanço da discussão em comunicação pública agora gira em torno de como ajustar os limites da comunicação nas redes para que Estado, mídia e sociedade possam conviver nessa nova arena preservando os princípios democráticos guardados pela normatividade da comunicação pública.

Referências

- BOBBIO, Norberto. *Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- BOLSONARO, Jair. *Haddad, o fantoche...* [Brasília, DF], 5 jan. 2019. Instagram: @jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BsQcZA_g_VQ/. Acesso em: 6 jul. 2023.

- BOLSONARO, Jair. *O ambiente acadêmico...* [Brasília, DF], 11 mar. 2019. Instagram: @jairmessiasbolsonaro. Disponível em <https://www.instagram.com/p/Bu3cAp9n4-z/>. Acesso em: 6 jul. 2023.
- BOLSONARO, Jair. *Live da Semana...* [Brasília, DF], 25 jun. 2020. Instagram: @jairmessiasbolsonaro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CB4lm0DBoov/>. Acesso em: 7 jul. 2020.
- BOLSONARO, Jair. *Da série João 8:34..* [Brasília, DF], 5 ago. 2019. Instagram: @jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B0yFGN_hZtH/. Acesso em: 6 jul. 2023.
- BOLSONARO, Jair. *Da série João 8:32...* [Brasília, DF], 6 ago. 2019. Instagram: @jairmessiasbolsonaro. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B00-_BmhDQF/. Acesso em: 7 jul. 2023.
- DAHL, Robert A. *Sobre a democracia*. São Paulo: Editora UnB, 2001.
- ESTEVES, João Pissarra. *Sociologia da comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- PINHEIRO, Muriel Felten. *Intervenções privadas na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro: os vieses moralistas e religiosos*. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- PINHEIRO, Muriel Felten. O deslizamento do debate público para a comunicação privada no Brasil de Bolsonaro. *Democracia e Direitos Fundamentais*, Porto Alegre, n. 8, 2022. Disponível em: <https://direitosfundamentais.org.br/o-deslizamento-do-debate-publico-para-a-comunicacao-privada-no-brasil-de-bolsonaro>. Acesso em: 10 jul. 2023.
- PINHEIRO, Muriel Felten. Os aliados e inimigos do presidente Jair Bolsonaro: análise das relações de interesse público no Instagram @jairmessiasbolsonaro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE

COMUNICAÇÃO POLÍTICA, 10., 2023, Fortaleza. *Anais [...]*. Rio de Janeiro: Compólitica, 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT04_Felten_Pinheiro-Muriel-Felten.pdf. Acesso em: 10 jul. 2023.

ROSANVALLON, Pierre. *El siglo del populismo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2020.

SAGRADA Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos. (org.). *Comunicação pública e política: pesquisa e práticas*. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

Nota

Trabalho derivado de pesquisa que recebeu menção honrosa no Prêmio Compólitica 2023.

Pesquisa de Mestrado desenvolvida com Bolsa CAPES.

Sobre a autora

Muriel Felten Pinheiro é Doutoranda e mestra em comunicação pública pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2011). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Relações Públicas e Propaganda, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, relações públicas, marketing digital, política e marketing.

Data de submissão: 12/07/2023.

Data de aprovação: 25/09/2023.