ANTES DO JOGO COMEÇAR:

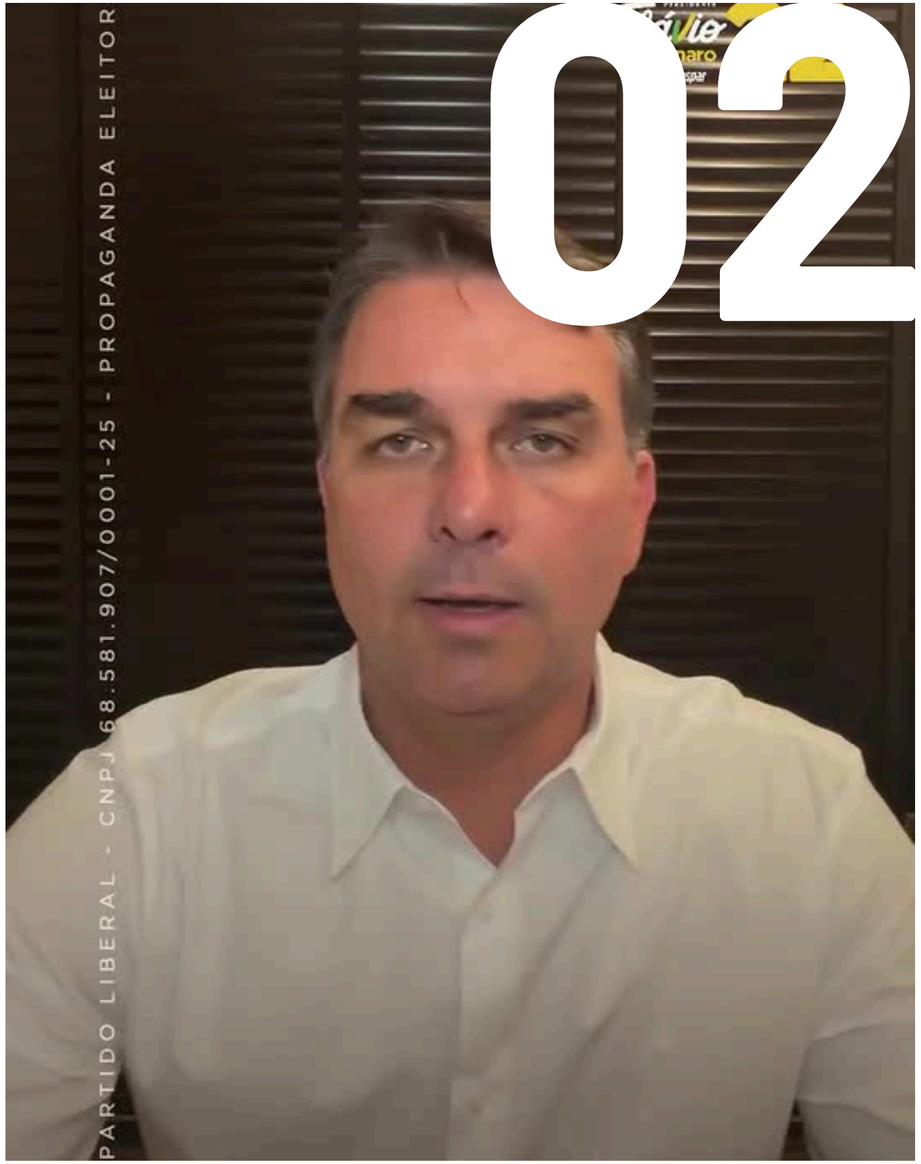
ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS E PROJEÇÃO POLÍTICA NO INSTAGRAM DE FLÁVIO BOLSONARO (PL)

LUIZ ADEMIR DE OLIVEIRA
MAYRA COIMBRA



INTRODUÇÃO

- A comunicação política digital ultrapassa os períodos formais de campanha.
- Publicações cotidianas selecionam temas, estabelecem prioridades e constroem antagonismos.
- A presença contínua pode fortalecer vínculos com públicos e consolidar uma persona política.
- Em contexto pré-eleitoral, conteúdos podem antecipar pautas e narrativas da disputa.



02

QUESTÃO CENTRAL E OBJETIVO:



Pergunta Central:

Como as postagens de Flávio Bolsonaro projetam uma persona política e uma possível candidatura antes do período oficial de campanha?





Objetivo:

Compreender como temas, valores e posicionamentos mobilizados no Instagram contribuem para a construção da persona política de Flávio Bolsonaro e para a projeção de uma candidatura presidencial em contexto pré-eleitoral.

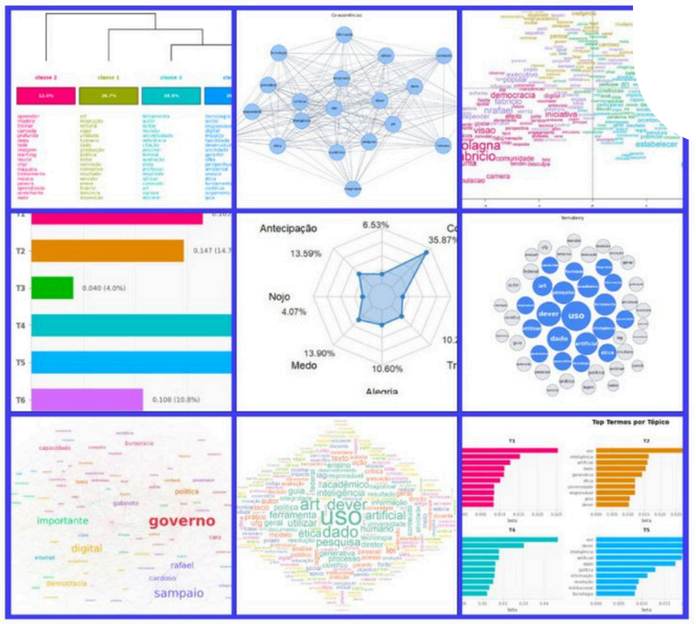
RECORTE EMPÍRICO

04

O *corpus* da pesquisa é composto por **91 postagens** publicadas no perfil oficial de Flávio Bolsonaro (PL) no **Instagram** durante o mês de **junho de 2026.**

O recorte temporal foi definido por se tratar de um período pré-eleitoral, no qual a comunicação política já assume características estratégicas de construção de imagem pública e mobilização de apoiadores.

<labiia_lex>



O conjunto de dados foi submetido a procedimentos de **análise textual automatizada** por meio da plataforma **Labiia-Lex**.

05

TRÊS EIXOS PARA INTERPRETAR

COMUNICAÇÃO POLÍTICA DIGITAL

Sistema híbrido de mídia; economia da atenção; visibilidade algorítmica; vínculo direto entre lideranças e públicos.

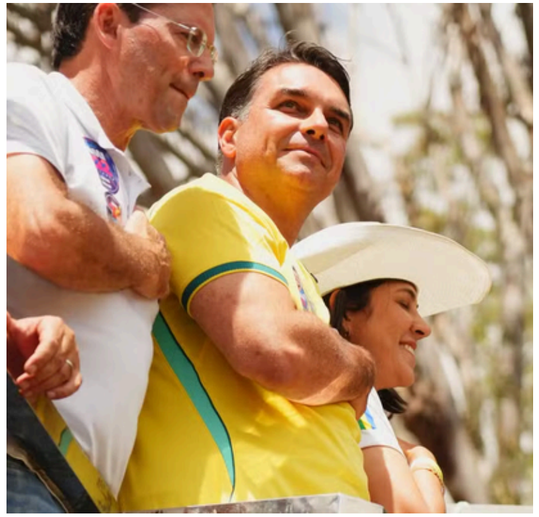
PERSONA POLÍTICA

A atuação pública como representação continuamente ajustada a contextos e audiências (Goffman, 1985).

DISPUTAS SIMBÓLICAS

Valores, pertencimentos e fronteiras entre grupos; guerras culturais e antagonismos políticos.





06

A PRESENÇA DIGITAL COMO PROCESSO CONTÍNUO

1. Presença Cotidiana: Publicar, aparecer e manter contato.
2. Seleção de Temas: Definir prioridades e enquadrar problemas.
3. Identificação: Mobilizar valores, emoções e pertencimentos.
4. Projeção Política: Construir atributos e apresentar alternativa.



07

ANÁLISE



QUATRO NÚCLEOS INTERPRETATIVOS:

08

A análise inicial do *corpus* foi realizada a partir da nuvem de palavras, recurso que permite identificar os termos de maior recorrência nas postagens publicadas por Flávio Bolsonaro.

Os termos de maior destaque que estruturam o corpus são: Brasil (N=66), Lula (N=33), brasileiro, (N=21), futuro (N=20) e país (N=19). Outros termos pertinentes e bastante representativo no discurso são: governo (N=9), PT (N=9), PCC (N=8), força (N=8), fortalecer (N=7), defender (N=7), renovar (N=7), bandido (N=6), Deus (N=6), medo (N=6) oração (N=6), segurança (N=6), família (N=4) e crime (N=4).

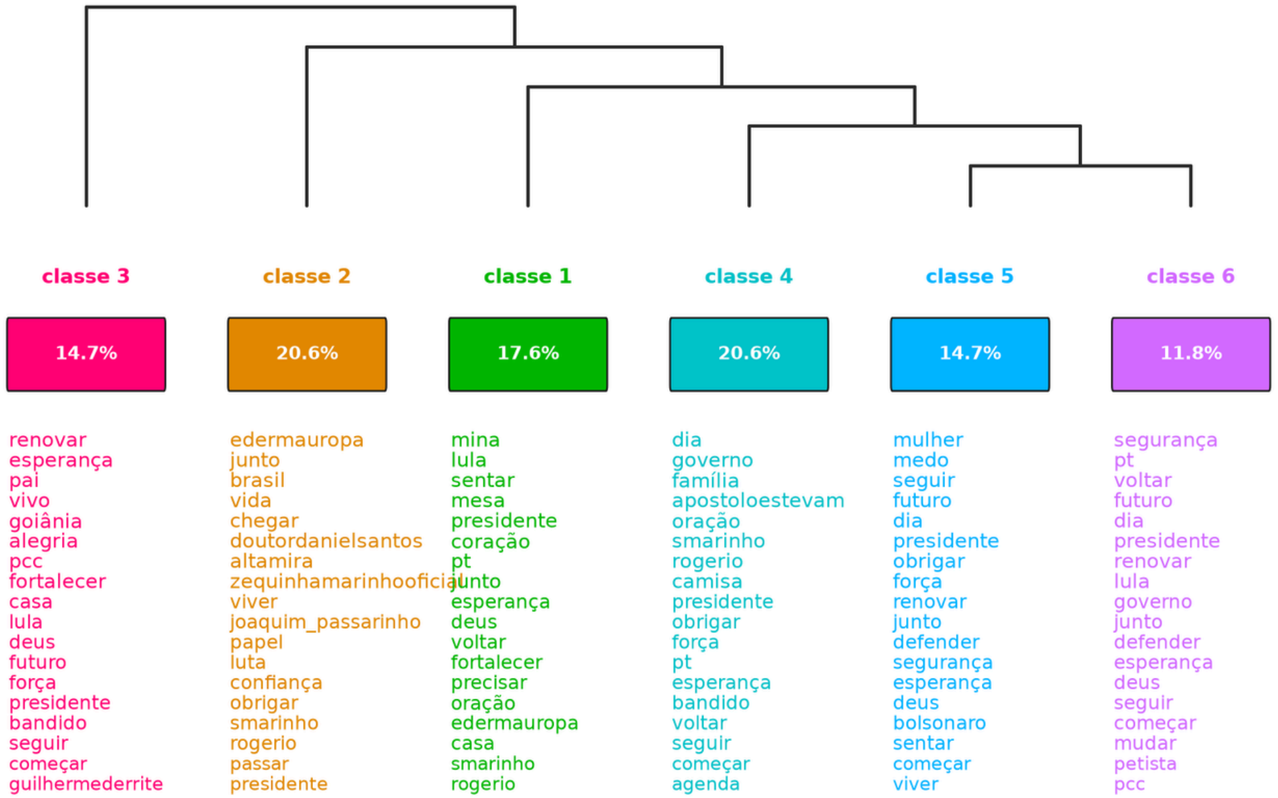


Quatro núcleos interpretativos:

Nacionalismo, Antagonismo, Valores e Segurança.

CLASSIFICAÇÃO HIERÁRQUICA DESCENDENTE (CHD)

09



C2 e C4 são as classes maisrepresentativas (20,6% cada); C6 é a menor (11,8%).

CLASSIFICAÇÃO HIERÁRQUICA DESCENDENTE (CHD)

10



A nomeação das seis classes é interpretativa e atribuída pelos autores — não gerada automaticamente pelo software.

CLASSE 1: ANTAGONISMO E DESLEGITIMAÇÃO DE LULA (17,6%)

Vocabulário associado:

mina, lula, sentar, mesa, presidente, coração, pt, junto, esperança, deus,
voltar, fortalecer,precisar, oração, edermaurppa, casa, smarinho, rogerio, etc.

Como o artigo interpreta:

- Lula e PT são associados a incompetência, atraso ou atuação contrária aos interesses nacionais.
- O discurso aproxima temas diferentes, como: tarifas, negociações internacionais e segurança, para sustentar a crítica.
- A deslegitimação não é apenas nominal: busca produzir uma imagem negativa do adversário.



CLASSE 2: REPRESENTAÇÃO TERRITORIAL E MOBILIZAÇÃO (20,6%)

Vocabulário associado:

edermauropa, junto, brasil, vida, chegar, doutordanielsantos, altamira, zequinhamarinhooficial, viver, joaquim_ passarinho, papel, luta, confiança, obrigar, smarinho, rogerio, passar, presidente, etc.

Como o artigo interpreta:

- Agendas presenciais e articulação com lideranças locais.
- O território é conectado a um projeto nacional.
- Expressões-chave: “vamos juntos”, “futuro do Brasil”, “resgatar o nosso país”.



CLASSE 3: FÉ, ESPERANÇA E PROTEÇÃO COMUNITÁRIA (14,7%)

Vocabulário associado:

renovar, esperança, pai, vivo, goiânia, alegria, pcc, fortalecer, casa, lula, Deus, futuro, força, presidente, bandido, seguir, começar, guilhermederrite, etc.

Como o artigo interpreta:

- **Fé:** Elemento eleitoral mobilizador.
- **Proteção:** É conectada a vínculos familiares, pertencimento e valores morais.
- **Soberania:** Deslocada do sentido estritamente estatal para a experiência cotidiana de segurança: poder viver no território sem que o crime domine a comunidade.



CLASSE 4: FAMÍLIA, FÉ E IDENTIDADE NACIONAL (20,6%)

Vocabulário associado:

dia, governo, família, apostoloestevam, oração, smarinho, rogerio, camisa, presidente, obrigar, força, pt, esperança, bandido, voltar, seguir, começar, agenda, etc.

Como o artigo interpreta:

- Religiosidade ligada à família e ao futuro do país.
- A referência a Jair Bolsonaro articula vínculo familiar e continuidade política.
- A fé aparece como experiência afetiva compartilhada e mobilização.



CLASSE 5: SEGURANÇA, MEDO E PROTEÇÃO SOCIAL (14,7%)

Vocabulário associado:

mulher, medo, seguir, futuro, dia, presidente, obrigar, força, renovar, junto, defender, segurança, esperança, deus, bolsonaro, sentar, começar, viver. etc.

Como o artigo interpreta:

- O Brasil aparece como submetido ao medo, à criminalidade e à perda de controle territorial.
- Segurança como condição para o desenvolvimento. E proteção da família e da população como prioridade.
- Promessa de mudança em oposição ao governo atual.



CLASSE 6: OPOSIÇÃO AO LULOPETISMO E RECONSTRUÇÃO NACIONAL(11,8%)

Vocabulário associado:

segurança, pt, voltar, futuro, dia, presidente, renovar, lula, governo, junto, defender, esperança, deus, seguir, começar, mudar, petista, pcc, etc.

Como o artigo interpreta:

• A direita é apresentada como capaz de reformar, mudar o rumo e recolocar o Brasil na prosperidade.

"• Reformar o que está ruim" e "recolocar o Brasil no caminho da prosperidade" condensam essa passagem.



QUE PERSONA POLÍTICA EMERGE DO *CORPUS*?



Defensor da Nação:

Brasil • país • futuro • soberania

Protetor das Famílias:

Segurança • medo • território • casa

Articulador Político:

Agenda regional • lideranças • mobilização





QUE PERSONA POLÍTICA EMERGE DO *CORPUS*?

Opositor de Lula / PT:

Confronto • crítica • deslegitimação

Liderança religiosa e afetiva:

Fé • oração • família • esperança

Portador de mudanças:

Direita • reconstrução • prosperidade







CONCLUSÃO:

- O antagonismo a Lula/PT convive com a apresentação de uma alternativa política.
- Segurança e religiosidade são eixos centrais na construção da persona.
- O Instagram funciona como espaço de projeção política anterior à campanha oficial.
- O corpus cobre apenas junho de 2026.
- É necessário ampliar o recorte para observar permanências e transformações ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS:

Carreon, R., & Baronas, R. (2020). Lives presidenciais: Reflexões iniciais sobre o discurso político-digital. Revista da ABRALIN, 19(3), 541–561.

Gallego, E. S., Ortellado, P., & Ribeiro, M. M. (2017). Guerras culturais e populismo antipetista nas manifestações por apoio à Operação Lava Jato e contra a reforma de previdência. Em Debate (Belo Horizonte), 9(2), 35-45. Recuperado de http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/7.pdf

Goffman, E. (1985). A representação do eu na vida cotidiana (M. C. S. Raposo, Trad.). Editora Vozes.

Ituassu, A., Pecoraro, C., Joathan, Í., Capone, L., Leo, L., Lifschitz, S., & Wu, V. (2018). Internet e democracia nos municípios brasileiros: A oferta de transparência e participação nos websites das maiores prefeituras do país. In R. C. M. Maia, K. Prudencio, & A. C. Vimieiro (Eds.), Democracia em ambientes digitais: Eleições, esfera pública e ativismo (pp. 127–158). EDUFBA.

Ituassu, A., Pecoraro, C., Capone, L., Leo, L., & Mannheimer, V. (2023). Mídias digitais, eleições e democracia no Brasil: Uma abordagem qualitativa para o estudo de percepções de profissionais de campanha. Dados, 66(2), e20210063. https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.294

Ituassu, A. (2024). As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo. Biblioteca Digital do TSE.

REFERÊNCIAS:

Melo, C. T. V. de, & Vaz, P. (2021). Guerras culturais: Conceito e trajetória. Revista Eco-Pós, 24(2), 6–40. https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27791

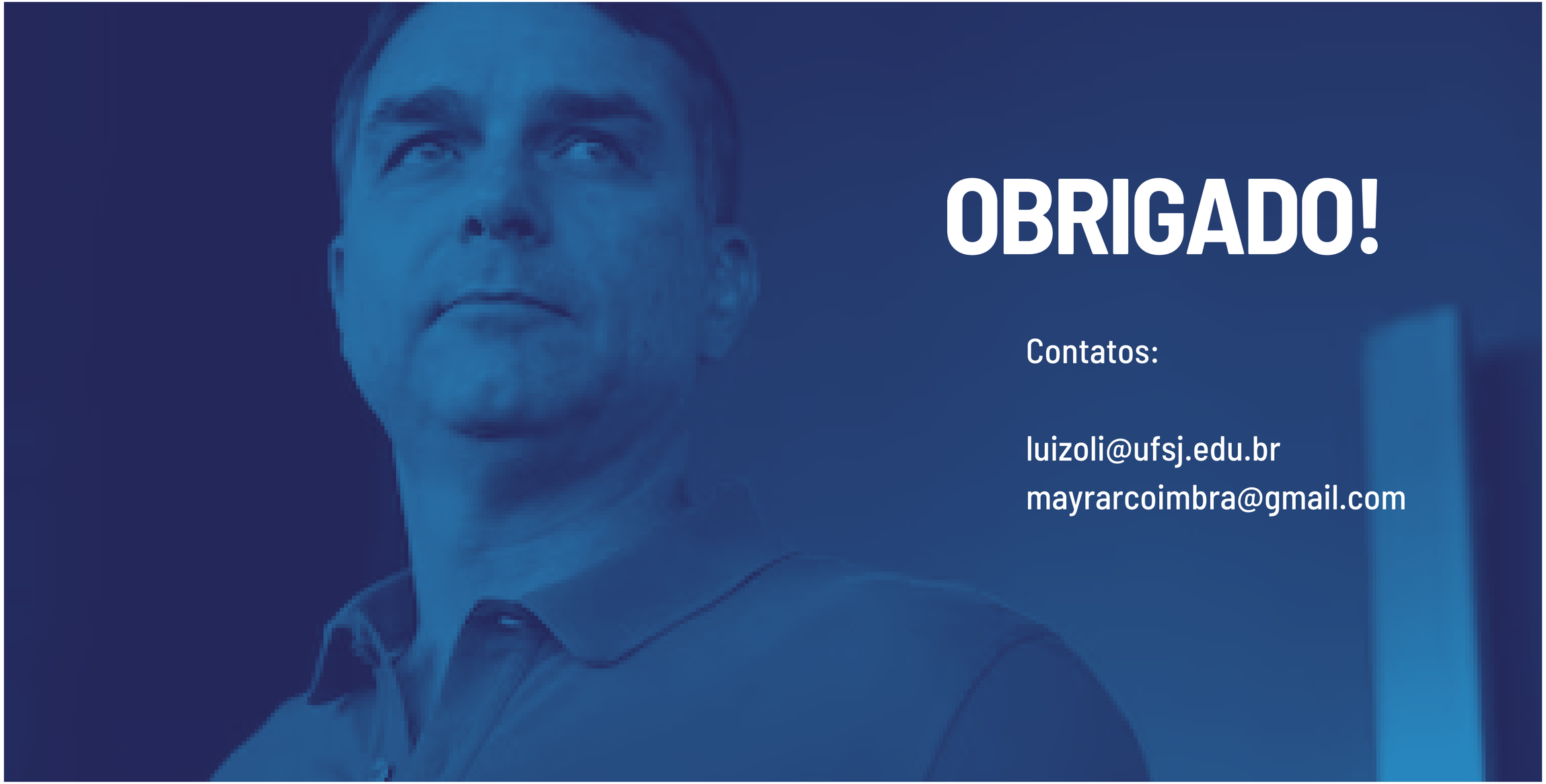
Menezes, M. A. S. (2022). Redes sociais no processo político eleitoral: Como aproveitar os benefícios das ferramentas digitais. In M. Moraes & G. Pimenta (Eds.), Comunicação governamental e marketing político: Estratégias e estudos de caso (Vol. 2). Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP).

Moraes, A. D. B. (2023). Neoliberalismo autoritário: A realidade que gerou o bolsonarismo. Editora Dialética.

Nunes, S. G. da C., Moraes, N. R. de, & Souza, F. da C. (2020). As mídias digitais e a nova sociedade: Um olhar sobre as interações humanas e as relações organizacionais. EDUFT. http://hdl.handle.net/11612/2542

Nunes, F., & Traumann, T. (2023). Biografia do abismo: Como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil. HarperCollins Brasil.

Sampaio, R. C. (2026). <labiia_lex>, um software para análise textual para todos os pesquisadores. LABIIA Lab. https://labiialab.com.br/



OBRIGADO!

Contatos:

luizoli@ufsj.edu.br
mayrarcoimbra@gmail.com