

**A PERSONIFICAÇÃO DA NOVA DIREITA BRASILEIRA: UM OLHAR
SOBRE OS ELEITORES DE JAIR BOLSONARO NA CAMPANHA
PRESIDENCIAL DE 2018¹**

Matheus Ribeiro Pereira²

RESUMO

As manifestações populares ocorridas entre 2013 e 2016, o crescimento da Frente Parlamentar Evangélica e a proliferação de narrativas conservadoras adotadas através das plataformas de redes sociais, resultaram na efervescência e desenvolvimento da nova direita brasileira. Entendendo que existem poucos estudos em torno dos eleitores desse novo movimento político, este artigo buscou elucidar quem são estes personagens. Para isto, foi utilizado o método Persona, uma das principais ferramentas do design (COOPER, 2011), além de pesquisas exploratória, bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa. A partir da análise das informações coletadas pelo DataFolha (2018), Ibope (2018) e pelo Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2018), que elucidaram quais são os grupos de eleitores interessados em eleger Jair Bolsonaro para Presidência do Brasil em 2018, foi possível concluir que existem quatro Personas que esclarecem os perfis dos eleitores pesquisados.

PALAVRAS-CHAVE: Nova Direita; Personas; Jair Bolsonaro; Campanha presidencial.

**THE PERSONIFICATION OF THE NEW BRAZILIAN RIGHT: A LOOK AT
THE VOTERS OF JAIR BOLSONARO IN THE 2018 PRESIDENTIAL
CAMPAIGN**

ABSTRACT

The popular demonstrations that took place between 2013 and 2016, the growth of the Evangelical Parliamentary Front and the proliferation of conservative narratives adopted through social networks, resulted in the effervescence and development of the new Brazilian right. Understanding that there are few studies around the voters of this new political movement, this article sought to elucidate who these characters are. For this, the Persona method was used, one of the main design tools (COOPER, 2011), in addition to exploratory, bibliographic and documentary research, with a qualitative approach. From the analysis of the information collected by DataFolha (2018), Ibope (2018) and by the Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2018), which sought to elucidate which groups of voters are interested in electing Jair Bolsonaro as president of Brazil in 2018, it was possible to conclude that there are four Personas that clarify the profiles of the surveyed voters.

¹ Este artigo é resultado de pesquisa realizada e concluída para dissertação de Mestrado de Gestão da Economia Criativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

² Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e Mestre em Gestão da Economia Criativa pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Pesquisador do Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e Representação (LEMBRAR – ESPM).

KEYWORDS: New Right; Personas; Jair Bolsonaro; Presidential campaign.

INTRODUÇÃO

As últimas décadas estão sendo marcadas por um desenvolvimento exponencial da onda conservadora ao redor do mundo. Com progressivo crescimento eleitoral e, desta forma, maior participação no Executivo e Legislativo, a nova direita foi se consolidando, primeiramente, na Europa, depois nos Estados Unidos (MUDDE, 2000) – tendo participação representativa nas plataformas de redes sociais de Donald Trump (2016) – e, mais recentemente, no Brasil, ficando evidente durante a campanha presidencial de Jair Bolsonaro (2018) e na transformação da composição do Congresso, tendo partidos como o PSL alcançando 52 cadeiras na Câmara dos Deputados em 2018 (CAESAR, 2018).

A direita, de acordo com Bobbio (1994), tem entre seus ideais o individualismo, a privatização, a valorização do que é tradicional, o incentivo ao que é heroico, aversão à diversidade, o militarismo, a luta pela segurança nacional, a evolução econômica em detrimento de outros fatores, a sua supremacia e o anticomunismo. Entretanto, mesmo compreendendo estes fatores ideológicos que norteiam os pensamentos dos partidos e candidatos representantes da direita, o entendimento sobre o que pode ser considerada nova ou velha direita no Brasil ainda é uma questão um tanto quanto complexa e pouco explorada.

Observando a efervescência da Maré azul³ e os acontecimentos que marcaram a história do Brasil nos últimos anos, que culminaram na eleição presidencial de Bolsonaro, em 2018, com aproximadamente 58 milhões de votos (BBC, 2018), esta pesquisa seguirá a mesma abordagem destacada por Codato, Berlatto e Bolognesi (2018) na qual se evidencia uma velha direita mais relacionada aos partidos tradicionais, cuja fundação, em muitos casos, ainda coincidiu com a existência de uma ligação com o período ditatorial, como DEM (antigo PFL) e o PP (antigo PPB, PDS e Arena), e uma nova direita na qual se podem identificar três fatores preponderantes: o surgimento e crescimento da Frente Evangélica, uma continuidade do pensamento neoliberal na

³ Termo cunhado para fazer referência a atual onda conservadora latino-americana, e um contraponto ao termo Onda Rosa.

economia e nos costumes (o que também é adotado pela velha direita), e o desenvolvimento de movimentos sociais fora do contexto político nos últimos tempos, como o Movimento Brasil Livre (MBL). Além disto, também será levado em consideração o desenvolvimento deste movimento nas plataformas de redes sociais, sendo que Olavo de Carvalho é um dos principais “gurus” da nova direita e foi um dos primeiros a utilizar a internet para ativismo político, com inúmeras críticas ácidas a grupos progressistas e incentivos à abordagem conservadora (MACHADO; MISKOLCI, 2019).

De acordo com Moura e Corbellini (2019), os primeiros passos para o surgimento da nova direita no Brasil começaram a ser desenvolvidos ainda no governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Segundo os autores, Lula foi eleito em 2002 com uma narrativa comprometida a estabelecer diversas mudanças no que diz respeito às famílias mais pobres e um novo padrão ético dentro da política nacional. E, apesar de ter por grande parte do tempo obtido sucesso nas suas metas e ter alcançado índices estratosféricos de aprovação, o primeiro mandato de Lula iniciou, através do episódio do Mensalão⁴, uma crise que não foi contida ao longo dos anos (MOURA; CORBELLINI, 2019). Este acontecimento somado a outros eventos, como a renúncia de Palocci, em 2006, e a prisão da cúpula do PT, em 2012, viriam a minar o compromisso ético que o Partido dos Trabalhadores, através de Lula, havia estabelecido com os eleitores que os colocaram no poder⁵ (MOURA; CORBELLINI, 2019). Moura e Corbellini explicam que a corrupção brasileira claramente não nasce nessas ações do PT, pelo contrário, momento como este “é uma constante nos mercados de uma sociedade política criada e fundamentada no manuseio dos recursos do

⁴ Repasses de fundos de empresas que faziam doações ao PT para conquistar apoio de políticos. Iniciado em 2002 e descoberto em 2005, após a realização de uma gravação secreta. No vídeo, Maurício Marinho, então chefe do Departamento de Contração dos Correios, foi flagrado recebendo três mil reais por parte do, então deputado federal, Roberto Jefferson do PTB. Após divulgação das imagens, Marinho delatou o esquema do Mensalão apontando que havia, para além do envolvimento dos Correios e do PTB, a atuação do PT e do PMDB. Jefferson, por sua vez, informou que Delúbio Soares, que a época era tesoureiro do PT, destinava repasses mensais de trinta mil reais para parlamentares apoiarem o governo de Lula. Além disso, José Dirceu foi acusado de chefiar a organização do esquema, Marcos Valério foi indiciado pelo desvio de dinheiro através de agências publicitárias e Kátia Rabello, dona do Banco Rural, por lavagem de dinheiro e empréstimos ilegais. Em suma, o Mensalão era dividido em três núcleos: político, operacional e financeiro, tendo por objetivo principal a aliança entre novos partidos e o PT.

⁵ Tanto a renúncia de Palocci quanto a prisão e condenação da cúpula dos Partidos dos Trabalhadores por formação de quadrilha, são resultados do escândalo do Mensalão denunciado em 2005 pelo então deputado Roberto Jefferson.

patrimonialismo”, mas, segundo os autores, a questão é que “a opção do governo Lula, assim como de seus antecessores, parece ter sido justamente acomodar-se nesse manejo patrimonialista para implementar a sua agenda” (2019, p.40). Todavia, os escândalos relacionados ao PT no governo Lula não foram páreo para derrubar sua gigante popularidade, porém abriram fissuras na relação do PT com grande parte da sociedade, o que se transformaria em algo maior no governo de sua sucessora, Dilma Rousseff, com as manifestações iniciadas em 2013, a Lava Jato e a crescente polarização política.

O aumento da passagem de ônibus em várias cidades fomentou as manifestações de junho de 2013. Naquele momento o movimento chamado de Passe Livre ainda não era estruturalmente político, entretanto, após diversos embates dos manifestantes com a polícia, através de repressões violentas e inúmeros confrontos nas ruas, o movimento cresceu (MOURA; CORBELLINI, 2019). “Foi como combater um incêndio jogando gasolina” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p.42). As manifestações aumentaram exponencialmente em poucos dias e também foram modificando os seus conteúdos, não somente mais focados nas passagens, se unindo a “grupos sociais diferentes, na qual eclodem palavras de ordem e valores políticos dispersos” (MOURA; CORBELLINI, 2019), como a frase “não é só pelos 20 centavos”⁶, por exemplo.

Segundo Eugênio Bucci, professor da USP, “havia uma insatisfação com a corrupção, com a qualidade de serviços públicos, com a ausência de representação nas instituições políticas, com o distanciamento entre eleitores e seus representantes” (ESTADÃO apud ESTADO DE MINAS, 2018) e este vácuo, deixado por essas insatisfações, foi sendo ocupado por grupos de direita (ALONSO, 2018). As manifestações, convocadas inicialmente pelo Movimento Passe Livre (EXAME, 2013) estimulou, de acordo com o seu já citado desenvolvimento, também o descontentamento popular com diversas questões relacionadas ao governo do PT e o desenvolvimento de um discurso de ódio à esquerda. Ou seja, apesar de ter sido iniciada com questões envolvendo o transporte público, as pautas dos protestos foram sendo ampliadas. Logo, outros dois fatores adentraram ao universo das manifestações: a Operação Lava Jato, que tinha como objetivo combater a corrupção na Petrobrás, e a acirrada eleição presidencial de 2014 (NUNES, 2019).

⁶ Valor correspondente ao aumento da passagem da época.

De acordo com os autores Moura e Corbellini as eleições de 2014, disputadas entre Dilma Rousseff e Aécio Neves, foram amplamente polarizadas e “registraram o resultado mais equilibrado na série histórica do confronto entre PT e PSDB” (2019, p.44). A vitória de Dilma ocorreu através de uma pequena margem de 3,2 pontos percentuais, fato este que auxiliou, mesmo com a derrota, no aumento da confiança dos parlamentares conservadores no Congresso Nacional. Talvez, devido a isto, pela primeira vez no período democrático os derrotados questionaram judicialmente os vencedores, pedindo, inclusive, a cassação da chapa Dilma/Temer (MOURA; CORBELLINI, 2019). Este episódio auxiliou para que o segundo mandato da presidente iniciasse de uma forma ainda mais conturbada, aumentando a instabilidade institucional daquele momento.

Naquele período, começaram a surgir, também, representantes que se diziam sem partido, mas que posteriormente viriam a se tornar representantes da nova direita, como o Movimento Brasil Livre (MBL) e o Vem Pra Rua. Destaca-se que estes grupos se organizavam principalmente pela internet, dialogando sobre pautas conservadoras e liberais. Diversos estudos vêm sendo desenvolvidos buscando caracterizar os perfis ideológicos desses manifestantes (ORTELLADO; SOLANO, 2015; TELLES, 2015b; TATAGIBA et al., 2015), porém, pouco ainda se sabe sobre a persona representante desta direita emergente.

Os protestos (2013 a 2016) reverberaram no Congresso e, em conjunto a um misto de interesses políticos, no dia 31 de março, Dilma Rousseff, representante da esquerda brasileira e presidente do Brasil, sofreu um golpe político e parlamentar (formalmente chamado de impeachment) e Michel Temer assumiu a Presidência da República de forma interina (SENADO FEDERAL, 2016). A partir de então, esperava-se que a direita tradicional viesse a protagonizar o gerenciamento das questões cruciais do país, entretanto a sociedade brasileira vivia um momento de ruptura e claramente ansiava por algo diferente do que vinha ocorrendo na política nos últimos períodos, que foram amplamente dominados por regimes governados pelo PT e PSDB desde 1994 (MOURA; CORBELLINI, 2019). Foi neste espaço que Bolsonaro se encaixou, pois, além de acompanhar uma narrativa conservadora que era crescente, ele foi visto por

parte da população como uma possibilidade nova na disputa, mesmo já estando no cenário político desde 1991 (CÂMARA DOS DEPUTADOS, s/d).

Mas não foram somente as manifestações populares anti-PT e o recrudescimento de um discurso de ódio anti-esquerda que instigaram o aparecimento da nova direita. Nos últimos anos, também se tornou claro o foco religioso em questões políticas cruciais para o crescimento socioeconômico do Brasil, fato este que tem relação com o crescimento da Bancada Evangélica no governo, que vêm ampliando sua ação no meio político com o propósito de restaurar na sociedade brasileira “a moral e os bons costumes” cristãos (SOUZA, 2018). Iniciada em 1986, por um receio relacionado a possíveis retornos de privilégios para a Igreja Católica e que temas como homossexualidade, comunismo, feminismo, aborto, ganhassem destaque (PIERUCCI, 1996; PRANDI; SANTOS, 2015), a Frente Parlamentar Evangélica foi instaurada e, desde então, tem enfatizado o seu posicionamento político em favor do moralismo e conservadorismo.

Como destaca Enzo Pace (2015, p. 77), “[...] o panorama contemporâneo mostra-nos o insurgir de movimentos radicais de inspiração religiosa [...] que pretendem que as leis dos homens (dos Paramentos) reflitam a Lei de Deus”. Esta afirmação pode ser exemplificada nos recentes casos de disputas entre setores da sociedade civil, notadamente da comunidade LGBT e do movimento feminista com a bancada evangélica do Congresso Nacional. Demandas em torno de questões que envolvem leis concernente aos interesses de grupos homoafetivos e direitos reprodutivos têm sido impedidas de avançar por conta da ação de parlamentares ligados às igrejas pentecostalizadas (SOFIATI, 2015, p. 340).

Com o passar dos anos, a Bancada Evangélica foi crescendo e ganhando cada vez mais voz ativa no Congresso, elegendo, para a legislatura de 2015-2019, 75 deputados federais e três senadores (PRANDI; SANTOS, 2017). Esta configuração do panorama em torno desta bancada corrobora com o crescimento do número de evangélicos no país, sendo que atualmente este grupo religioso corresponde a mais de 30% da população e existe perspectiva de que se torne ainda maior com o passar dos anos (BALLOUSSIER, 2020). Além de demonstrar, novamente, o crescente interesse da população brasileira por pautas mais conservadoras.

Neste movimento de ênfase e reconhecimento de um novo grupo, no qual se destacavam manifestações que demandavam uma melhor organização das políticas públicas e um total interesse por enfatizar o conservadorismo, foram determinantes as

facilitações do alcance comunicacional proporcionado pelas mudanças tecnológicas, nas quais a narrativa direta se acentuou e perdeu-se espontaneamente a noção do que é verdadeiro ou falso (MOURA; CORBELLINI, 2019). Nas mídias sociais foram favorecidos os pensamentos políticos que eram constantemente reafirmados e repetidos, pois na internet a variedade de informações é organizada através de algoritmos que influenciam diretamente nas recomendações que os usuários irão receber (CARDON, 2018; INTRONA, 2016). Este quadro pode ser exemplificado através de Machado e Miskolci, que explicaram que, em 2018, “as fanpages do deputado evangélico Feliciano e do então candidato a presidente Bolsonaro, contavam 4,5 e 5,5 milhões de seguidores respectivamente” (2019, p.956) e que suas postagens em muitas das vezes conseguiam mais de 100 mil compartilhamentos. Os autores também destacaram o crescimento do número de seguidores nas fanpages dos movimentos iniciados junto às manifestações de 2013-2016, afirmando que o MBL e Vem pra Rua obtinham cerca de 2,8 e 2 milhões de seguidores, respectivamente, em meados de 2018.

Diante dos argumentos explicitados e considerando que se trata de um estudo relativo a acontecimentos passados e de um público pouco analisado, será utilizada uma ferramenta do design: a Persona (COOPER, 2011), a partir de uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa, buscando trazer maior familiaridade ao problema pesquisado, de modo a torná-lo mais explícito diante do contexto citado. Concomitantemente serão realizadas pesquisas bibliográfica e documental, utilizando dados coletados pelo DataFolha (2018) e Ibope (2018) relacionados aos perfis dos eleitores interessados em eleger Bolsonaro a presidente em 2018, e o Relatório do Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2018), nos quais foram organizados, entre os anos de 2016 e de 2018, através de pesquisa e observações nas manifestações e nas plataformas de redes sociais, 16 grupos de possíveis eleitores de Bolsonaro.

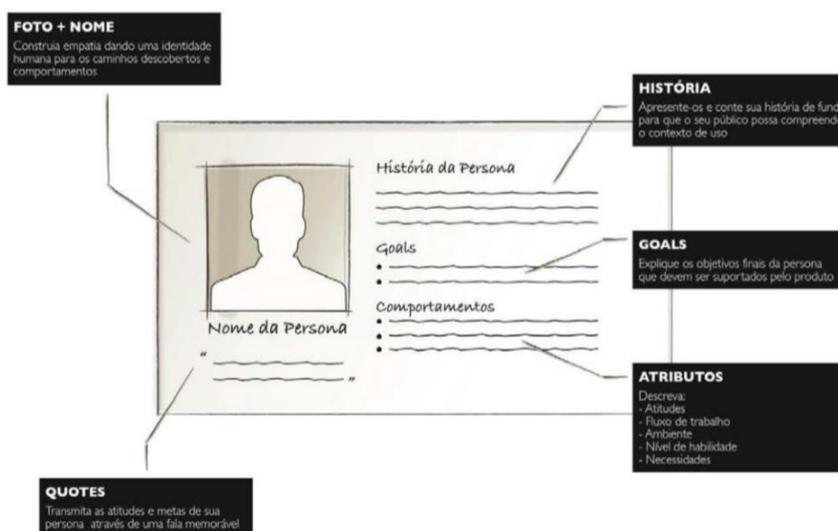
CONTEXTUALIZANDO O MÉTODO PERSONA

Apesar de ser tradicionalmente utilizada para desenvolver produtos ou serviços relacionados à experiência do usuário (UX), está sendo levado em consideração nesta pesquisa que o método Persona também pode ter aplicação em casos diferentes, pois

tem como principal função a de personificar ideias abstratas ou mal distribuídas de um determinado grupo, identificando somente o que é fundamental (CABALLERO; MORENO; SEFFAH, 2014), podendo tratar-se de informações imaginárias, demográficas ou bibliográficas (COOPER; REINMANN, 2003). Deixa-se claro que a Persona não deve ser confundida com uma pessoa, mas sim com as características de um grupo (COOPER; REINMANN, 2003). Desta forma, as características mais incidentes em um grupo tornar-se-ão corporificadas em uma única personagem fictícia - a Persona - que, contudo, torna tangível a representação de um grupo antes apenas abstrata.

De acordo com Cooper, Reimann e Cronin (2007), Persona está entre os métodos do design mais poderosos, pois elucida diversas motivações e padrões comportamentais das pessoas. Normalmente, por ser utilizada como ferramenta que serve como guia para outras abordagens. A Persona deve ser estruturada pensando em definir da forma mais concreta possível as características dos usuários pesquisados (PRUITT; GRUDIN, 2003). Com base nas sugestões de Cooper (2011), ao estruturar uma Persona deve-se levar em consideração categorias como: nome, idade, gênero, etnia/raça, escolaridade, ocupações, histórias de vida, objetivos e tarefas do grupo analisado.

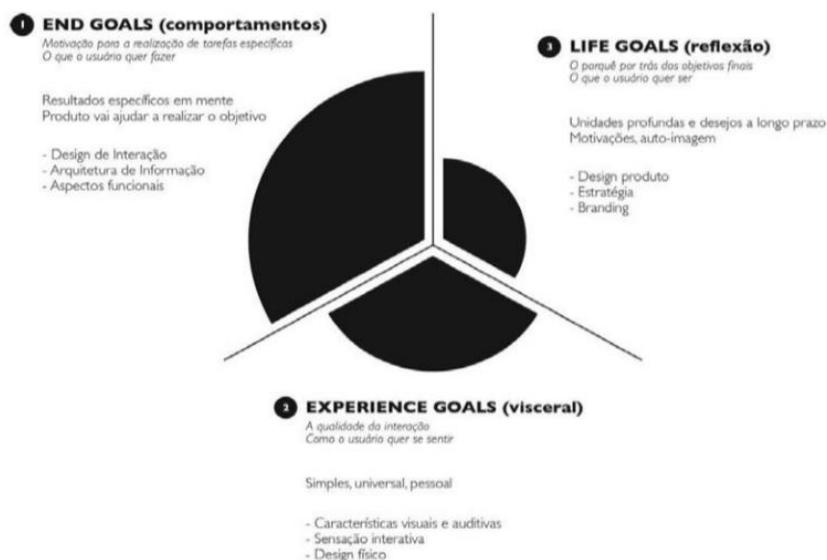
Figura 1: Exemplo de como elaborar uma Persona



Fonte: (COOPER apud PAULA, 2017, p. 73).

Além disto, de acordo com o autor, também devem ser respeitados critérios como *storytelling*, eficácia, empatia e os três tipos de objetivos “*end goals* (objetivos finais): o que as personas querem realizar; *experience goals* (objetivos da experiência): como as personas querem se sentir; *life goals* (objetivos da vida): a pessoa que a persona quer ser” (COOPER apud PAULA, 2017, p.74).

Figura 2: Os tipos de objetivos de uma Persona



Fonte: (COOPER apud PAULA, 2017, p. 74)

EXPOSIÇÃO DOS DADOS

Como já destacado, a compreensão em torno de quais são as Personas da nova direita brasileira ainda é uma questão um tanto quanto complexa e pouco explorada. Desta forma, para dar uma maior clareza sobre isto, foram escolhidos para análise documentos que elucidassem o posicionamento mais direto deste movimento político. Mediante a isto, foram utilizados para análise pesquisas de intenções de voto para presidência de 2018 realizadas pelo DataFolha (2018) e Ibope (2018) no ano da eleição, além do relatório produzido pelo Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual (NEU) da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2018) relacionado aos potenciais eleitores de Jair Bolsonaro.

Compreendendo que a configuração dos eleitores de um candidato vai se modificando com o tempo, mesmo que não seja bruscamente, a organização da análise segue a linha do tempo eleitoral, tendo como primeiro ponto o início das campanhas de 2018. Neste período, destaca-se uma pesquisa realizada pelo Ibope no dia 18 de setembro, na qual foi esclarecido um pouco sobre o perfil das pessoas interessadas em eleger Bolsonaro até aquele momento. A pesquisa dividiu opiniões entre pessoas que tinham total convicção do seu voto em Bolsonaro e outras que não tinham tanto, para este estudo, será evidenciado somente o parecer sobre os que já tinham certeza de sua colocação. Conforme esclarecido nos dados, ser homem ampliava em “2,7 vezes a chance de declarar um voto firme no capitão”, ter frequentado o ensino médio ou superior ampliava “cerca de duas vezes a chance de ser um bolsonarista convicto com relação aos que frequentaram até o quinto ano (antigo primário)”. Ser branco ampliava em 69%, ser da região Sul 70%, enquanto ser do Nordeste reduzia em 68%. Ser evangélico também aumentou as chances de interesse no candidato em 65% (AMARAL, 2018, s/p). Ou seja, até aquele momento da pesquisa, os principais interessados em Bolsonaro eram homens brancos, que estavam no ensino médio ou superior, evangélicos e viviam, provavelmente, na região Sul, Sudeste ou Centro-Oeste.

No dia 3 de outubro de 2018, há pouco dias do primeiro turno das eleições, foi realizada uma nova pesquisa, só que pelo DataFolha (G1, 2018), mas os resultados não foram tão divergentes da realizada pelo Ibope (2018). Na pesquisa foi distribuída a intenção de voto de cada candidato dentro dos segmentos: sexo, idade, escolaridade, renda e região. Entre estes quesitos, Bolsonaro mais uma vez se destacou entre o público masculino, com uma idade que variava entre 25 e 34 anos, obtinha uma escolaridade de nível médio, ficando bem à frente do superior desta vez, e uma renda familiar que alternava entre 2 e 5 salários mínimos. Além disto, grande parte dos eleitores interessados em Bolsonaro estariam situados na região Sudeste.

No segundo turno, o DataFolha (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018) adotou uma abordagem um pouco diferente para analisar o perfil dos interessados em cada candidato. Tendo somente Bolsonaro e Fernando Haddad na disputa, o veículo buscou fazer uma pesquisa comparativa, evidenciando qual público se interessava mais por cada candidato. No caso de Jair Bolsonaro, se tratando de sexo, foi destacado um maior

interesse por parte do público masculino, tendo 61% de vantagem, enquanto no feminino o interesse pelos candidatos empatava. Quando pesquisado o eixo relacionado a idade, Bolsonaro demonstrou ampla vantagem com os eleitores de 60 anos para cima, tendo 60% das preferências, mas também se destacando entre os eleitores que se situavam entre 35-44 anos, tendo, neste caso, 58% da preferência em comparação ao seu adversário. Em relação a escolaridade, o maior percentual de intenção de votos em Bolsonaro estava entre eleitores com ensino médio (60%) e ensino superior (61%). Na parte destinada a renda, os eleitores que mais tinham interesse em Bolsonaro, em detrimento de Haddad, estavam entre 5 a 10 salários mínimos e no tópico região o candidato conquistou de forma ampla as regiões Centro-Oeste, Sul e Sudeste, mantendo uma porcentagem consideravelmente maior que seu adversário, assim como nas pesquisas anteriores. Em relação a região Norte, apesar de Bolsonaro também seguir na frente, eles ficavam mais próximos no que diz respeito as intenções de voto, e ao Nordeste, Haddad possuía ampla vantagem. Por fim, em relação a cor e religião, apareceram com maior interesse em Bolsonaro as pessoas de cor branca e de religião evangélica.

Ademais, para corroborar com os as informações disponibilizadas pelo Ibope (2018) e DataFolha (2018), também foi utilizado o relatório do NEU (2018). A pesquisa, coordenada por Isabela Oliveira Kalil, tem como ponto chave a observação das manifestações de direita, além de acompanhamento de grupos e movimentos nas ruas e nas plataformas de redes sociais. Realizando uma coleta de dados que durou quase três anos, entre os anos de 2016 e 2018, e conseguiu organizar 16 grupos de potenciais eleitores de Jair Bolsonaro, de acordo com marcadores de classe social, etnia/raça, identidade de gênero, religião, formas de engajamento e crenças. A coleta dos dados foi realizada com base em 5 categorias:

- 1) manifestações ou eventos públicos de curta duração em que foram realizadas a observação de campo e um número mais reduzido de entrevistas, podendo ser estas mais curtas ou em profundidade; 2) a observação de campo e a realização de entrevistas em profundidade durante quatro meses na ocupação do Acampamento Patriótico de Resistência Paulista, em frente à FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), na Avenida Paulista, durante o processo de impeachment; 3) observação de campo, entrevistas em profundidade e pesquisa quantitativa tipo survey no Ato de repúdio a Judith Butler: católicos e evangélicos contra a ideologia de gênero, no final de 2017, nesta ocasião foram ouvidas 93 pessoas para o questionário quantitativo de múltipla escolha e realizadas 31 entrevistas qualitativas; 4)

acompanhamento dos eventos nas redes sociais, análise do conteúdo produzido por seus organizadores e veiculados na internet, interação e participação de grupos de WhatsApp; 5) observação das manifestações e eventos durante as eleições de 2018. (KALIL, 2018, p.5)

Entre diversos pontos cruciais, destaca-se que a pesquisa concluiu que as manifestações públicas foram utilizadas como uma espécie de laboratório pela nova direita, nas quais se buscava testar novas formas de se comunicar, que o termo “cidadão de bem” passou a ser utilizado durante aquele período para distinguir aqueles que se comportavam “corretamente”, apoiando conceitos conservadores, dos que apoiavam a esquerda e o comunismo, sendo estes adeptos da corrupção e de outros fatores negativos (KALIL, 2018), e que existia uma diversidade de grupos interessados em apoiar Jair Bolsonaro, por motivos distintos assim como destacado abaixo.

Os grupos apresentados no relatório são: 1- As pessoas de bem (homens e mulheres de classe média que possuem mais de 35 anos e tem muito receio de sua família ser vítima da violência. Neste grupo fica-se claro o desejo pela efetivação de uma polícia mais ativa e um maior enfrentamento da corrupção, além de uma aversão aos governos petistas); 2- Masculinidade viril (possuem os mesmos desejos do primeiro grupo, entretanto, neste caso, a justiça seria feita pelas próprias mãos. Aqui destacam-se homens que possuem idade entre 20 e 35 anos); 3- *Nerds, gamers, hackers e haters* (composto por homens que possuem entre 16 e 34 anos, este grupo se evidencia por utilizar a internet para proliferar seus posicionamentos, contribuindo enfaticamente para popularizar Bolsonaro em sua campanha); 4- Militares e ex-militares (homens e mulheres que tiveram suas vidas marcadas pelas forças armadas e propagam o conhecimento adquirido por lá na maioria dos lugares em que habitam); 5- Femininas e “bolsogatas” (mulheres que possuem idade entre 20 e 30 anos e são mais presentes na classe média, média alta e elite. Independente financeiramente, dizem não precisar do discurso de vitimização para se promover); 6 - Mães de direita (mulheres entre 30 e 50 anos de classe média baixa, que têm como principal pauta o ensino público, pois a maioria dos seus filhos estudam nessas escolas); 7- Homossexuais conservadores (pessoas de 20 a 40 anos das mais variadas classes sociais. Compartilham pensamentos moralizantes através das suas identidades de gênero. Grupo que tem em sua maioria homens, se tornou ideal para o candidato Bolsonaro se colocar como não sendo homofóbico); 8 - Etnias de direita (composto por homens e mulheres negros, indígenas,

orientais e imigrantes, é um perfil pouco numeroso e buscam sua autonomia); 9 - Estudante pela liberdade (jovens de ambos os sexos, que estão no ensino médio ou superior e tem entre 14 e 30 anos. Não se veem em destaque nos ambientes escolares por causa de seu posicionamento político e não gostam de mecanismos que “facilitem a vida” de algumas camadas sociais); 10 - Periféricos da direita (homens e mulheres que se identificam como pobres e escolheram o movimento de direita, pois acreditam que a esquerda não solucionou questões para melhorar as condições de sua vida); 11- Meritocratas (pessoas de classe média alta e elites, escolarizados, que discursam que se deve vencer pelo próprio mérito. São antipetistas e contrários a programas sociais); 12- Influenciadores digitais (estão próximos da abordagem dos meritocratas, mas são mais focados nas produções para as mídias sociais. Apesar de não acharem que Bolsonaro é a solução para todos os problemas, acreditam que naquele momento ele era a melhor escolha); 13- Líderes religiosos (formado por padres, pastores, missionários, cantores evangélicos e indivíduos que têm importância e voz no meio religioso, este grupo foi um dos maiores propagadores do conservadorismo. São a favor da “família tradicional” e contrários à ideologia de gênero e “kit gay⁷”); 14- Fiéis religiosos (utilizam a religião como referencial para tudo em sua vida, inclusive as opiniões políticas. Assim como o grupo anterior, estes também são a favor da “família tradicional” e contrários à ideologia de gênero e “kit gay”); 15- Monarquistas (perfil diversificado que acentua um “passado glorioso” através dos tempos imperiais e ditatoriais); 16- Isentos (apesar de possuir vergonha de assumir que prefere Bolsonaro, este grupo acredita que o país será melhor com a saída do governo petista).

AS PERSONAS DA NOVA DIREITA BRASILEIRA

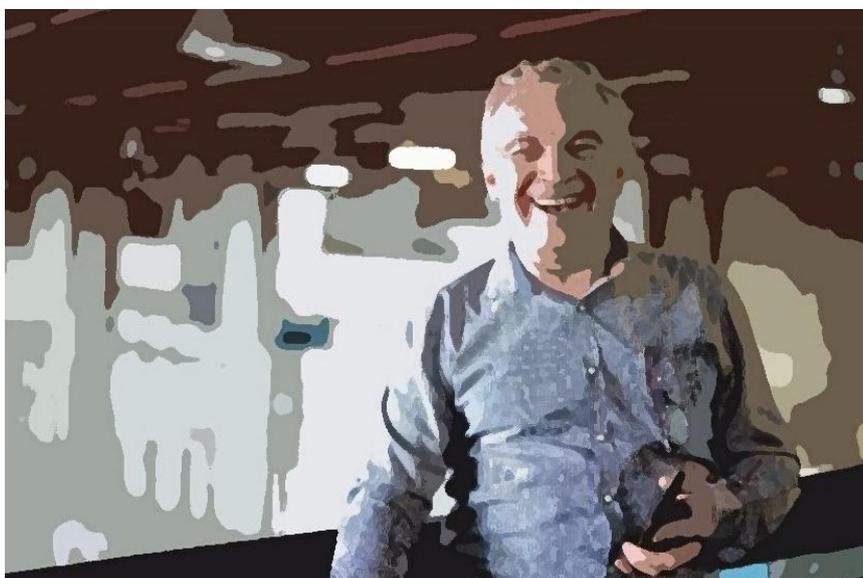
Após coleta de dados referente as pesquisas realizadas com eleitores, anteriores e durante as campanhas de 2018, optou-se pela criação de quatro Personas para

⁷ Em 2011, o então parlamentar Jair Bolsonaro se referiu de maneira pejorativa ao Programa Brasil sem Homofobia, que consistia em uma iniciativa conjunta do governo federal brasileiro, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e entidades não governamentais, para promoção da cidadania e dos direitos humanos da comunidade LGBTQI+ através da elaboração de materiais didáticos para alunos e professores. O termo “kit gay” foi retomado em diversas ocasiões por Bolsonaro, inclusive durante campanha eleitoral de 2018, afirmando que no material existia orientações e objetos que poderiam “desvirtuar” as crianças e adolescentes.

representar o público analisado. Os perfis elaborados levaram em consideração as premissas e diretrizes elucidadas para construção de Personas, no qual fica-se claro o nome, idade, sexo, escolaridade, renda, etnia/raça, localização, família, profissão, história, objetivos, frustrações e uma imagem em que possa ser esclarecido um pouco dos traços destes personagens.

Sublinha-se que há maior representação de Bolsonaro para determinados segmentos, sendo que foi reafirmado em todas as pesquisas a preferência dos eleitores de cor branca e os seguidores da religião evangélica pelo candidato. Como também ficou nítida a sua rejeição por algumas camadas da sociedade, como os cidadãos da região Nordeste. Além disto, também se considerou que os temas mais abordados nas pesquisas pelos eleitores engajados a escolherem Bolsonaro são: religião, segurança pública e “família”. Levando todos estes fatores em consideração as Personas desenvolvidas foram:

Figura 3: Persona 1



Fonte: Elaboração do autor⁸.

Sérgio, morador do Lago Sul, em Brasília, tem 60 anos e é casado há 35 com sua esposa Rosane. Quando não está trabalhando em seu banco ou tendo reuniões de

⁸ Tratamento de imagem a partir de foto coletada no banco de imagens *iStock*.

negócios, gosta de estar com os amigos. Seus filhos cursam Direito e Medicina em faculdades de renome local. Mesmo não sabendo utilizar com facilidade as plataformas de redes sociais e se expondo pouco, faz questão de se manter antenado para saber o que está sendo falado no país. Sempre se apresenta de terno e carrega consigo um iphone, de modo a manter o controle sobre os acontecimentos no banco e estar sempre informado sobre o mercado de ações. Apesar de não frequentar a igreja ou outros templos religiosos, diz ser evangélico. É a favor da meritocracia, e não acredita no funcionamento de projetos sociais. Prega o discurso “bandido bom, é bandido morto”, mas não reconhece pequenos desvios de verbas relacionados a grandes empresas como um crime. É a favor da redução de impostos para os empresários no Brasil. As suas expectativas se concentram em um governo que possa reestruturar os direitos dos trabalhadores e dar suporte aos empresários, para que possam progredir em seus investimentos.

Figura 4: Persona 2



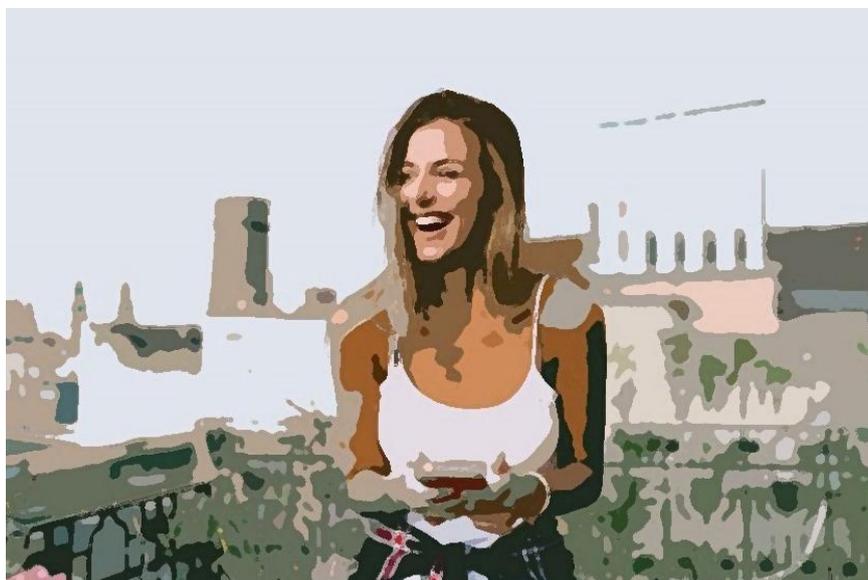
Fonte: Elaboração do autor⁹.

Rafael tem 41 anos, é militar, morador de Duque de Caxias, Baixada Fluminense (RJ), e coleciona um número alto de seguidores nas plataformas de redes sociais por ser

⁹ Tratamento de imagem a partir de foto coletada no banco de imagens *iStock*.

conhecido por defender a candidatura de Bolsonaro. Há 6 anos na instituição, diz honrar a farda e ter aprendido que a corporação é um importante elemento de coesão social. Nos seus dias de folga, vai ao bar com os amigos assistir jogos de futebol, frequenta a Igreja evangélica sempre que possível e, também, passa um bom tempo jogando *games* de tiros com seus sobrinhos. Solteiro, busca uma esposa com quem possa desenvolver um relacionamento cristão, assim como o dos seus pais. É *heavy user* de WhatsApp, atividade que consome boa parte do seu tempo. Acredita que o PT destruiu o país nos 13 anos em que governou e somente o “Mito” pode acabar com a crescente corrupção, a violência gerada pelos militantes de esquerda, e a balbúrdia comunista nas universidades públicas sustentadas com o dinheiro que poderia estar salvando vidas, e não possibilitando a compra de drogas e pesquisas que financiam o aborto e o “homossexualismo”. Acredita que após a vitória de Bolsonaro no pleito, a sociedade finalmente irá seguir os preceitos religiosos e serão vividos tempos gloriosos como na época da “revolução militar”.

Figura 5: Persona 3



Fonte: Elaboração do autor¹⁰.

¹⁰ Tratamento de imagem a partir de foto coletada no banco de imagens *iStock*.

Clarisse tem 36 anos, mora na Vila Madalena, São Paulo, é maquiadora, *influencer* digital e formada em design de moda por uma faculdade prestigiada na região. Casada com Pedro (engenheiro civil) há 5 anos, é católica e contra o feminismo, pois acredita que uma mulher não precisa deixar de se cuidar e odiar os homens para ser bem-sucedida. Em seu tempo livre, gosta de navegar pelas plataformas de redes sociais e fazer *lives*. Clarisse crê que depois do governo Dilma a sua vida ficou mais complicada pois o dólar ficou alto e ela realiza muitas compras em sites estrangeiros. Freqüentadora assídua das manifestações pró-Bolsonaro na Avenida Paulista, entende que é direito do brasileiro ir para as ruas lutar por um governo honesto e que dará dignidade para a população. Tem como meta para os próximos anos atingir 3 milhões de seguidores no Instagram, reformar o seu apartamento e planejar a sua primeira gravidez. Para atingir esses objetivos acredita que é necessário um governo comprometido com a redução da violência e o crescimento econômico do país.

Figura 6: Persona 4



Fonte: Elaboração do autor¹¹.

Com 32 anos, Thiago é morador do Morro da Cruz, em Porto Alegre (RS), e trabalha como estoquista em um shopping. Mora com os pais, tem um filho pequeno, o

¹¹ Tratamento de imagem a partir de foto coletada no banco de imagens *iStock*.

Rafael de 10 anos, e namora a Jéssica, também moradora da região. Não é militante engajado, mas acredita que o governo Bolsonaro realizará melhorias em setores ligados a educação e saneamento básico, ações que os governos do PT, em sua opinião, não realizaram. Foi estudante de escola pública, e sempre ouviu a sua mãe, Vânia, se preocupar com as condições de ensino adotadas por lá. A sua maior preocupação é que seu filho termine os estudos e tenha condição de cursar uma faculdade, pois seria o primeiro da família. Quando consegue um tempo livre do trabalho, gosta de jogar futebol com o filho e conversar com os seus amigos de infância. Deseja um dia sair da comunidade, pois apesar de ser lá que construiu seus maiores laços afetivos, a violência está dominando o local. Thiago tem convencido sua família e seus amigos a votarem no Bolsonaro, pois é o único candidato que fala com e como o povo, sendo “transparente” nos seus posicionamentos e dizendo as “verdades” que os políticos e a imprensa querem esconder.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi o de apresentar a construção e consolidação da nova direita brasileira, a partir da recente trajetória política do país, tendo em vista que as manifestações de 2013-2016, majoritariamente organizada pelas plataformas de redes sociais, fomentaram o crescimento deste movimento que culminou na vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Entende-se para fins desta reflexão, que Bolsonaro aglutinou demandas compatíveis com aquelas reproduzidas durante os atos de 2013-2016, e se fortaleceu junto ao crescimento da Bancada Evangélica no Congresso que conformou a ampliação do pensamento conservador, além de ter representado os anseios de determinados setores da sociedade por políticas neoliberais que não eram, para este público, tão evidentes nos governos petistas.

As pesquisas aqui abordadas e o documento produzido pelo NEU evidenciaram as demandas e as características dos grupos sociais aos quais pertenciam os eleitores de Bolsonaro. Os dados extraídos, permitiram a consolidação do método Persona como uma forma de delimitar alguns dos aspectos que envolviam a nova direita brasileira, no sentido de contribuir com estudos e análises que buscam compreender o fenômeno

conservador recente que vem tomando a política nacional. Uma vez que, identificar características como idade, sexo, escolaridade, renda, etnia/raça, localização, família, profissão, história, objetivos, assim como sugerido por Cooper (2011), permite desvendar aspectos de um processo ainda em construção.

Enfatiza-se que ao desenvolver as Personas obteve-se o cuidado necessário para não cair em uma idealização dos sujeitos eleitores do atual presidente do Brasil, mas buscou-se retratar um pouco de cada dado ressaltado tanto no relatório do NEU quanto nas pesquisas do Ibope e Datafolha. Como pôde ser observado, o candidato em questão era naquele momento preferido pelo público masculino, e isso é deixado claro ao destacar três Personas do sexo masculino, enquanto apenas uma do sexo feminino. Ademais, dentre as mulheres, Bolsonaro era preferência das que não seguiam o movimento feminista e eram mais adeptas a preceitos conservadores em relação aos costumes sociais. No que diz respeito a religião, por exemplo, também é enfatizado em todas as pesquisas a predileção por parte do segmento evangélico, e isso também é demonstrado. Assim como é destacado em relação a raça/etnia, no qual Bolsonaro obtinha ampla preferência por parte do público branco, o que o não o impediu de também ter pessoas pardas e negras, ainda que em menor número, entre seus eleitores, o que também é evidenciado nas Personas. Ou seja, as Personas construídas neste estudo tiveram como base pesquisas sociais de centros de referência nacional, sendo, assim, representantes daquela realidade e dos dados publicados. Desta forma, afirma-se que cada característica destacada pode ser encontrada nas pesquisas utilizadas, bem como a maior predileção por Bolsonaro dentro de determinados nichos sociais.

Por fim, entende-se ainda que, ao evidenciar as Personas da nova direita brasileira, abrem-se possibilidades para se aprofundar em novas análises, principalmente no que se refere as manifestações políticas decorrentes desta nova onda conservadora que está em destaque por todo o mundo. No mais, este tema ainda pode e deve ser analisado de modo a apresentar novas contribuições, para além da fornecida por esta pesquisa, uma vez que o assunto, por ser recente, ainda se mostra incipiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA SENADO. **Impeachment de Dilma Rousseff marca ano de 2016 no Congresso e no Brasil.** Senado Federal. 28 dez. 2016. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/28/impeachment-de-dilma-rousseff-marca-ano-de-2016-no-congresso-e-no-brasil>. Acesso em: 8 out. 2020

ALONSO, Angela. **A política das ruas: protestos em São Paulo.** Conferência apresentada no III Colóquio “Pensar as direitas na América Latina”, Universidade Federal de Minas Gerais, 24 ago. 2018.

AMARAL, Oswaldo E. **Quem são os bolsonaristas convictos, segundo o Ibope.** El País. 18 set. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/18/opinion/1537287943_517482.html. Acesso em: 12 out. 2020.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **Evangélicos podem desbancar católicos no Brasil em pouco mais de uma década.** Folha de São Paulo, Rio de Janeiro. 14 jan. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/evangelicos-podem-desbancar-catolicos-no-brasil-em-pouco-mais-de-uma-decada.shtml?origin=folha>. Acesso em: 10 out. 2020

BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política.** São Paulo: Editora Unesp, 1994.

BBC. **Bolsonaro presidente: veja os resultados da apuração.** 28 out. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45995934>. Acesso em: 8 out. 2020.

CABALLERO, Leydi; MORENO, Ana M; SEFFAH, Ahmed. **Persona as a tool to involving human in agile methods: contributions from hci and marketing.** In: **Human-Centered Software Engineering**, p. 283–290, 2014.

CAESAR, Gabriela. **Saiba como eram e como ficaram as bancadas na Câmara dos Deputados, partido a partido.** O Globo. 18 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/08/pt-perde-deputados-mas-ainda-tem-maior-bancada-da-camara-psl-de-bolsonaro-ganha-52-representantes.ghtml>. Acesso em: 10 out. 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Biografia: Jair Bolsonaro.** Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>. Acesso em: 8 out. 2020.

CARDON, Dominique. **Le pouvoir des algorithmes.** In: **Pouvoirs**, v.1, p. 63–73, 2018.

CODATO, Adriano; BERLATTO, Fábila; BOLOGNESI, Bruno. Tipologia dos políticos de direita no Brasil: uma classificação empírica. *Análise Social*, LIII. 4, n. 229, p. 870-897, 2018.

COOPER, Alan. *Interaction Design at Globo*. San Francisco, 2011.

COOPER, Alan; REIMANN, Robert. *About Face 2.0: The Essentials of Interaction Design*. New Jersey: Wiley, 2003.

COOPER, Alan; REIMANN, Robert; CRONIN, David. *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. New Jersey: Wiley, 2007.

Década foi marcada por nova onda conservadora e enfraquecimento de partidos. Estado de Minas. 29 dez. 2019. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2019/12/29/interna_politica,1111113/decada-foi-marcada-por-nova-onda-conservadora-e-enfraquecimento-de-par.shtml. Acesso em: 9 nov. 2020.

INTRONA, Lucas D. The algorithmic choreography of the impressionable subject. In: *Algorithmic Cultures*, Routledge, p. 38-63, 2016.

KALIL, Isabela Oliveira. **Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro.** Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, out. 2018.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. In: *Sociol. Antropol.* v.9, n.3, p.945 – 970, set. – dez., 2019.

Pesquisa Datafolha 2018. Folha de São Paulo. 27 out. 2018. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/poder/eleicoes-2018/pesquisa-datafolha/#/presidente/segundo/brasil/intencao-de-voto-estimulada-votos-validos/total/total/total>. Acesso em: 12 nov. 2020.

Pesquisa Datafolha: veja perfil dos eleitores de cada candidato a presidente por sexo, idade, escolaridade, renda e região. G1. 3 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/pesquisa-datafolha-veja-perfil-dos-eleitores-de-cada-candidato-a-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-e-regiao.ghtml>. Acesso em: 12 nov. 2020.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu.** 2ª Edição. Rio de Janeiro: Record, 2019.

MUDDE, Cas. Extreme-right parties in Eastern Europe. In: *Patterns of Prejudice*, v.34, n.1, 2000.

NUNES, Raul. **Atores e práticas ciberativistas no Brasil**: o esboço de uma história. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociedade Civil do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

EXAME. **O ano em que o gigante acordou**. 26 dez. 2013. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/o-ano-em-que-o-gigante-acordou/>. Acesso em: 9 out. 2020

ORTELLADO, Pablo; SOLANO, Esther. **Pesquisa manifestação política**. 12 de abril de 2015. Disponível em: <http://gpopai.usp.br>. Acesso em: 10 nov. 2020.

PAULA, Helena Rodrigues de. **Design de interação para produto de aproximação entre marcas e influenciadores digitais**. 2017. Dissertação (Mestrado em Gestão da Economia Criativa) - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Rio de Janeiro.

PIERUCCI, Antônio Flávio. “Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na Constituinte”. In: PIERUCCI, Antônio Flávio; PRANDI, Reginaldo. (Orgs.). **A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política**. São Paulo: Hucitec, p. 163–191, 1996.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, Renan William dos. Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no Congresso Nacional e na Frente Parlamentar Evangélica. In: **Tempo Social**, Revista de sociologia da USP, v. 29, n. 2, p. 187-214, 2017.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, Renan William dos. Mudança religiosa na sociedade secularizada: o Brasil 50 anos após o Concílio Vaticano II. In: **Contemporânea**, v.2, n.5, p. 351-379, 2015.

PRUITT, John; GRUDIN, Jonathan. Personas: Practice and theory. In: **Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences**, p. 1-15, 2003.

SOFIATI, Flávio Munhoz. Perspectivas da laicidade no Brasil Contemporâneo. In: **Contemporânea**. Dossiê Desafios Contemporâneos da Sociologia da Religião, v. 5, n. 2 p.327-350, Jul.–Dez. 2015.

SOUZA, Naiana Zaiden Rezende. Em defesa da moral cristã? Fundamentos e justificativas da bancada evangélica nos projetos de lei antiaborto. In: **Teoria e Cultura**. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – UFJF. v. 13, n. 2, p.135-150, dezembro, 2018.

TATAGIBA, Luciana; TRINDADE, Thiago; TEIXEIRA, Ana Claudia Chaves. Protestos à direita no Brasil (2007-2015). In: CRUZ, Sebastião Velasco; KAYSEL,



André; CODAS, Gustavo (Orgs.). **Direita, volver!:** o retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

TELLES, Helcimara de Souza. O que os protestos trazem de novo para a política brasileira?. In: **Em Debate**, v. 7, n. 2, p. 7-14, Abr. 2015b.

Recebido em 11 de março de 2021.

Aprovado em 13 de maio de 2021.