



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA-UEPB  
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**KATIANA ARAÚJO DOS SANTOS**

**FAKE NEWS NA POLÍTICA: O USO DA NARRATIVA DO “KIT GAY”  
NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE JAIR BOLSONARO**

**Campina Grande - PB**

2018

**KATIANA ARAÚJO DOS SANTOS**

**FAKE NEWS NA POLÍTICA: O USO DA NARRATIVA DO “KIT GAY”  
NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE JAIR BOLSONARO**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo.

**CAMPINA GRANDE  
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

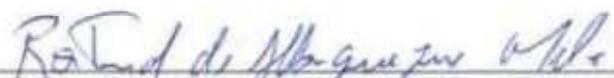
S237f Santos, Katiana Araújo dos.  
Fake news na política [manuscrito] : o uso da narrativa do "Kit gay" na construção da imagem de Jair Bolsonaro / Katiana Araujo dos Santos. - 2018.  
31 p. : il. colorido.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.  
"Orientação : Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo, Coordenação do Curso de Jornalismo."  
1. Fake news. 2. Mídia. 3. Eleições. 4. Política. I. Título  
21. ed. CDD 320.014

**FAKE NEWS NA POLÍTICA: A CONSTRUÇÃO DO “MITO”  
BOLSONARO NAS ELEIÇÕES 2018**

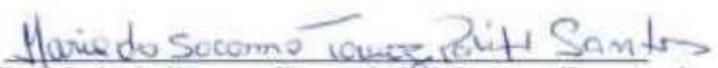
Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Aprovada em: 07/12/2018

**BANCA EXAMINADORA**

  
Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves - Examinador  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Maria do Socorro Tomaz Palito Santos - Examinadora  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho,

Aos meus pais, Roselita e Adeildo, pelo amor, dedicação, ensinamentos, pelo apoio incondicional em todos os momentos da minha vida. Por ter me encorajado a enfrentar o mundo e lutar por meus sonhos.

Amo vocês.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter dado força em todos os momentos difíceis da minha vida acadêmica, por ter superado cada obstáculo encontrado em meu caminho. Obrigado Deus por tudo que tem feito em minha vida.

Ao professor Dr. Rostand de Albuquerque Melo, por não ter desistido desse trabalho quando tive medo de continuar a pesquisa. Por suas orientações, apoio, paciência, dedicação, pelo compartilhar de conhecimentos, e pelo carinho e confiança em mim dispensados desde o início dessa parceria.

Aos professores do Departamento de Jornalismo, que contribuíram na construção do conhecimento para minha formação. Guardarei todos em meu coração e, sempre me lembrarei dos momentos marcantes de aprendizado. Obrigada por tudo.

Aos meus pais Roselita e Adeildo, minhas irmãs Gerlânia e Tassiana, e minhas sobrinhas Anna Júlia e Maria Laura, que foram e sempre serão fontes de força para que eu enfrente e vença os obstáculos impostos pela vida. Que mesmo distantes se fizeram presentes ao longo deste trabalho, com mensagens de incentivo, carinho e apoio para que eu fosse até o fim com muita determinação.

Aos professores Cássia Lobão e Luís Adriano que me acolheram, me ajudaram e não permitiram que desistisse do curso. Cássia, serei eternamente grata por me encorajar a seguir em frente num momento tão delicado. Luís, meu muito obrigada por, em meio a meu desespero, secar minhas lágrimas e me fazer enxergar uma luz no fim do túnel

Enfim, todos que de forma direta ou indiretamente contribuíram na construção deste trabalho.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>O fenômeno <i>fake news</i></b> .....	<b>10</b>
2.1	Programa Brasil sem Homofobia .....	13
2.2	<i>Fake news</i> e Bolsonaro .....	14
2.3	<i>Fake news</i> na campanha presidencial de 2018 .....	16
2.4	O Poder Simbólico e Capital Político por Bourdieu.....	18
<b>3</b>	<b>ANÁLISE</b> .....	<b>21</b>
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>29</b>

# FAKE NEWS NA POLÍTICA: O USO DA NARRATIVA DO “KIT GAY” NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE JAIR BOLSONARO

Katiana Araújo dos Santos<sup>1</sup>

## RESUMO

A presente pesquisa investiga o uso de *fake news* pelo deputado Jair Messias Bolsonaro. Para atingirmos nossos objetivos analisamos dois momentos distintos sobre a divulgação e utilização de notícias falsas sobre o “Kit Gay” por Bolsonaro durante os últimos anos nas redes sociais através de seus perfis oficiais em plataformas como *Facebook*, *Youtube* e *Instagram*. A pesquisa constitui-se um estudo de caso com caráter exploratório. Realizamos pesquisa a cerca da existência do material educativo fonte de inspiração para confecção do panfleto “Kit Gay” por Bolsonaro com vistas a discutir o avanço da disseminação de fake news durante o período eleitoral no Brasil no ano de 2018, comprovar o uso de fake news pelo político Jair Bolsonaro e analisar como as *fake news* sobre o “Kit Gay” beneficiaram a imagem de Bolsonaro em período de pré-campanha.

**Palavras-chave:** *Fake News*, Mídia e Política, Eleições 2018.

## 1 INTRODUÇÃO

O termo *fake news*, ou notícias falsas em português, vem se tornando cada vez mais popular e conquistando espaço na propaganda política valendo-se de ferramentas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e aplicativos de trocas de mensagens como o *WhatsApp*. Eleita em 2017 como a palavra do ano pelo dicionário Collins<sup>2</sup>, *fake news* foi definida como “informações falsas, muitas vezes sensacionalistas, disseminadas como se fossem notícias”.

Ferreira (2018) alerta que, atualmente a audiência se importa menos se as informações que recebe são exatamente o que são abrindo espaço para o sucesso não apenas políticos e veículos tradicionais, mas também, mais recentemente, indivíduos e grupos, de agendas próprias, coletivas ou associadas, que passaram a ter maneiras fáceis de distribuir conteúdo fora

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: katijornalismo@gmail.com

<sup>2</sup> BBC BRASIL, “Fake News’ é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico”.

de contexto ou falso. Ainda de acordo com Ferreira (2018), a queda de credibilidade da imprensa tradicional e o surgimento de novas plataformas de produção e distribuição contribuíram para um maior estado de relativização da verdade, com impacto direto em regimes democráticos.

As *fake news* ganharam destaque em 2016, durante a disputa presidencial nos Estados Unidos da América (EUA), os candidatos Donald Trump e Hillary Clinton utilizaram sites e redes sociais para divulgar informações que não coincidiam com a verdade e também para desconstruir a imagem do oponente lhe atribuindo um perfil de político inadequado para ocupar o cargo ao qual disputavam.

Segundo estudos dos cientistas políticos Brendan Nyhan (*Dartmouth College*), Andrew Guess (*Princeton University*) e Jason Reifler (*University of Exeter*), um em cada quatro norte-americanos visitou sites de *fake news* e 27% dos eleitores teriam acessado pelo menos uma dessas notícias durante a campanha presidencial<sup>3</sup>.

No Brasil, as *fake news* como ferramenta de propaganda e marketing político conquistou notoriedade a partir de 2013 diante das manifestações populares pelo afastamento da presidente Dilma Rousseff, o que favoreceu a permanência dos movimentos políticos partidários com total engajamento nas redes e nas ruas. Na internet, identificamos a existência de velhas estratégias políticas de difamação e manipulação de debates públicos, alterando práticas até então tradicionais como a panfletagem partidária que assume um novo espaço, passando a acompanhar as notícias divulgadas pelos meios de comunicação como também os boatos, discursos difamatórios e meias verdades.

Outro momento importante é possível observar ainda em 2016, quando o dicionário Oxford nomeia a palavra “*past-truth*” (pós-verdade) como palavra do ano<sup>4</sup>. O termo foi definido como um adjetivo que se “relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais” (“*Word of the Year*”, 2016). Ou seja, as pessoas passam a confiar mais umas nas outras que em órgãos tradicionais da imprensa, o objetivo e racional cedem espaço para o emocional e valores

---

<sup>3</sup> FioCruz Brasília, “Radis de julho aborda a lógica das notícias fabricadas”.

<sup>4</sup> Disponibilizado em <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>> Consultado em 14 nov. 2018

peçoais favorecendo a proliferação e massificação de mentiras e boatos, como exemplo podemos mencionar posição favorável dos britânicos ao Brexit.

No Brasil em 2010, em um cenário ainda tímido para o uso das verdades parciais, o deputado federal Jair Bolsonaro, através da plataforma digital de vídeos *YouTube*<sup>5</sup>, já utilizava o conceito de *fake news* como recurso para manipulação de opiniões por meio de informações inconsistentes, controvertidas ou apelativas através de discursos heteronormativo e posicionamentos conservadores atacando o programa do Governo Federal, Brasil Sem Homofobia, que teve como um de seus produtos o Escola Sem Homofobia.

O kit Projeto Escola sem Homofobia composto por uma série de cartilhas, cartazes, folders e cinco vídeos que trabalhavam a temática da diversidade sexual e o combate ao preconceito junto aos alunos de 6 mil escolas públicas no país. As interpretações conservadoras sobre o “Kit Gay”, como foi ficou conhecido o projeto, foram sustentadas por falas distorcidas, dados inexistentes e expressões equivocadas que desencadearam o veto presidencial a ação de distribuição do material.

O parlamentar, além de utilizar a tribuna da Câmara dos Deputados para apresentar o que caracterizava como “Kit Gay”, também divulgou vídeos no *YouTube* a cerca da mesma temática. Bolsonaro foi autor do panfleto intitulado “Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos LGBT” construído a partir do documento com mesmo título fruto 1ª Conferência nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (GLBT), chamando-o de ‘Plano Nacional da Vergonha’.

Tendo em vista a discussão gerada em torno do kit anti-homofobia e sua distribuição. A distorção do seu objetivo central e do seu conteúdo por parte do deputado Bolsonaro em seus vídeos e panfleto distribuído e a repercussão negativa entre a bancada mais conservadora desencadeou o veto presidencial a distribuição do material. O presente estudo partiu do seguinte questionamento: como o uso de *fake news* favoreceu na construção da imagem do deputado Jair Bolsonaro como postulante ao cargo de Presidente da República? E como as *fake news* sobre o “Kit Gay” beneficiou a imagem de Jair Bolsonaro em período de pré-campanha?.

A pesquisa se justifica, uma vez que pode contribuir para o entendimento sobre o uso de *fake news* na construção de perfis políticos favorecendo a abertura de espaços para o

---

<sup>5</sup>Disponível em <<https://www.youtube.com/user/jbolsonaro>>

desenvolvimento de atividades e obtenção de cargos no sistema político atual. Além de avaliar número de *fake news* difundidas nas redes sociais e seus impactos na difusão de informação em benefício a determinados personagens.

Quanto à natureza, o presente estudo está classificado como básico, pois busca na análise da temática “Kit Gay” obter avanços científicos voltados ao uso político de *fake news*. Com objetivo exploratório, a pesquisa será considerada um estudo de caso porque busca entender o porquê do problema do uso de notícias falsas para construir o perfil de um político.

Para fins de pesquisa, foi analisada a presença de informações caracterizadas como *fake news* a cerca do Projeto Brasil Sem Homofobia nas publicações do deputado Jair Bolsonaro. A partir da perspectiva do conceito de poder simbólico e da distinção de capital político e capital social de Pierre Bourdieu (1998) na construção da imagem de candidato ao pleito de 2018.

## **2 O fenômeno *fake news***

“Uma mentira repetida mil vezes torna-se uma verdade”. Essa frase, atribuída a Joseph Goebbels ministro da Propaganda de Hitler na Alemanha Nazista, é o retrato das *fakes news* na era das mídias digitais. Estamos vivenciando um momento onde notícias falsas e meias verdades ocupam espaço em blogs, sites, redes sociais e aplicativos de troca de mensagens instantâneas concorrem com informações verdadeiras, além de conseguirem alcançar um número cada vez maior de pessoas numa velocidade incalculável.

Para Llorente (2017), a divulgação de falsas notícias conduz a uma banalização da mentira e, deste modo, à relativização da verdade. O valor ou a credibilidade dos meios de comunicação se veem reduzidos diante das opiniões pessoais. Os acontecimentos passam a um segundo plano, enquanto o “como” se conta a história ganha importância e se sobrepõe ao “o quê”. Não se trata, então, de saber o que ocorreu, mas de escutar, assistir, ver, ler a versão dos fatos que mais concorda com as ideologias de cada um (LLORENTE, 2017), o que podemos classificar como pós-verdade.

Para Gooh (2017, p.11), a pós-verdade não é sinônimo de mentira, mas “descreve uma situação na qual, durante a criação e a formação da opinião pública, os fatos objetivos têm

menos influência do que os apelos às emoções e às crenças pessoais”. A pós-verdade consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emocional (GOOH, 2017).

No início dos anos 2000, o crescimento das notícias online despertou novas preocupações, entre as quais a ideia de que a diversidade excessiva de pontos de vista facilitaria que cidadãos com ideias semelhantes formassem “câmaras de eco” ou “bolhas de filtro” onde estariam isolados de perspectivas contrárias (ALLCOT e GENTZKOW; 2017). Mais recentemente, o foco de preocupação mudou para as mídias sociais. Plataformas como o *Facebook* apresentam uma estrutura de ação e alcance diferente das tecnologias de mídia anteriores, pois o conteúdo pode ser transmitido entre usuários sem que ocorra filtros impedindo ou controlando o conteúdo e temas abordados além de sua veracidade, conforme destacaram Allcot e Gentzkow (*op. cit.*).

Depois de divulgadas, as informações falsas encontram espaço e colaboram para que as pessoas tomem aquilo como verdade baseando-se em suas crenças, mesmo que a informação não apresente uma fonte confiável. O avanço da tecnologia abriu espaço para uma disputa entre as pessoas pela “produção de verdades”, os critérios de verdade não são mais os argumentos, mas a quantidade de visualizações, cliques e *likes*.

As *fake news* emergem de forma avassaladora em um contexto de crise das instituições contemporâneas que atinge inclusive a política, a ciência e o jornalismo. “O mundo passa de um regime de verdade baseado na confiança das instituições para outro regulado pelos dogmas, pela intimidade e pela experiência pessoal” (RADIS, 190. p. 190).

Allcot e Gentzkow (2017) alertam que as notícias falsas se originam em vários tipos de sites. Por exemplo, alguns sites são estabelecidos inteiramente para imprimir intencionalmente artigos fabricados e enganosos. Há ainda os que se utilizam de nomes escolhidos para se assemelhar aos das organizações de notícias legítimas. Ainda é possível encontrar os que se utilizam de uma mistura entre artigos factuais, muitas vezes com uma inclinação partidária, junto com alguns artigos falsos.

Na política, a utilização de *fake news* geralmente acontece com o objetivo de confirmar informações manipuladas a cerca de alguns candidatos, favorecendo a aceitação das informações por parte das pessoas que já estão predispostas a acreditar no que foi divulgado. Visto que, as informações falsas ou manipuladas têm melhor aceitação e conseguem obter um

maior grau de confiabilidade quando compartilhadas em redes cujos integrantes mantenha algum laço de credibilidade entre si.

De acordo com o estudo sobre o uso de Internet e redes sociais no mundo em 2017, promovido pela agência *We Are Social* e a plataforma *Hootsuite*, o Brasil é o terceiro país do ranking de usuários que passam mais tempo conectados na internet, com uma média de nove horas diárias. Ainda de acordo com a agência *We Are Social*, são de 139.1 milhões de usuários (66% da população) navegando na web (BITTENCOURT, 2018). Esse tempo é dedicado, sobretudo às duas redes sociais mais acessadas pelos brasileiros, o *Youtube* (60%) e o *Facebook* (59%), nessa ordem. Em terceiro lugar, vem o aplicativo de mensagens WhatsApp, com 56% (RADIS, 2018. 190).

As redes sociais funcionam como grande espaço difusor de *fake news*. Motivadas pela defesa de uma posição política, religiosa ou mesmo questões emocionais, as pessoas passam a compartilhar informações sem grande preocupação com a veracidade do que está sendo divulgado. A falta de atenção e preocupação com a fonte da informação leva uma parcela significativa dos usuários a dar visibilidade a relatos inverídicos e verdades parciais, utilizando recortes das informações, descontextualizando, exagerando nos argumentos ou até deslocando fatos de seu tempo histórico e trazendo para atualidade.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C), revelou que o Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos (IBGE, 2018). Ainda de acordo com a pesquisa da Pnad C, a proporção de mulheres foi maior que a de homens: 65,5% delas tinham acesso, enquanto, o índice para eles era de 63,8%.

O Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpopai) da Universidade de São Paulo (USP) nos deixa em estado de alerta. Dados divulgados em março de 2018 pelo Gpopai, indicam que no Brasil 12 milhões de pessoas compartilham *fake news* o que poderá interferir diretamente no resultado das eleições de 2018 (INSPER, 2018). Dados da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) mostra que 85% das 52 empresas nacionais e internacionais estão preocupadas com os danos das *fake news*<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Disponível em < <https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2018/04/fake-news-preocupam-85-das-empresas><https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2018/04/fake-news-preocupam-85-das-empresas-revela-pesquisa.html> > Acessado em 15 nov. 2018.

## 2.1 Programa Brasil sem Homofobia

O Brasil sem Homofobia – Programa de Combate à Violência e à Discriminação contra LGBT (Gays, Lésbicas, Transgêneros e Bissexuais) e Promoção da Cidadania Homossexual, lançado em maio de 2004, foi financiado pelo Ministério da Educação através de recursos aprovados por Emenda Parlamentar da Comissão de Legislação Participativa. Foi uma ação colaborativa de âmbito nacional idealizada e implementada por organizações da sociedade civil (ABGLT – Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Travestis e Transexuais, Pathfinder do Brasil, ECOS – Comunicação em Sexualidade e Reprolatina – Soluções Inovadoras em Saúde Sexual e Reprodutiva), contando com a orientação técnica da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECAD) do Ministério da Educação (CADERNO ESCOLA SEM HOMOFOBIA, 2011). O Escola sem Homofobia foi uma das frentes do projeto Brasil sem Homofobia e era direcionado às instituições de ensino.

O programa pretendia combater a violência e o preconceito contra a população LGBT (composta por travestis, transexuais, *gays*, lésbicas, bissexuais e outros grupos) no âmbito escolar do país. Além da formação de educadores para tratar questões relacionadas ao gênero e à sexualidade em sala de aula, o projeto também objetivava trabalhar a desconstrução dos estereótipos de *gays*, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais em 6 mil escolas de todo o país.

Seria distribuído um *kit* educativo composto pelo Caderno Escola sem Homofobia, uma série de seis boletins (*boleshs*), três audiovisuais (Medo de quê?, Boneca na mochila e a série Torpedo que inclui três histórias Torpedo, Encontrando Bianca e Probabilidade) com seus respectivos guias, um cartaz e uma carta de apresentação.

O Caderno “Escola sem Homofobia” era voltado para professores, gestores e outros profissionais da educação apresentando dinâmicas de grupo para trabalhar com estudantes do ensino fundamental, em temas como homossexualismo, bissexualismo. "Essas dinâmicas podem ser aplicadas à comunidade escolar e, em especial, a alunas/os do ensino fundamental (6º ao 9º ano) e do ensino médio", diz o Caderno.

Já os boletins (Boleshs), abordavam o tema diversidade sexual e homofobia e eram destinados aos estudantes, com brincadeiras, jogos, letras de música e dicas de filmes. Eles não

apresentavam estrutura fixa, mas cada número trabalhava um tema importante na área dos direitos da população LGBT (o que é ser mulher e o que é ser homem; orientação sexual; diversidade sexual; homofobia; direitos; relações familiares) informa o Caderno.

Os audiovisuais *Medo de quê?* e *Torpedo* que eram destinados especialmente a estudantes e *Boneca na mochila* que seria usado não apenas para a formação de educadoras/es, mas também com mães, pais e familiares da comunidade escolar, e estudantes em sala de aula. O “kit anti homofobia” – como ficou conhecido midiaticamente – foi vetado pela então presidente do país, Dilma Rousseff, no dia 25 de maio de 2011. Seu porta voz, Gilberto Carvalho, afirmou que a presidente achou o vídeo inapropriado (G1, 2011).

## **2.2 Fake news e Bolsonaro**

No Brasil, notadamente conectado com as redes sociais e com um turbilhão de informação a um “clique de distância”, foi possível observar o surgimento das *fake news* sobre a distribuição de um suposto “Kit Gay”, como ficou conhecido pejorativamente o projeto Escola sem Homofobia, para alunos de 6º a 8º anos nas escolas públicas de todo país pelo Ministério da Educação. A divulgação da notícia falsa repercutiu entre os apoiadores do deputado federal Jair Messias Bolsonaro.

Bolsonaro é deputado federal no Rio de Janeiro pelo partido Progressista (PP). Eleito sete vezes para a Câmara dos Deputados, possui apenas dois projetos aprovados pelo plenário (Redução do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI - para artigos de informática e Liberação da Fosfoetanolamina para tratamento de pacientes com câncer - conhecida como “pílula do câncer) (ESTADÃO, 2017).

Em 2011, o parlamentar ganhou visibilidade ao distribuir um informativo intitulado “Kit-Gay” em momento decisivo para o país e para a comunidade LGBT já que o Supremo Tribunal Federal (STF) ao julgar a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) Nº 4277 e a Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) Nº 132, reconheceu, por unanimidade, o caráter de união estável à união homoafetiva, conferindo aos casais homossexuais os mesmos direitos e deveres que a legislação brasileira estabelece para os casais heterossexuais (GRESPLAN; GOELLNER, 2011).

Bolsonaro foi um dos parlamentares que obteve maior destaque na manifestação contra a distribuição do chamado “Kit Gay” às escolas brasileiras. Além da utilização do plenário da Câmara dos Deputados contra o projeto do Governo Federal, ele também recorreu a ferramentas da internet para propagar seu posicionamento conservador utilizando um discurso heteronormativo contra medidas que possibilitem alterações na constituição da estrutura da família tradicional.

Em maio de 2010, o deputado distribuiu, na cidade do Rio de Janeiro, 50 mil exemplares do panfleto “antigays” que foi elaborado com base no Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) documento fruto da 1ª Conferência nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (GLBT) foi realizada em Brasília, entre 6 e 8 de junho de 2008.<sup>7</sup>

No panfleto, as informações divulgadas tinham o objetivo de esclarecer a população a respeito dos supostos riscos que o projeto do Governo Federal, através da distribuição do material pedagógico apresentado pelo Ministério da Educação, como integrante do Programa Brasil sem Homofobia, iria viabilizar para as crianças entre 06 e 08 anos do ensino público em todo país. Faixa etária que receberia as informações sobre educação sexual dentro do programa segundo o deputado.

O material produzido e distribuído por Bolsonaro apresenta o mesmo nome do plano elaborado pela Presidência da República resultante da 1ª Conferência Nacional LGBT. Nele o parlamentar descreve alguns dos 180 itens do documento oficial chamando-o de ‘Plano Nacional da Vergonha’.

Ao analisar o panfleto é possível identificar que foi elaborado a partir das proposições do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT, no entanto distorce seu conteúdo através da supressão de palavras, ideias e expressões. Além disso, inclui uma série de adjetivações pejorativas (“República Gay”, “MST Gay”, “Programa Primeira Emprego Gay”, entre outras) que reforçam um discurso normativo e conservador (GRESPLAN; GOELLNER, 2011).

---

<sup>7</sup> Disponível em: < <http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/05/bolsonaro-manda-distribuir-panfletos-antigayhttp://g1.globo.com/politica/noticia/2011/05/bolsonaro-manda-distribuir-panfletos-antigay-no-rio.htmlno-rio.html> > Acessado em 09 out. 2018

### 2.3 Fake news na campanha presidencial de 2018

O tema “Kit Gay” voltou a ganhar notoriedade na mídia e nas redes sociais durante o período de campanha na disputa pelo cargo de presidente da República em 2018. Em sua entrevista no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, em agosto de 2018, Jair Bolsonaro exibiu o livro “Aparelho Sexual e Cia - Um guia inusitado para crianças descoladas” como sendo integrante do projeto Escola sem Homofobia.

Na ocasião, afirmou que a publicação teria sido distribuída para crianças pelo Ministério da Educação (MEC) na gestão de Fernando Haddad, que exerceu o cargo de ministro da Educação no período de 2005 a 2012, nos governos de Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Na data da entrevista ao Jornal Nacional, Haddad era oficialmente o candidato à vice-presidência do Brasil na chapa encabeçada por Lula, mas já estava sendo cogitado como potencial candidato à presidência pelo Partido dos Trabalhadores (PT) no caso de um eventual impedimento no registro de candidatura de Lula por causa da Lei da Ficha Limpa. Haddad só assumiu a condição de candidato oficial a presidência em 11 de setembro de 2018.

Figura 1 – Participação de Bolsonaro no Jornal Nacional em agosto de 2018



Fonte: site do Jornal Nacional

A publicação é a tradução do livro da escritora francesa Helene Bruller e ilustrado por

Zep, pseudônimo do autor suíço Phillipe Chappuis, e publicado em mais de 10 idiomas, com 1,5 milhão de exemplares vendidos no mundo. No Brasil, ele foi lançado em 2007 pela editora Companhia das Letras. A publicação se tornou foco central do debate sobre o “Kit Gay” pelo deputado, no entanto, não consta na lista de materiais integrantes do projeto “Escola Sem Homofobia”.

O livro já havia sido alvo de críticas do parlamentar anteriormente, através de seu perfil no *Facebook*, em janeiro de 2016. Na postagem, Jair Bolsonaro destaca que o livro estaria sendo disponibilizado para as bibliotecas da rede pública de ensino de todo país. Na gravação, o deputado afirma que o livro estaria incentivando crianças a se interessarem por sexo de maneira precoce e que a publicação seria disponibilizada em todas as bibliotecas de escolas públicas.<sup>8</sup>

Figura 2 – Vídeo no Facebook, Bolsonaro apresentando o livro *Aparelho Sexual e Cia*



Fonte: Página de Jair Bolsonaro no Facebook

O Ministério da Educação, ainda em 2016, informou, em nota, que não produziu e nem adquiriu ou distribuiu o livro "Aparelho Sexual e Cia", que, segundo vídeo que circula em redes sociais, seria inadequado para crianças e jovens brasileiros. Ainda de acordo com o órgão, não há

---

<sup>8</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/576132129202444/> Consultado em 01 nov. 2018.

qualquer vinculação entre o ministério e o livro, já que a obra tampouco consta nos programas de distribuição de materiais didáticos levados a cabo pela pasta (BRASIL, 2016).<sup>9</sup>

Ainda em nota, o MEC (2016) declarou que “a informação sobre a suposta recomendação é equivocada e que o livro não consta no Programa Nacional do Livro Didático/PNLND e no Programa Nacional Biblioteca da Escola/PNBE”.

Já em 2018, após a retomada do tema pelo deputado, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinou a suspensão de links de sites e redes sociais com a expressão “Kit Gay” usados pela campanha de Jair Bolsonaro. Em sua decisão, o TSE destacou que o projeto "Escola sem Homofobia" não chegou a ser executado pelo Ministério da Educação e que, portanto, “não ensejou, de fato, a distribuição do material didático a ele relacionado” (TSE, 2018).

## **2.4 O Poder Simbólico e Capital Político por Bourdieu**

O poder simbólico, como propõe Pierre Bourdieu (1998), é o qual pode ser exercido com cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. Podemos entender que as relações comunicacionais são relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material e simbólico acumulados pelos agentes.

Podemos entender o poder simbólico como um poder capaz de construir realidades. Ainda com base nos conceitos de Bourdieu (1998), é possível entender que produções simbólicas da realidade são instrumentos que potencializam a dominação de uma classe que já detêm poder político e social.

O domínio de poder implica domínio ou controle, coordenação ou manipulação de entes, inclusive corpos, vontades, intencionalidades, interesses (objetivos e subjetivos). Quanto maior a capacidade de mobilizar, controlar, coordenar ou manipular entes, inclusive corpos, vontades, intencionalidades, interesses, tanto maior é o poder (SOUSA, 2014).

---

<sup>9</sup> Conteúdo disponível em <https://lula.com.br/wp-content/uploads/2018/10/Decis%C3%A3o-Fakenews-LivroEduca%C3%A7%C3%A3o-Sexual-Bolsonaro.pdf>  
Consultado em 01 nov. 2018

Assim, as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material e simbólico acumulados pelos agentes (BOURDIEU, 1989).

É possível afirmar que, o poder simbólico é uma forma transformada das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que eles encerram objetivamente e transformando-as assim em poder simbólico, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia. (Bourdieu, 1989).

Para Dornelles (2005), além dessa função de legitimar a dominação dos já dominados, o poder simbólico, para Bourdieu, é um poder mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força física ou econômica.

Aqueles que exercem o poder simbólico utilizam diversos recursos denominados como “meios de informação e comunicação”. O exercício do poder simbólico é uma das principais formas de aquisição do poder político (DORNELLES, 2005). É possível declarar que a classe política faz uso do poder simbólico para conquistar a confiança do eleitorado e dessa forma não sofrerem retaliações da sociedade caso não corresponda às expectativas criadas em torno de sua atuação.

Segundo Bourdieu (1998), a política é o lugar, por excelência, da eficácia simbólica, ação que se exerce por sinais capazes de produzir coisas sociais. E, neste sentido, a classe só existe na medida em que os mandatários plenos de poder podem sentir-se autorizados a falar em nome dela e fazê-la existir assim como uma força real no seio do campo político.

Para tanto, podemos utilizar o conceito usado por Bourdieu para designar capital político como uma força de capital simbólico, crédito firmado na crença e no reconhecimento nas inúmeras opções de crédito pelos quais os agentes conferem a uma pessoa. O poder simbólico é um poder que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce (BOURDIEU, 1998).

É possível descrever o capital político como sendo de reputação, ligado à notoriedade, ao fato de ser conhecido e reconhecido, ser notável no meio. Diante dessa afirmação, podemos constatar o papel da internet e das redes sociais ao passo que possibilitam que as pessoas ganhem notoriedade, conquistem espaço mesmo que lhes faltem capital cultural e/ou social. O capital político é, portanto, uma espécie de capital de reputação, um capital simbólico ligado à maneira de ser conhecido. O capital político de um agente político dependerá primeiramente do peso político de seu partido e do peso que a pessoa considerada tem dentro de seu partido. (BOURDIEU, 2011)<sup>10</sup>.

Caracterizamos o capital político como uma espécie de capital simbólico que apresenta um pouco do capital cultural (treinamento cognitivo para a ação política), capital social (redes de relações estabelecidas) e capital econômico (que dispõe do ócio necessário à prática política). No capital social de Bourdieu (1980), destacam-se três aspectos, a saber: os elementos constitutivos; os benefícios obtidos pelos indivíduos mediante sua participação em grupos ou redes sociais e as formas de reprodução deste tipo de capital. Aqui podemos apontar como as redes sociais a família, o clube, a escola e outros, que possibilitam ao indivíduo o sentimento de pertencimento a um determinado grupo (BONAMINO *et. al.*, 2010).

De forma sucinta, capital social é o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e de inter-reconhecimento (*Ibid*, 67). Ou seja, o capital social corresponde à rede de relações interpessoais que cada um constrói.

Dessa forma, é possível inferir que o capital social apresenta estreita relação com as ações exercidas e praticadas com a finalidade de fortalecer os laços sociais, sendo assim podemos afirmar que é um investimento pessoal. O volume do capital social que um agente individual possui depende então da rede de relações que ele pode efetivamente mobilizar e do volume de capital (cultural, econômico ou simbólico) que é posse exclusiva de um daqueles a quem está ligado (Bourdieu, 1998).

---

<sup>10</sup> Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-33522011000100008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000100008)> Dossiê “Dominação e Contra Poder”. Acessado em 25 nov. 2018

### 3 ANÁLISE

Para o nosso trabalho, decidimos abordar a construção da imagem do deputado federal Jair Bolsonaro por meio da divulgação de informações falsas, as chamadas *fake news* através de suas redes sociais ou durante o exercício de seu mandato parlamentar por meio de seus discursos na Assembleia Federal. O deputado é o responsável pela criação e distribuição do panfleto chamado “Kit Gay” com base em informações originárias no Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) documento fruto da 1ª Conferência nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (GLBT) foi realizada em Brasília, entre 6 e 8 de junho de 2008.

A análise se estende sob o período de campanha eleitoral de 2018, quando Bolsonaro disputa o cargo de presidente da República do Brasil e retoma a temática do Kit Gay em entrevista no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, quando apresentou o livro “Aparelho Sexual e Cia - Um guia inusitado para crianças descoladas” como sendo integrante do projeto “Escola sem Homofobia”.

Ao avaliar o panfleto do deputado, é possível identificar que foi produzido com base no Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT, no entanto distorce seu conteúdo através da supressão de palavras, ideias e expressões. O uso de expressões pejorativas como “cota para professor gay”, “república gay”, “MST gay” caracteriza a produção de *fake news* através notícias completamente inverídicas ou a partir de determinadas informações verdadeiras e com adição de dados falsos, fazendo recortes das informações, exagerando nos argumentos provocando uma avalanche de notícias sobre o tema na mídia nacional.

Figura 3 – Parte interna do Panfleto “Plano Nacional da Vergonha”

**DIREITOS HUMANOS – LGBT**  
**A SECRETARIA ESPECIAL DOS DIREITOS HUMANOS APRESENTA O**  
**PLANO NACIONAL DE PROMOÇÃO DA CIDADANIA E DIREITOS HUMANOS DE**  
**LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS, TRAVESTIS E TRANSEXUAIS**

*“... meninas e meninos, professores foram juntamente as presébitas...”*  
 Infante de Souza, Programador da REDUÇÃO Social - Sociedade da Região Sudeste, no dia 27/11/2015 - Na Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, por ocasião do lançamento do III-Dag porContraGay, 7 de Novembro.

1.1.1 - INICIAR NOS CÍRCULOS ESCOLARES A TEMÁTICA DAS FAMÍLIAS LGBT  
 1.1.2 - INCLUSÃO DA POPULAÇÃO LGBT EM PROGRAMAS DE ALFABETIZAÇÃO NAS ESCOLAS PÚBLICAS (CITA-PIVA PROFESSOR-GAY)  
 1.1.3 - DISTRIBUIÇÃO DE LIVROS PARA BIBLIOTECAS ESCOLARES COM A TEMÁTICA DIVERSIDADE SEXUAL PARA O PÓDIO OBRIGATORIO DE ANOS ESCOLARES (CITA-PIVA ESCOLARES)  
 1.2.1 - CRIA BOLSAS DE ESTUDO QUE QUALIFIQUE OS PROFESSORES TRAVESTIS E TRANSEXUAIS  
 1.1.1 - INICIAR RECOMENDAÇÕES SOBRE DIVERSIDADE SEXUAL NO PROGRAMA NACIONAL DO CÍRCULO DIDÁTICO PARA ALFABETIZAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS  
 1.1.1 - CURSOS DE AÇÃO GRADUADA SOBRE DIVERSIDADE SEXUAL  
 1.2.1 - VALIDAÇÃO DOS MOVIMENTOS CULTURAIS DE LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS E TRAVESTIS  
 1.2.1 - CLASSIFICAR COMO INADQUADOS PARA CRIAÇÃO DE OBRAS COM CONTEÚDOS HOMOFÓBICOS  
 1.2.1 - INCENTIVAR A PRODUÇÃO CULTURAL LIGADA À JUVENTUDE LGBT  
 1.2.1 - CAMPANHA NACIONAL DE TESTES HIV PARA ADOLESCENTES LGBT  
 1.2.1 - CRIAR ESTABECIMENTO PARA HOSPEDAGEM DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (REPÚBLICA GAY)  
 1.2.1 - INICIAR TODAS AS CONDIÇÕES FAMILIARES PROMOVIDAS POR LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS E TRAVESTIS COM BASE NA RECONSTRUÇÃO DA HETERONORMATIVIDADE  
 1.2.1 - LEGISLAR O DIREITO DO CASO HOMOSSEXUAL DE ADOPTAR FILHOS/ COM REGISTRO FEITO EM NOME DO CASAL  
 1.2.1 - CAMPANHA NACIONAL DE SERO NEGATIVO PARA ADOLESCENTES LGBT USANDO PERSONAGENS ADOLESCENTES  
 1.2.1 - GARANTIR A SEGURANÇA EM ÁREAS FREQUENTADAS PELA POPULAÇÃO LGBT COM GRUPOS DE POLÍCIA ESPECIAL (CITA-PIVA CRIAÇÃO DE BATA LÍZES DE POLÍCIA GAYS NÃO EXISTE) - BATA  
 1.1.1 - INICIAR O TEMA DIVERSIDADE SEXUAL NAS CURRÍCULOS DE FORMAÇÃO DE MILITARES DE POLÍCIA MILITAR E CIVIS, EXTENSIVO AS GUARDAS MUNICIPAIS  
 1.2.1 - AUMENTAR O SUPORTE DOS MULHERES, RECONHECENDO CUMPRIMENTOS, COMO DEPENDENTES  
 1.2.1 - RESOLUÇÃO DE OCORRÊNCIA POLICIAL COM NOME SOCIAL  
 1.2.1 - PRESIDÊNCIA FINANCIADA PARA MULHERES TRANSEXUAIS E TRAVESTIS  
 1.2.1 - BUSQUE LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS, TRAVESTIS E TRANSEXUAIS - BRIGADA LGBT  
 1.2.1 - GARANTIR APOIO PSICOLÓGICO À POPULAÇÃO LGBT IDOSA  
 1.2.1 - CRIAR O CONSELHO NACIONAL DE LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS, TRAVESTIS E TRANSEXUAIS  
 1.2.1 - INICIAR A POPULAÇÃO LGBT EM PROGRAMAS DE COMBATE À FOME E À POMBRA (BATA GAY)  
 1.2.1 - CRIAÇÃO DE SELLO NACIONAL PARA EMPRESAS QUE APOIAR OU ESTABILIZAR O LGBT  
 1.2.1 - SITE COM ACESSO DIGITALIZADO SOBRE A HISTÓRIA LGBT NO BRASIL  
 1.2.1 - CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E REFERÊNCIA SOBRE A POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - PRESIDÊNCIA ESPECIAL PARA A POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - ATENÇÃO SOMÁTICA HUMANIZADA NOS HONORÍDIOS  
 1.2.1 - PROFESIONALIZAÇÃO DA POPULAÇÃO LGBT (PROGRAMA PRIMEIRO EMPREGO GAY)  
 1.2.1 - PROGRAMA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA DA POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - AMPLIAÇÃO DO PROGRAMA VAGA MAIS OBRIGADO (PRIMEIRO GAY)  
 1.2.1 - PESQUISAS SOBRE POPULAÇÃO LGBT DE PAÍS  
 1.2.1 - REFORMA AGRÁRIA PARA POPULAÇÃO LGBT (MT-GAY)  
 1.2.1 - PREVENÇÃO DE USO DE DROGAS PARA POPULAÇÃO LGBT (MOTIVEMOS DO BRASIL)  
 1.2.1 - ESTIMULAR O ACESSO DE JOVENS LGBT NAS OBRAS DE ESTADO REMUNERADO  
 1.2.1 - CRIAÇÃO DO ESTABECIMENTO DOS DIREITOS LÉSBICAS, GAYS, BISEXUAIS, TRAVESTIS E TRANSEXUAIS  
 1.2.1 - PROTEGER A POPULAÇÃO LGBT EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL  
 1.2.1 - ESPORTE SOBRE OS DIREITOS DA POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - GRUPOS LGBT PARA GESTÃO DE PRODUTOS EM ANJO AMBIENTE  
 1.2.1 - CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL PARA TRAVESTIS E TRANSEXUAIS  
 1.2.1 - INCLUSÃO DA JUVENTUDE LGBT PARA O TRABALHO (1º EMPREGO)  
 1.2.1 - PROGRAMA DE SAÚDE DAS MULHERES LÉSBICAS, BISEXUAIS E TRANSEXUAIS  
 1.2.1 - DIREITOS SEXUAIS E REPRODUTIVOS PARA A POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - PROGRAMA DE SAÚDE INTEGRAL DE LGBT  
 1.2.1 - CONDIÇÃO SOCIAL JUNTO ALÍZES DE 7% COM PROIBIÇÃO DE FRANGOS LGBT  
 1.2.1 - CAMPANHA INFORMATIVA ANTES PRÓPRIA AO PERÍODO DA FRANGA GAY  
 1.2.1 - CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE VALORIZAÇÃO DA POPULAÇÃO LGBT  
 1.2.1 - CAMPANHA NACIONAL DE TESTAGEM HIV PARA MULHERES LÉSBICAS E BISEXUAIS  
 1.2.1 - CAMPANHA NACIONAL DE CONSCIENTIZAÇÃO DE SERO NEGATIVO PARA LÉSBICAS, BISEXUAIS E OUTRAS MULHERES QUE FAZEM SEXO COM OUTRAS MULHERES  
 1.2.1 - CAMPANHA SOBRE CÂNCER DE PRÓSTATA PARA TRAVESTIS E TRANSEXUAIS  
 1.2.1 - DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL INFORMATIVO ACERCA DO PROCESSO TRANSSEXUALIZADOR DO SUS  
 1.2.1 - CAMPANHA DE ENFRENTAMENTO DA HEMIFÓBIA, LESBÓFÓBIA E TRANSEXÓFÓBIA  
 1.2.1 - PROMOVER PESQUISA SOBRE MONOGAMIA AMBIENTAL  
 Com o Não-Utilizar do combate a homofobia, a MEC em parceria com grupos LGBT, no sentido, Incentivar e normalizar o uso em escolas públicas de 1º Grau, para jovens, jovens e jovens LGBT, para não ter o mesmo perfil de - SEM RESERVADO - Depósito Federal / www.bolsonaro.com.br

Fonte: Internet

O material produzido e distribuído por Bolsonaro é fruto da insatisfação do parlamentar frente ao Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT). É possível declarar que surgiu diante de posicionamento favorável a discurso de prevalência da heteronormatividade na sociedade.

Divergindo do conteúdo do Plano, classificando-o como Plano Nacional da Vergonha. O deputado, em seu panfleto posiciona seu discurso, aos Ilustríssimos Senhores e Senhoras Chefes de Família, afirmando:

Apresento alguns destes 180 itens que chamo Plano Nacional da Vergonha, onde meninos e meninas, alunos do 1º Grau, serão emboscados por grupos de homossexuais fundamentalistas, levando aos nossos inocentes estudantes a mensagem de que ser gay ou lésbica é motivo de orgulho para a família brasileira. Tirem suas conclusões sobre as absurdas propostas do Governo, algumas já execução conforme publicações em Diário Oficial da União.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Conteúdo disponível em

<<https://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/noticias/100000430376/bolsonaro-distribui-panfletos><https://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/noticias/100000430376/bolsonaro-distribui-panfletos-contra-politicas-de-combate-a-homofobia-.html>> Acessado em 17 nov. 2018

Figura 4 – Capa do panfleto “Plano Nacional da Vergonha”



Fonte: Internet

No panfleto do parlamentar, é possível identificar distorções do conteúdo do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT). Ideias que foram verbalizadas em discursos do parlamentar na Câmara dos Deputados e posteriormente postas à disposição do público em geral na plataforma de vídeos *YouTube*, no canal do deputado como é possível verificar no vídeo de 17 de março de 2011 intitulado O PT e a família com 4m01s de duração.

Figura 5 - Vídeo O PT e a família



Fonte: Youtube

Nossa pesquisa também verificou o uso de notícias falsas pelo parlamentar em outro momento, já em período de campanha para a disputa pela presidência da República, em sua participação no Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão em agosto de 2018. Bolsonaro voltou a falar sobre o inexistente "Kit Gay" e tentou exibir um livro “Aparelho Sexual e Cia” que aborda a temática da sexualidade que, segundo o deputado, seria distribuído em escolas públicas.

Antes de apresentar o livro, o parlamentar afirmou que no ano de 2010 teria sido realizado na Câmara dos Deputados, o 9º Seminário LGBT infantil, no entanto, se tratava do “9º Seminário LGBT” com o tema “infância e sexualidade”. Ainda de acordo com Bolsonaro, no evento estava sendo lançado o livro “Aparelho Sexual e Cia” que, segundo ele, seria distribuído em escolas públicas. Informação desmentida, em nota, pelo Ministério da Educação que afirmou que não produziu e nem adquiriu ou distribuiu o livro "Aparelho Sexual e Cia", que, segundo vídeo que circula em redes sociais, seria inadequado para crianças e jovens brasileiros.<sup>12</sup>

Diante do exposto, é possível referenciar os conceitos de Bourdieu (1998) sobre

<sup>12</sup> Livro de educação sexual citado em redes sociais não foi distribuído pelo MEC. Disponível em <<http://agenciabrasil.etc.com.br/educacao/noticia/2016-01/livro-de-educacao-sexual-citado-em-redes-sociais><http://agenciabrasil.etc.com.br/educacao/noticia/2016-01/livro-de-educacao-sexual-citado-em-redes-sociais-nao-foi-distribuido-pelo-nao-foi-distribuido-pelo>> Acessado em 20 nov. 2018.

Capital Político e Capital Social dentro do contexto de formação e apresentação do personagem “mito” em torno da imagem do deputado Jair Bolsonaro que, em 28 anos de vida política, teve pouca expressão política sendo considerado um parlamentar do “baixo clero”<sup>13</sup>. Sua imagem foi realçada, pela mídia, diante de seu posicionamento conservador sobre temas como gênero, sexualidade e Direitos Humanos.

Utilizando a internet e as várias possibilidades de conexão com os eleitores como as redes sociais *Facebook*, *Twitter*, website próprio e um canal na plataforma *YouTube*, Bolsonaro sempre defendeu seu posicionamento e levantou a bandeira de suas feitorias. Além de usar esses veículos com a finalidade de fomentar polêmicas e, dessa forma, conquistar exposição midiática, como no caso do “Kit Gay”, levando-o a conquistar maior proximidade com o eleitorado. Polêmicas como esta envolvendo o “Kit Gay” contribuíram para nacionalizar o nome de Bolsonaro, ampliando sua atuação para além do estado do Rio de Janeiro, base eleitoral do parlamentar.

Assim é possível acreditar que a política não pode renunciar da mídia no processo de construção da imagem dos personagens políticos, dessa forma a internet ganha espaço e mostra sua importância no processo de produção do capital simbólico político. Sendo assim, a construção do personagem “mito” em torno da figura de Jair Bolsonaro se fez utilizando as redes sociais com seus perfis oficiais em várias plataformas digitais.

O mito político não passa de “afeto”, “febre” e “fanatismo de ação” (PASSOS, 2017). Ainda de acordo com Passos (2017), Bourdieu defende que as narrativas carregadas de simbologia, como o mito, servem ao imaginário coletivo de forma a delegar poder entendido como a capacidade de mobilização ou adesão a um interesse específico.

O poder simbólico é um poder que aquele que lhe está sujeito dá àqueles que o exerce [...]. É um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que existe. (Bourdieu, 1989). A visão de Bourdieu nos faz identificar que o mito político só existe de modo relacional. Só existe na representação e pela representação, na confiança e na obediência (PASSOS, 2017).

Vislumbrando os agentes políticos como representantes do povo e da parcela da população que o elegeu, é possível utilizar o conceito de representação de Bourdieu (1989) quando este afirma que representação inclui todo e qualquer tipo de relação em que alguém (não

---

<sup>13</sup> A expressão “baixo clero” é originada da hierarquia da igreja, mas costuma ser usada no mundo político brasileiro para designar parlamentares com pouca expressão na Câmara dos Deputados.

detentor de poder) credita ou confia em outrem (detentor do poder) para representá-lo diante de circunstâncias políticas e/ou sociais. A representação é uma relação entre “mandatários e mandantes” (BOURDIEU, 1989). De uma forma geral, os políticos fazem uso do poder simbólico para persuadir e conquistar a confiança das pessoas para que não sofram perseguição caso não seja possível responder às demandas da sociedade.

O uso do poder simbólico não é acidental ou secundário à luta pelo poder político, mas é essencial a ele. Todo aquele que quiser conquistar poder político, ou exercê-lo de uma maneira durável e efetiva, deve também usar o poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade (DORNELLES, 2005). A capacidade de mobilização do poder simbólico no interior das relações sociais, na Sociologia em Bourdieu, depende do acervo de capital cultural do indivíduo, do grupo, da classe, da fração de classe e/ou do campo, e a compreensão que essa unidade tem de seu acervo de capital cultural em face do outro e da alteridade (BOURDIEU, 1989).

A revolução da internet também alcançou o modo de fazer política. O processo comunicacional é constante, multidirecional e acelerado, conforme declaram Bezerra e Silva (2006). Assim sendo, as redes sociais com sua instantaneidade e velocidade, abriram espaço para formação de novos cenários além do fortalecimento de agentes políticos. A mídia também atua na instituição e fortalecimento de personificação de candidatos além da divulgação de discursos intencionalmente propagadores de elementos simbólicos e míticos.

O desenvolvimento da mídia fez surgir novos tipos de inter-relacionamento e de indeterminação no mundo moderno. Obviamente, dentro do campo de interação mediada há indivíduos que têm mais oportunidades de usar a mídia para vantagem própria do que outros (Guareschi e Lopes, 2006).

Nas democracias liberais, a indústria do entretenimento e o sistema industrial de informação assumiram o negócio da informação política em lugar da imprensa de opinião e da imprensa oficial e a censura prévia se torna uma brutalidade arcaica. Além disso, vivemos em sociedade com grande cota de tempo livre e capital cultural, onde a comunicação política copiosa, leiga e variada chega ao volume da informação contínua e ao padrão de velocidade do segundo (BEZERRA e SILVA, 2006).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da reflexão sobre o papel das *fake news*, meios de comunicação e em especial as redes sociais sobre a construção de agentes políticos, algumas respostas revelaram-se conclusivas dentro da proposta deste trabalho. Como resultado da ascensão crescente das mídias sociais diante das atividades jornalísticas é possível vislumbrar um aumento da prática de divulgação de notícias falsas.

Fenômeno em expansão no cenário político mundial e nacional, as *fake news* demonstram forte poder de influência na formação da opinião pública sobre acontecimentos e pessoas. Pesquisas apontam repercussão de *fake news* no processo eleitoral dos Estados Unidos da América (2016), Brexit (2008) e, no cenário nacional, impeachment de Dilma Rousseff (2016).

É preciso combater as *fake news*, uma vez que o fenômeno se trata de um processo que proporciona e impulsiona desinformação e tomadas de decisões baseadas em dados inverídicos ou que possuam recortes de informações podendo conter informações verdadeiras misturadas a dados falsos. É possível perceber através da análise do material utilizado no escopo do trabalho, que a manipulação de informações foi realizada com o objetivo de promover visibilidade ao deputado Jair Bolsonaro garantindo-lhe maior aproximação com os eleitores com vistas a uma disputa eleitoral.

No caso do panfleto analisado, o que prevalece é o uso de informações verdadeiras misturadas com dados falsos, uso pejorativo de termos e expressões a fim de favorecer o posicionamento de Bolsonaro com relação ao tema dos direitos da população LGBT. Podemos destacar também a prevalência de falsos recortes das informações expostas como também o exagero nos argumentos lançando informações descontextualizadas como sendo atuais. Um dos apontamentos a ser ressaltado diz respeito à exposição, na grande mídia, da figura do deputado Jair Bolsonaro a partir do discurso do “Kit Gay” colaborando de forma decisiva para o fortalecimento do poder simbólico em torno do parlamentar.

A internet e sua expansão constitui um enorme passo para uma sociedade de informação possibilitando a abertura de espaço para vozes esquecidas. Em forte crescimento como canal de referência para transmissão de informações, a internet também é palco de debates suscitando a

discussão de temas diversos inclusive propiciando a formação e disseminação de informações falsas com o objetivo de promover o favorecimento/crescimento de determinado grupo.

Este trabalho não poderia esgotar uma compreensão do fenômeno político ideológico atual visto que o tema é amplo e merece que outros olhares lhes sejam direcionados. Nosso objetivo foi mostrar, primeiramente, como as *fake news* foram utilizadas no intuito de beneficiar o deputado federal Jair Bolsonaro. Sob a ótica dos conceitos de poder simbólico e capital político e social de Pierre Bourdieu foi possível avaliar o efeito da divulgação das notícias falsas para o parlamentar e sua ascensão dentre os pares da Câmara dos Deputados até a conquista da vaga de postulante ao cargo de presidente da República no pleito de 2018. Fortalecendo sua imagem através do uso constante das redes sociais através dos perfis oficiais utilizados para dar vazão a seu incipiente alcance aos meios de comunicação de grande porte.

Em segundo lugar, o trabalho aponta as várias vertentes que o discurso em âmbito político tanto no parlamento, como na esfera pública e nas redes sociais, pode ser manipulado e descaracterizado de verdades com o objetivo construir realidades com vistas a potencializam a dominação de uma classe que já detêm poder político e social como defende Bourdieu (1989).

## **FAKE NEWS NA POLÍTICA: O USO DA NARRATIVA DO “KIT GAY” NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE JAIR BOLSONARO**

## ABSTRACT

This research investigates the use of false news by deputy Jair Messias Bolsonaro. To achieve our goals, we analyzed two distinct moments about the dissemination and use of false news about the "Gay Kit" by Bolsonaro during the last years in social networks through his official profiles in platforms like Facebook, Youtube and Instagram. The research is an exploratory case study. We conducted a survey about the existence of the educational material source of inspiration for the "Gay Kit" pamphlet by Bolsonaro with a view to discussing the advance of the dissemination of fake news during the electoral period in Brazil in the year 2018, to prove the use of fake news by politician Jair Bolsonaro and analyze how the fake news about the "Gay Kit" benefited the image of Bolsonaro in pre-campaign period.

**Keywords:** *Fake News*, Media and Politics, Elections 2018.

## REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2): 211-36. Disponível em <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211> Acessado em 23 nov. 2018.

BEZERRA, A. K. G. e SILVA, F. R. O marketing político e a importância da imagem-marca em campanhas eleitorais majoritárias. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – LabCom*. Universidade Beira Interior. 2006.

BITENCOURT, S., Pautas e perversidades nas redes em 2018: temas sensíveis e climas de opinião para o repertório do debate eleitoral no Brasil. *Centro Universitário Metodista. Fólio Revista Científica Digital - Publicidade e propaganda, Jornalismo e Turismo*. v. 4, n. 2, p. 92105. jun. 2018.

Bolsonaro aprova apenas dois projetos em 26 anos de Congresso. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-aprova-dois-projetos-em-26-anos-dehttps://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-aprova-dois-projetos-em-26-anos-de-congresso,70001900653congresso,70001900653> Acessado em 20 set. 2018.

BONAMINO, A.; CAZELLI, S.; ALVES, F. e FRANCO, C., Os efeitos das diferentes formas de capital no desempenho escolar: um estudo à luz de Bourdieu e de Coleman. Revista Brasileira de Educação. v. 15, n. 45, set/dez, 2010.

BOURDIEU, P. O capital social: notas provisórias. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) Escritos de Educação, 3ª ed., Petrópolis: Vozes, 2001, pp.67-69.

BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRASIL. Caderno Escola sem Homofobia. Ministério da Educação. Disponível em <https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/bGjtqbyAxV88KSj5FGExAhHNjzPvYs2V8ZuQd3TMGj2hHeySJ6cuAr5ggvfw/escola-sem-homofobia-mec.pdf> Acessado em 30 out. 2018.

DEU NA INTERNET. Revista Radis, n.190, jul.2018.

Dilma Rousseff manda suspender kit anti-homofobia, diz ministro. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2011/05/dilma-rousseff-manda-suspender-kit-anti-homofobia-diz-ministro.html> Acessado em 25 out. 2018.

DORNELLES, R. A., Jornalismo e Poder Simbólico: a cobertura de Veja e Carta Capital sobre o Partido dos Trabalhadores no período da crise do “mensalão”. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Universidade Beira Interior – LabCom. 2005.

FERREIRA, R. R., Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira. Observatorio (OBS\*) Journal, special Issue. 2018.

GOOCH, A. A era da pós-verdade: realidade versus percepção. Revista Uno. Desenvolvendo Ideias. n. 27, 2017.

GRESPAN, C. L.; GOELLNER, S. V., “Querem, na escolar, transformar seu filho de 6 a 8 anos em homossexual”: Sexualidade, educação e a potência do discurso heteronormativo. R. FAGED, Salvador, n.19, p.103-122, jan./jun. 2011.

GUARESCHI, P. A., NUNES LOPES, M. I., Mídia e Política: estratégias para a construção do “capital simbólico” dos políticos. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. 2014.

IBGE. Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua - PNAD Contínua. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em: [ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilio\\_s\\_continua/Anual/Acesso\\_Internet\\_Televisao\\_e\\_Posse\\_Telefone\\_Movel\\_2016/Analise\\_dos\\_Resultados.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilio_s_continua/Anual/Acesso_Internet_Televisao_e_Posse_Telefone_Movel_2016/Analise_dos_Resultados.pdf) Acessado em 20 set. 2018.

INSPER. Fake news podem ameaçar a disputa eleitoral de 2018. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/conhecimento/marketing/fake-news-prometem-protagonizarhttps://www.insper.edu.br/conhecimento/marketing/fake-news-prometem-protagonizar-disputa-eleitoral-2018/disputa-eleitoral-2018/> Acessado em 10 set. 2018

LLORENTE, J. A., A era da pós-verdade: realidade versus percepção. Revista Uno. Desenvolvendo Ideias. n. 27, 2017.

MEC não distribuiu nas escolas livro de educação sexual citado em vídeo na internet. Disponível em <http://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-e-ciencia/2016/01/mec-naohttp://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-e-ciencia/2016/01/mec-nao-distribuiu-nas-escolas-livro-de-educacao-sexual-citado-em-video-na-internetdistribuiu-nas-escolas-livro-de-educacao-sexual-citado-em-video-na-internet> Acessado em 01 nov. 2018.

PASSOS, M. R. Mito e narrativa: a (des)construção da imagem pública de Lula no contexto da crise política de 2016. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicações e Artes (ECA). Universidade de São Paulo (USP). São Paulo. 2017.

Programa de Combate à Violência e à Discriminação. Caderno Escola sem Homofobia /Brasil: ECOS – Comunicação em Sexualidade, 2011.

SOUSA, A. J., O Poder Simbólico (Pierre Bourdieu, 1989). 2014.

Tribunal Superior Eleitoral. Processo Judicial Eletrônico. Disponível em:

<https://lula.com.br/wp-content/uploads/2018/10/Decis%C3%A3o-Fakenews-Livrohttps://lula.com.br/wp-content/uploads/2018/10/Decis%C3%A3o-Fakenews-Livro-Educa%C3%A7%C3%A3o-Sexual-Bolsonaro.pdfEduca%C3%A7%C3%A3o-Sexual-Bolsonaro.pdf> Acessado: 05 nov. 2018.

Word of the Year 2016 is... Oxford Dictionaries. Disponível em:

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> Acessado em 14 nov. 2018.