

BOLSONARO FAZ DO TWITTER SEU PALANQUE VIRTUAL

Assim como na campanha, o presidente usa o microblog para fazer ataques frequentes à imprensa

Ruan de Sousa Gabriel e Bárbara Libório

04/04/2019



Jair Bolsonaro atacou a "imprensa" e a "mídia" no Twitter mais de 120 vezes desde outubro de 2017, segundo levantamento de ÉPOCA. Foto: Montagem sobre foto de Leo Pinheiro / Valor

Como descrever os primeiros 100 dias do governo de Jair Bolsonaro em um tuíte?

Certamente, com palavras como "imprensa", "mídia", "fake news" e "ideologia". O Twitter é um dos principais palcos em que se encena o governo Bolsonaro: lá o novo presidente ataca a imprensa — seu alvo preferencial — e irrita aliados. Bolsonaro já reinava nas redes sociais muito antes de subir a rampa do Palácio do Planalto. Sem base

parlamentar nem tempo de TV para as propagandas eleitorais, contou com as novas mídias e com sua legião de seguidores — são quase 4 milhões só no Twitter — para vencer o pleito de 2018. Eleito, continua na mesma onda.

Quem quiser entender como o governo Bolsonaro chegou aos 100 dias mergulhado numa crise política, às turras com a imprensa, com a popularidade em queda e com uma de suas principais promessas — a reforma da Previdência — ameaçada pode buscar pistas no Twitter presidencial.

ÉPOCA analisou os mais de 3 mil tuítes publicados pelo presidente desde outubro de 2017, quando ainda era um pré-candidato desacreditado, até o dia 6 de março deste ano. A “imprensa” e a “mídia” foram mencionadas mais de 120 vezes, quase sempre de modo depreciativo.

Essa contagem não contabiliza as mais de 20 vezes em que usou “fake news”, a expressão popularizada pelo presidente americano Donald Trump para deslegitimar os veículos jornalísticos incômodos a seu governo. Nesse mesmo período, Bolsonaro se referiu apenas nove vezes à “Previdência” e 11 vezes a Paulo Guedes, o superministro da Economia.

Os outros assuntos que rivalizam com imprensa no ranking dos tuítes de Bolsonaro são seus opositores. Nessa lista estão termos como “esquerda”, “petistas”, o ex-presidente Lula (32 menções) e outros adversários acusados de “corruptos”, de propagar “ideologia” e de lutar para transformar o Brasil numa “Venezuela”. Para fazer justiça a Bolsonaro, ele não é o primeiro presidente a usar o Twitter nem a atacar a imprensa. Dilma Rousseff fez uso das mensagens com 280 caracteres e Luiz Inácio Lula da Silva não se cansava de xingar as emissoras de televisão e os jornais.



O deputado Alberto Fraga (DEM-DF), da bancada da bala, faz live do presidente Jair Bolsonaro durante a cerimônia de assinatura do decreto que facilitou a posse de arma. Foto: Daniel Marengo / Agência O Globo

O clã Bolsonaro defende o uso das mídias sociais como uma alternativa à imprensa. No dia 25 de março, o filho do meio do presidente, Carlos, tuitou que “as pessoas que querem Bolsonaro longe das redes sociais sabem que é isso que o conecta ao povo, já que não tem a mídia a seu favor” e que “foi isso que garantiu sua eleição”.

O ataque mais virulento contra a imprensa depois da posse aconteceu no dia 10 de março, um domingo. O presidente compartilhou uma notícia falsa e acusou a repórter Constança Rezende, do jornal O Estado de S. Paulo, de trabalhar para “arruinar” o governo “com chantagens, desinformações e vazamentos”. Em seguida, publicou um vídeo no qual o ator americano Denzel Washington afirma que “se você não ler as notícias é desinformado, se as ler ficará mal informado”.

A postura de Bolsonaro parece incentivar sua base de apoio e suas brigadas de seguidores nas redes sociais. Desde 1º de janeiro, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) contabilizou 11 casos de perseguição política a jornalistas nas redes sociais. Desde maio de 2018, foram 96 registros de assédio virtual. Entre os difamadores de jornalistas estão o próprio Bolsonaro, seu filho deputado federal, Eduardo Bolsonaro, a deputada federal Joice Hasselmann, correligionária do presidente, e o Movimento Brasil Livre (MBL).

“Preocupa-nos que diversos colegas tenham sido alvo de campanhas difamatórias, assédio virtual e tentativas de intimidação apoiadas ou

promovidas por aliados do governo”, afirmou Daniel Bramatti, presidente da Abraji. A Abraji publicou uma cartilha para auxiliar jornalistas a lidar com o assédio virtual.

“Vemos, no Twitter de Bolsonaro, uma série de postagens profissionais que confirmam o discurso de que ‘já que a imprensa não mostra o que eu faço de bom, eu mostro aqui’. Mas, nos intervalos, ele continua se comportando como candidato”, afirmou Kleber Carrilho, professor de comunicação política da **Universidade Metodista de São Paulo**.

Bolsonaro segue os passos de Trump e de outros líderes populistas, como o presidente turco Recep Tayyip Erdogan, que transformaram a rede social em veículos de comunicação oficiais de seus governos e elegeram a imprensa como alvo preferencial de seus ataques.

“Todas as tecnologias da comunicação apresentam tendências estruturais que as tornam eficazes para transmitir um tipo de informação e ineficazes para outro. Uma das principais tendências do Twitter, como plataforma de comunicação tecnológica, é a simplicidade”, disse Brian Ott, professor da Texas Tech University, nos Estados Unidos, e autor do livro *The Twitter Presidency: Donald J. Trump and the politics of white rage* (A Presidência do Twitter: Donald J. Trump e a política da fúria branca). “O Twitter, portanto, não é eficiente para compartilhar ideias complexas ou sofisticadas, mensagens bem fundamentadas”.

PUBLICIDADE

“QUE NINGUÉM SE ILUDA: BOLSONARO ATACA A IMPRENSA PARA ENFRAQUECER A DEMOCRACIA E GANHAR MAIS ESPAÇO PARA SEU ESTILO DE PODER’, AFIRMOU EUGÊNIO BUCCI, PROFESSOR DA USP

O uso do Twitter como palanque eleitoral, canal de comunicação oficial da Presidência e tribunal da oposição e da imprensa propõe desafios urgentes para a política e também para o jornalismo profissional. Como cobrir o Twitter presidencial?

As declarações limitadas a 280 caracteres têm o mesmo valor noticioso que comunicados oficiais e declarações colhidas por repórteres em entrevistas coletivas? Como impedir que a enxurrada de tuítes presidenciais sobre “ideologia” ou o comportamento carnavalesco sequestre o debate público e represe discussões de fato importantes? O esvaziamento do papel mediador da imprensa enfraquece a democracia?

O jornalista Eugênio Bucci, professor de ética na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e autor

do livro O Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular, suspeita que Bolsonaro e seu Twitter estejam a inaugurar uma nova forma de bonapartismo, uma espécie de despotismo que se apoia na depauperação das instituições democráticas.

“O bonapartismo atropela as mediações próprias do regime democrático. A mediação entre o governo e a população é um mecanismo próprio da esfera pública que está sendo esvaziado por esses ataques ao jornalismo profissional”, disse Bucci.

O conceito de bonapartismo foi formulado por Karl Marx (1818-1883) depois do golpe do presidente francês Luís Bonaparte (1808-1873), sobrinho de Napoleão, que em 1851 dissolveu a Assembleia Legislativa. Bonaparte se elegera em 1848 e, uma vez no Palácio do Eliseu, passou a agir como representante direto dos camponeses descontentes que o elegeram e investiu contra o Poder Legislativo com o apoio da Guarda Nacional, que ele transformou em sua milícia particular.

O Twitter, para Bucci, é apenas um “detalhe tecnológico” que permite a Bolsonaro desidratar a imprensa e, em consequência, o regime democrático. “Bolsonaro realizou o sonho de Luís Bonaparte: ele se apresenta como uma figura supostamente forte e carismática que encarna as demandas das massas, disciplina a sociedade e dá uma banana para os outros Poderes da República”, afirmou. “O Twitter é apenas uma plataforma tecnológica que potencializa uma forma de poder que, em muitos sentidos, é antidemocrática”.

[PUBLICIDADE](#)



A agressividade digital do vereador Carlos Bolsonaro (PSL-RJ) atingiu, além da imprensa, também aliados do governo. Foto: Marcelo Régua / Agência O Globo

Camilo Aggio, professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), prefere outro conceito para explicar a transformação do Twitter em arma contra a imprensa: “desintermediação”.

A ascensão de líderes populistas, como Bolsonaro e Trump, se insere numa crise das instituições mediadoras do regime democrático, como os parlamentos e os tribunais, mas também da imprensa e das universidades, responsáveis por fomentar a reflexão e buscar a verdade. “Hoje um contingente significativo de pessoas desconfia dos especialistas, das opiniões qualificadas”, disse Aggio.

Bolsonaro e Trump se aproveitam da erosão das instâncias mediadoras para oferecer ao público uma narrativa que, segundo eles, não vem contaminada pelos interesses das elites. “Líderes populistas justificam a comunicação direta com o povo pelas redes sociais afirmando transmitir uma mensagem genuína, não distorcida pela intervenção da imprensa, que faz parte do ‘sistema’”, afirmou Aggio.

A internet contribuiu para o processo de desintermediação ao oferecer a políticos, empresas e movimentos sociais um canal de comunicação direta com o público. Nos tempos pré-redes sociais, um presidente ou um CEO que quisesse fazer anúncios de interesse público concederia uma entrevista, exclusiva ou coletiva, e seria questionado por repórteres. No Twitter é possível simplesmente fazer um anúncio em

280 caracteres sem se preocupar com um jornalista profissional apontando uma contradição e exigindo esclarecimentos.

“Toda fonte que fala com um jornalista tem um interesse, legítimo ou escuso, e cabe a ele, que zela pelo interesse público, contestar, contextualizar e checar informações. No Twitter não existe essa mediação, o que é uma perda para a sociedade”, afirmou Marcela Donini, especialista em jornalismo digital e co-fundadora da Farol Jornalismo, iniciativa que pesquisa tendências no mercado jornalístico. “Para que a democracia funcione, os cidadãos precisam estar bem informados. Hoje há várias fontes de informação, algumas confiáveis, outras não. A imprensa tem seus problemas, mas trabalha para o interesse público e é um ator fundamental numa democracia”.

PUBLICIDADE

“A ASCENSÃO DE LÍDERES POPULISTAS SE INSERE NUMA CRISE DAS INSTITUIÇÕES MEDIADORAS DO REGIME DEMOCRÁTICO, ENTRE ELAS A IMPRENSA E A UNIVERSIDADE, RESPONSÁVEIS POR FOMENTAR A REFLEXÃO”, DISSE CAMILO AGGIO, DA UFMG

A substituição das ruidosas coletivas de imprensa por tuítes peremptórios altera de algum modo o método jornalístico?

Roberto Dias, secretário de Redação do jornal Folha de S.Paulo, defendeu que os critérios de noticiabilidade usados são os mesmos para tudo que o presidente fala, no Twitter ou na rampa do Palácio do Planalto — embora permaneça a dúvida se o autor dos tuítes presidenciais é o próprio Bolsonaro ou seu filho Carlos. “O Twitter é o meio que o presidente escolheu para se comunicar. Podemos discutir se foi uma escolha inteligente ou se é um tiro no pé, mas é uma escolha legítima”, afirmou Dias. “Nós lemos tudo que Bolsonaro publica no Twitter e fazemos uma avaliação jornalística para ver o que é notícia. O que o presidente fala não pode ser ignorado. Os critérios são os mesmos usados para declarações dadas fora das redes sociais. Se ele declarar guerra a um país pelo Twitter, é manchete do jornal”.

Estudiosos afirmam que a imprensa precisa estar atenta às artimanhas do presidente e de seu entorno, que pautam discussões sobre vestuário infantil e escatologias carnavalescas em vez de debater reformas ou as gravíssimas acusações que rondam a família Bolsonaro.

“O presidente tem poder para pautar a imprensa por meio de seu Twitter. Aquele tuíte do golden shower foi um golden tuíte, porque, em vez de falar sobre a ligação da família Bolsonaro com milícias e laranjas, a imprensa ficou falando sobre um vídeo pornográfico”, disse Aggio.

Donini sustenta que a imprensa não pode se eximir de noticiar o Twitter presidencial, mas deve fazê-lo sem “entrar no jogo de esquerda contra direita” incentivado pelos bolsonaristas. “A imprensa precisa mostrar às pessoas como nosso trabalho impacta o cotidiano delas, que nosso norte é o interesse público. Para isso, precisamos inundar as redes das pessoas com outro tipo de conteúdo, com debate qualificado”, defendeu.

PUBLICIDADE

Além de lançar um olhar crítico sobre as redes sociais do presidente, a imprensa deve, na opinião de Bucci, dar uma “resposta institucional” aos ataques que tem recebido.

“É inaceitável que o presidente desça de sua cadeira para vir chutar canela de repórter. Não adianta as empresas jornalísticas soltarem notas quando são chamadas de inimigas do povo. A imprensa precisa especificar as agressões que tem sofrido e deixar claro que não pode e não vai jogar esse jogo. É preciso apontar que o presidente gasta boa parte de seus dias trabalhando para destruir a reputação e o negócio da imprensa. Que ninguém se iluda: ele ataca a imprensa para enfraquecer a democracia e ganhar mais espaço para seu estilo de poder”, afirmou Bucci.

Ele lembrou ainda que, antes de Trump, outros líderes tentaram deslegitimar a imprensa para consolidar um novo tipo de despotismo. Um deles foi Hugo Chávez (1954-2013), presidente da Venezuela, símbolo de tudo que Bolsonaro diz combater, mas cujo tratamento dado à imprensa ele parece querer imitar.