

## 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.