

Cinthia Maria Lages Neves

**“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de  
noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente  
Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter**



Porto

2022



Cynthia Maria Lages Neves

**“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de  
noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente  
Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter**

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2022



© 2022

Cynthia Maria Lages Neves


TODOS OS DIREITOS RESERVADOS



*“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter*

Cynthia Maria Lages Neves

**“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter**

Documento assinado digitalmente  
 CINTHIA MARIA LAGES NEVES  
Data: 26/10/2022 19:29:18-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

---

Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Jornalismo, sob orientação do Prof. Doutor Jorge Pedro Sousa.



You may shoot me with your words,  
You may cut me with your eyes,  
You may kill me with your hatefulness,  
But still, like air, I'll rise  
(Maya Angelou)



## Resumo

A migração da comunicação política para as redes sociais, ambiente da nova Esfera Pública, impõe o desafio de contribuir para uma governança mais democrática. Este estudo parte do seguinte problema: o bloqueio de jornalistas das contas oficiais em redes sociais de agentes públicos como prática censória a limitar o acesso à informação pelos profissionais de imprensa, meios de comunicação e perfis críticos. Para esta pesquisa foi selecionada a conta oficial do Twitter do presidente da República Federativa do Brasil, Jair Bolsonaro. O perfil @jairbolsonaro é o principal canal de comunicação do governo, tendo colocado o líder brasileiro entre os mais influentes da América Latina, graças à visibilidade alcançada na rede social. Assim, o **objetivo geral** é analisar a dinâmica comunicativa do Presidente Jair Bolsonaro no Twitter, ponderando até que ponto o bloqueio de jornalistas no acesso à conta presidencial desrespeita a liberdade de expressão e os direitos profissionais dos jornalistas, tendo em conta a Constituição, as leis, a ética e o relacionamento que outros Presidentes eleitos tiveram com a imprensa. Como **objetivos específicos** delimitamos: a) compreender o conceito de Comunicação Pública e Comunicação Política; b) entender como a internet alterou a forma de fazer comunicação política a partir da modificação do papel dos atores envolvidos; c) observar as limitações de acesso ao perfil do presidente no Twitter e como isso se insere no ambiente de novas práticas de censura ao exercício da atividade jornalística e a violência contra seus profissionais; d) analisar as postagens realizadas pelo presidente Jair Bolsonaro no Twitter, de 1º de julho a 1º de novembro de 2021 (esse período soma 153 dias), a partir do potencial de noticiabilidade (Traquina, 2005) e da categorização dos indicadores de comportamento autoritário apresentados por Levitsky & Ziblath (2018). A análise teve como suporte uma pesquisa teórica que incluiu conceitos de comunicação política, esfera pública, mídias sociais, democracia e deliberação on line. O ato do bloqueio a jornalistas vale-se de um vácuo na legislação brasileira sobre a gestão das redes ditigais da Presidência da República. Neste sentido, realizamos uma pesquisa documental recolhendo os 505 tweets do período estipulado e para análise desses dados utilizamos a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977). Assim, definimos as seguintes categorias: crítica; imprensa; política internacional; reconhecimento; divulgação de governo; autopromoção; polêmica; família/povo; outros para mapeamento e análise dos dados. Verificamos durante a pesquisa que 254 publicações, o que representa 50,04% dos tweets da conta presidencial no período estudado, são de divulgação de ações governamentais. Esses posts ressaltam anúncios de nomes que passam a integrar o governo ou obras realizadas, informações sobre obras, leilões de estatais, anúncio de medidas como redução de impostos, lançamento de programas e projetos governamentais. Isso mostra que o perfil do presidente é utilizado como um meio de divulgação institucional. Assim, o impedimento de acesso aos profissionais de imprensa a conta presidencial contribui para o cenário de desinformação difundido fortemente no ciberespaço e está associado ao cenário de aumento de violência contra jornalistas no Brasil, fenômeno que deixa em alerta entidades internacionais de defesa dos direitos dos jornalistas. A liberdade de imprensa é um dos pilares da Democracia. A negação a esse preceito básico na esfera pública é interpretada como uma forma de autoritarismo.

**Palavras-chave:** Liberdade de deimprensa; Comunicação política; Twitter.

## Abstract

The migration of political communication to social networks, the environment of the new Public Sphere, imposes the challenge of contributing to a more democratic governance. This study starts from the following problem: blocking journalists from official accounts on social networks of public agents as a censorship practice to limit access to information by press professionals, media and critical profiles. For this research, the official Twitter account of the President of the Federative Republic of Brazil, Jair Bolsonaro, was selected. The @jairbolsonaro profile is the government's main communication channel, having placed the Brazilian leader among the most influential in Latin America, thanks to the visibility achieved on the social network. For this reason, the **general objective** is to analyze the communicative dynamics of President Jair Bolsonaro on Twitter, considering the extent to which blocking journalists from accessing the presidential account disrespects freedom of expression and the professional rights of journalists, taking into account the Constitution, the laws, ethics and the relationship that other Presidents-elect had with the press. As **specific objectives** we delimit: a) understand the concept of Public Communication and Political Communication; b) understand how the internet has changed the way of doing political communication by changing the role of the actors involved; c) to observe the limitations of access to the president's profile on Twitter and how this fits into the environment of new practices of censorship in the exercise of journalistic activity and violence against its professionals; d) analyze the posts made by President Jair Bolsonaro on Twitter, from July 1st to November 1st, 2021 (this period adds up to 153 days), based on the potential for newsworthiness (Traquina, 2005) and the categorization of the indicators of authoritarian behavior presented by Levitsky & Ziblato (2018). The analysis was supported by a theoretical research that included concepts of political communication, public sphere, social media, democracy and online deliberation. The act of blocking journalists makes use of a vacuum in Brazilian legislation on the management of digital networks of the Presidency of the Republic. In this sense, we carried out a documentary research collecting the 505 tweets of the stipulated period and for the analysis of these data we used Content Analysis (Bardin, 1977). Therefore, we defined the following categories: criticism; press; international politics; recognition; government disclosure; self-promotion; controversy; family/people; others for mapping and data analysis. During the research, we verified that 254 publications, which represents 50.04% of the tweets of the presidential account in the studied period, are about government actions. These posts highlight announcements of names that become part of the government or works carried out, information about works, state-owned auctions, announcement of measures such as tax reductions, launch of government programs and projects. This shows that the president's profile is used as a means of institutional dissemination. For this reason, the impediment of access to press professionals to the presidential account contributes to the scenario of disinformation that is widely disseminated in cyberspace and is associated with the scenario of increased violence against journalists in Brazil, a phenomenon that raises awareness of international organizations for the defense of the rights of journalists. Freedom of the press is one of the pillars of Democracy. The denial of this basic precept in the public sphere is interpreted as a form of authoritarianism.

**Key-words:** Freedom of the press; Political communication; Twitter.

## Resumen

La migración de la comunicación política a las redes sociales, ámbito de la nueva Esfera Pública, impone el desafío de contribuir a una gobernabilidad más democrática. Este estudio parte del siguiente problema: el bloqueo de periodistas de cuentas oficiales en redes sociales de agentes públicos como práctica de censura para limitar el acceso a la información por parte de profesionales de la prensa, medios y perfiles críticos. Para esta investigación se seleccionó la cuenta oficial de Twitter del presidente de la República Federativa de Brasil, Jair Bolsonaro. El perfil de @jairbolsonaro es el principal canal de comunicación del gobierno, habiendo colocado al mandatario brasileño entre los más influyentes de América Latina, gracias a la visibilidad lograda en la red social. Así, el **objetivo general** es analizar la dinámica comunicativa del presidente Jair Bolsonaro en Twitter, considerando en qué medida el bloqueo de acceso a la cuenta presidencial a los periodistas es un irrespeto a la libertad de expresión y a los derechos profesionales de los periodistas, teniendo en cuenta la Constitución, las leyes, la ética y la relación que otros presidentes electos tenían con la prensa. Como **objetivos específicos** delimitamos: a) comprender el concepto de Comunicación Pública y Comunicación Política; b) comprender cómo internet ha cambiado la forma de hacer comunicación política al cambiar el rol de los actores involucrados; c) observar las limitaciones de acceso al perfil del presidente en Twitter y cómo éste se inserta en el entorno de nuevas prácticas de censura en el ejercicio de la actividad periodística y de violencia contra sus profesionales; d) analizar las publicaciones realizadas por el presidente Jair Bolsonaro en Twitter, del 1 de julio al 1 de noviembre de 2021 (este período suma 153 días), con base en el potencial de noticiabilidad (Traquina, 2005) y la categorización de los indicadores de autoritarismo. comportamiento presentado por Levitsky & Ziblat (2018). El análisis se apoyó en una investigación teórica que incluyó conceptos de comunicación política, esfera pública, redes sociales, democracia y deliberación en línea. El acto de bloqueo de periodistas aprovecha un vacío en la legislación brasileña sobre la gestión de las redes digitales de la Presidencia de la República. En este sentido, realizamos una investigación documental recogiendo los 505 tuits del periodo estipulado y para el análisis de estos datos utilizamos el Análisis de Contenido (Bardin, 1977). Así, definimos las siguientes categorías: crítica; prensa; Política internacional; reconocimiento; divulgación del gobierno; auto promoción; controversia; familia/personas; otros para mapeo y análisis de datos. Durante la investigación verificamos que 254 publicaciones, lo que representa el 50,04% de los tuits de la cuenta presidencial en el período estudiado, son sobre acciones de gobierno. Estas publicaciones destacan anuncios de nombres que pasan a formar parte del gobierno u obras realizadas, información sobre obras, subastas estatales, anuncios de medidas como reducción de impuestos, lanzamiento de programas y proyectos gubernamentales. Esto demuestra que el perfil del presidente es utilizado como medio de difusión institucional. Así, el impedimento de acceso de los profesionales de la prensa a la cuenta presidencial contribuye al escenario de desinformación que se difunde ampliamente en el ciberespacio y se asocia al escenario de aumento de la violencia contra los periodistas en Brasil, fenómeno que sensibiliza a los organismos internacionales de defensa de los derechos de los periodistas. La libertad de prensa es uno de los pilares de la democracia. La negación de este precepto básico en la esfera pública se interpreta como una forma de autoritarismo.

**Palabras claves:** Libertad de prensa; Comunicación política; Twitter.



Ao meu pai, Áureo, por me mostrar que a vida  
só faz sentido se buscarmos aprender;  
Ao Maurício, Samuel e Cinthia,  
pois sem vocês eu nada seria!



## **Agradecimentos**

Agradeço ao meu orientador, o Professor doutor Jorge Pedro Sousa, por todo apoio e incentivo ao longo dessa jornada. Sou grata, ainda, às Professoras doutoras Jacqueline Dourado, pelo incentivo, e Michelly Carvalho pela ajuda e apoio nos momentos mais difíceis dessa jornada. Todas as palavras de estímulo foram fundamentais. Gratidão!



## Sumário

Introdução.....	22
Capítulo I - Comunicação Pública e Política.....	30
1.1 A Comunicação Pública do Brasil: da censura às garantias de liberdade de expressão .....	32
1.2 Comunicação Política e o debate público.....	37
1.3 Comunicação Política e os meios de comunicação .....	39
Capítulo II – Comunicação, Redes Sociais e Política .....	44
2.1 . Sociedade Conectada.....	44
2.2 Redes Sociais :uma nova forma de comunicar.....	46
2.3 O exemplo da pandemia : informação x desinformação .....	48
2.4 A Arena Política nas redes sociais.....	51
2.5 O fator Twitter.....	53
Capítulo III - A dificuldade de acesso às fontes no Brasil .....	60
3.1 Ambiente hostil para imprensa .....	60
3.2 A luta por informações no governo Bolsonaro.....	69
3.3 O Tweetverso @bolsonaro .....	72
3.4 No Twitter, jornalistas não são bem-vindos!.....	81
Capítulo IV - Desenho da Pesquisa.....	96
4.1 Etapas da Pesquisa.....	96
4.1.1 Descrição detalhada da Análise de Conteúdo .....	99
Capítulo V - Descrição e Análise dos Dados .....	104
5.1 Síntese dos dados coletados.....	104
5.2 Análise por categoria.....	105
5.2.1 Divulgação de governo.....	106
Conclusão .....	126
Bibliografia.....	132

## Índice de gráficos

Gráfico 1 – Tipos de Agressão .....	62
Gráfico 2 - Crescimento de seguidores do Presidente Jair Bolsonaro no Twitter.....	74

## Índice de figuras

Figura 1 - Ilustração de cartilha distribuída nas escolas .....	33
Figura 2 - Twitter Patrícia Campos Mello sobre o caso .....	65
Figura 3 - Acompanhamento no hospital durante campanha .....	77
Figura 4 - Post direto do hospital .....	78
Figura 5 – Outro post do hospital .....	78
Figura 6 - Bloqueio Repórter Sem Fronteiras .....	82
Figura 7 - Bloqueio Leandro Demori .....	84
Figura 8 – Denúncia de bloqueio de Thiago Viana .....	85
Figura 9 - Mapa mental dos conceitos utilizados .....	97
Figura 10 - Descrição gráfica das fases do trabalho .....	99
Figura 11 - Twitter nomeação de ministros .....	106
Figura 12 - Compra de vacinas .....	107
Figura 13 - Envio de vacinas .....	107
Figura 14 – Motociata .....	108
Figura 15 - Bolsonaro no Google .....	108
Figura 16 - Convite para o Telegram .....	109
Figura 17 - Outro convite para o Telegram .....	110
Figura 18 - Mais chamada para o Telegram .....	111
Figura 19 - Anúncio de provas sobre supostas fraude na eleição de 2018 .....	112
Figura 20 - Supostos documentos provam fraude nas eleições .....	112
Figura 21 - Post de vídeo com jornalistas “Amazônia e a cobiça de sempre” .....	113
Figura 22 - Vídeo de participação na conferência da ONU .....	114
Figura 23 – Sobre ministros do STF .....	115
Figura 24 - Impeachment Alexandre de Moraes .....	115
Figura 25 - Crítica aos ministros do STF sobre auditoria em urnas eletrônicas .....	116
Figura 26 - Bolsonaro testa negativo para Covid19 .....	118
Figura 27 - Post em homenagem ao pai, no dia dos pais .....	119
Figura 28 – Post sobre prisão de ex-presidente da Bolívia .....	120
Figura 29 - Críticas a oponentes políticos .....	123
Figura 30 - Vídeo com críticas a oponente político e imprensa .....	123
Figura 31 - Crítica a manifestantes em Nova York .....	124
Figura 32 - Crítica à imprensa e adversários .....	125

## Índice das tabelas

Tabela 1 - Descrição das categorias de análise .....	102
Tabela 2 - Percentual por categoria .....	104
Tabela 3 - Indicadores de autoritarismo .....	121

## **Introdução**

O advento da Internet mudou para sempre a comunicação no mundo. Uma data significativa para marcar o começo dessa história é o registro do dia 29 de outubro de 1969, quando o estudante Douglas Engelbart, do Stanford Research Institute, na Califórnia, recebeu em seu computador, uma mensagem enviada pelos colegas da Universidade da Califórnia, Leonard Kleinrock, e Charley Kline. Estava oficialmente criado o sistema de transmissão de dados *host to host* popularmente conhecido como e-mail, abreviatura de electronic mail (Rosa, 2012)

A partir daí, o avanço das tecnologias que começou a se desenvolver antes daquela primeira troca de mensagens entre indivíduos intensificou-se ao ponto de criar redes abertas de conexões, que podem incluir um número ilimitado de receptores permitindo interação entre eles. Inseridos nas redes sociais estão os aplicativos de relacionamento, plataformas que estabeleceram padrões de relacionamento mediados dentro do ambiente da web e que reformularam a dinâmica econômica e social que tornou possível uma ferramenta de diálogo dentro de um ecossistema midiático com o poder de disseminar mais rapidamente as informações (Castells, 1999; Recuero 2005; Lanza & Fidel, 2011).

A metamorfose social, expressão utilizada por Beck (2016), define o processo de profunda mudança pelo qual vem passando o mundo, afeta o processo comunicacional e as relações entre todos os atores dos atos comunicativos. O novo ecossistema de informação empoderou os atores políticos que já se relacionavam com os meios de comunicação através da mídia e que estavam condicionados ao controle dos agentes do sistema midiático através da decodificação das mensagens.

Cada vez mais assíduos no ambiente virtual, esses atores - fundamentais no ambiente do debate público - foram transpostos para o universo virtual em uma dinâmica que os leva a assumir o controle do processo de emissão de mensagens em todas as suas etapas do ato comunicativo, utilizando-se de novas habilidades exigidas pelas ferramentas tecnológicas (Habermas, 2008).

Na internet, o empoderamento dos atores políticos que se tornaram emissores no processo da comunicação política afetou o jornalismo (Diário de Notícias, 2019). Se na produção da notícia para os media tradicionais, Jornal, Rádio, Televisão, o jornalista desempenha o papel de mediador da mensagem cabendo a ele, a “seleção e codificação assente em valores jornalísticos” (Canavilhas, 2005), na rede social, a capacidade de persuasão é potencializada pela ausência de filtros ou de formatos que condicionam o fazer jornalístico.

Os meios de comunicação foram determinantes para inserir maior participação na discussão de temas de interesse público, antes restrita a espaços físicos que delineavam a esfera pública, e onde ocorria a troca de informações e a construção da opinião pública Habermas (1994). Atualizando seus estudos, o pensador alemão defendeu espaços digitais que abrigam o debate pública, como uma das dimensões da nova esfera pública (Habermas 2008). Outros estudiosos analisam a quebra do monopólio da informação política como como instrumento para aprimorar a gestão pública, na medida em que o debate público envolve o emissor da mensagem (agentes da esfera política) e o receptor (imprensa, cidadão) (Canavilhas, 2014; Lemos & Levy, 2020).

O conceito de Ciberdemocracia, contribuição de Lemos & Lévy (2010), é um convite à discussão sobre o efeito positivo para a gestão democrática em um espaço público de mediação, resultado do debate livre e participativo, descentralizado e não limitado geograficamente. Os autores apontam que o diálogo direto entre governantes e cidadãos, através dos novos dispositivos utilizados pelos atores políticos, aumenta a percepção de participação cívica de grupos que não se sentem atraídos pela mensagem política por se sentirem excluídos do debate (Pariser, 2011; Recuero, 2017)

O uso das redes sociais como novo modelo de governança democrática prescindiria, no entanto, da inclusão desses segmentos em ambiente de livre debate e da concessão dos atores políticos, em promover a interação através das plataformas. No entanto, estudos recentes (Bentivegna, 2016) alertam para a ocupação dos espaços virtuais desses agentes

prioritariamente para a transmissão de mensagens, sem aceitar o contraditório, desestimulando a circulação de informações e a discussão dos temas de interesse de todos. Ignorar ou vedar a participação dos demais atores da esfera pública, apenas porque eles pensam de forma diferente, criam o que Recuero et alii.,2017 conceituam como “filtro-bolha”, constituídos por ambiente em que as mesmas ideias são replicadas, sem que existam abertura para “o debate político e a construção da opinião pública” (p.2)

No Brasil, o atual presidente, Jair Messias Bolsonaro, fez das redes sociais o centro da estratégia da comunicação de governo, tendo sido um dos primeiros a apostar no ambiente digital para a difusão de informações relacionadas à sua atuação no Parlamento e, sobretudo, fomentar o discurso recheado de pautas ideológicas e de costumes que logo atraíram a atenção dos internautas. Na eleição presidencial de 2018, quando elegeu-se com mais de 57 milhões de votos, derrotando o petista Fernando Haddad, as redes sociais mantidas por ele, no Facebook, Instagram, Twitter e Youtube foram definitivas para a campanha do político brasileiro (Carreira & Matos, 2019).

A opção de Jair Bolsonaro pelas redes sociais como mecanismo de comunicação oficial foi evidenciada após a eleição quando o presidente eleito utilizou sua conta na rede social Facebook, que contava com oito milhões de seguidores, para o discurso da vitória (Higaldo, 2018). Foi a primeira vez que um presidente se dirigiu à Nação via rede social, após o resultado das urnas. “A transmissão ao vivo foi acompanhada por 330 mil pessoas, porém após a primeira hora, somava dois milhões de reproduções e 350 mil comentários” (Hidalgo, 2018). Ele repetiu a escolha do discurso proferido por conta da Solenidade de Diplomação<sup>1</sup> no cargo de presidente da República. As novas tecnologias mereceram destaque em um trecho onde Bolsonaro mandava um recado sobre a forma como iria se comunicar com os brasileiros.

As eleições de outubro revelaram uma realidade distinta das práticas do passado. O poder popular não precisa mais de intermediação. As novas tecnologias permitiram uma eleição direta entre o eleitor e seus representantes. Esse novo ambiente, a crença na liberdade, é a

---

<sup>1</sup> Twitter. *Discurso de Diplomação Jair Bolsonaro*. Disponível em: <[https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1072306217190649856?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1072306217190649856?ref_src=twsrc%5Etfw)> [Consultado em 03/09/2022]

melhor garantia dos ideais que balizam a nossa Constituição (Bolsonaro,2018, *s/p, cit. in BCW, 2022*)<sup>2</sup>

Transcorridos quase quatro anos de governo, o líder brasileiro tornou-se o político nacional com o maior número de seguidores nas plataformas digitais. Ao completar 100 dias no comando do país, Jair Bolsonaro conquistou o status de líder mais influente do mundo do Facebook, conforme ranking da Agência de Comunicação Burson Cohn & Wolfe (BCW). Atualmente, conta com 49,2 milhões de seguidores nas quatro redes que opera (Yahya, 2022).

Ao mesmo tempo em que transformou as redes sociais em ferramenta de comunicação institucional, em detrimento dos meios de comunicação tradicionais, Bolsonaro intensificou discursos estigmatizantes na tentativa de desqualificar os profissionais de imprensa e os meios de comunicação, acusando-os de propagar informações falsas e serem corrompidas. Nos discursos contra a mídia, Jair Bolsonaro adota o tom jocoso e dá visibilidade a perfis não jornalísticos como os verdadeiros emissores de notícias. As redes do presidente foram convertidas em um espaço de violência verbal que propõe o jornalismo como antagonista do seu governo e da pessoa do presidente (Saliés & Franco, 2021; Carreira e Matos, 2019). Tudo isso, replicado pelos apoiadores em uma escala gigantesca que cria, no país, na onda anti-imprensa, que tem resultado em atos de violência contra os profissionais e os meios de comunicação.

Na Presidência, a rede social Twitter ganhou impulso convertendo-se no o canal preferencial para divulgar informações oficiais sobre governança, bem como opiniões do presidente sobre temas de interesse público. Na conta presidencial @jairbolsonaro, o líder brasileiro anunciou nomeações e demissões dos ministros (Saconi, 2018), a chegada de vacinas para a Covid19 e decisões que envolvem governança. O microblog também é o canal de divulgação dos comentários sobre adversários políticos, opiniões sobre temas da atualidade e decisões que tomou ou pretende tomar. Acompanhar a conta de Twitter do presidente tornou-se pauta obrigatória para os profissionais brasileiros e correspondentes

---

<sup>2</sup> Tradução livre da autora. No original “Our latest Twiplomacy study confirms that even among political figures who easily attract the attention of the public in social media, a paid strategy is still essential to secure reach and make a serious impact” ((Bolsonaro,2018, *s/p, cit. in BCW, 2022*).

internacionais que atuam na cobertura política. O espaço virtual do chefe do Poder Executivo é a fonte oficial de informações vindas do representante máximo dos brasileiros.

O presente estudo parte da seguinte problemática: o perfil presidencial na rede Twitter tem bloqueado com frequência jornalistas e seguidores críticos. Partimos da **hipótese** de que tal perfil constitui um canal de informação das ações do governo brasileiro, sendo assim, matéria de interesse público e de transparência da governança, por isso, os jornalistas devem ter acesso ao mesmo. Para testar nossa hipótese temos como **objetivo geral**: analisar a dinâmica comunicativa do Presidente Jair Bolsonaro no Twitter, ponderando até que ponto o bloqueio de jornalistas no acesso à conta presidencial desrespeita a liberdade de expressão e os direitos profissionais dos jornalistas, tendo em conta a Constituição, as leis, a ética e o relacionamento que outros Presidentes eleitos tiveram com a imprensa. Como **objetivos específicos** delimitamos: a) compreender o conceito de Comunicação Pública e Comunicação Política; b) entender como a internet alterou a forma de fazer comunicação política a partir da modificação do papel dos atores envolvidos; c) observar as limitações de acesso ao perfil do presidente no Twitter e como isso se insere no ambiente de novas práticas de censura ao exercício da atividade jornalística e a violência contra seus profissionais; d) analisar as postagens realizadas pelo presidente Jair Bolsonaro no Twitter, de 1º de julho a 1º de novembro de 2021 (esse período soma 153 dias), a partir do potencial de noticiabilidade (Traquina, 2005) e da categorização dos indicadores de comportamento autoritário apresentados por Levitsky & Ziblat (2018).

Para cumprir os objetivos da presente pesquisa desenvolvemos o trabalho da seguinte maneira:

1. Realizamos uma extensa pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema do trabalho e os atravessamentos teóricos delimitados para o mesmo.
2. Coletamos os tweets do perfil @jairbolsonaro por meio do aplicativo *Twitonomy*, no período de 1º de julho de 2021 a 1º de novembro do mesmo ano, totalizando 505 publicações.
3. Classificamos e analisamos o corpus da pesquisa por meio da técnica da Análise de Conteúdo Bardin (1977). A categorização foi feita a partir do potencial de noticiabilidade (Traquina, 2005) de cada tweet a partir das variáveis que elaboramos, são elas: crítica; imprensa; política internacional; religião;

reconhecimento; divulgação de governo; autopromoção; polêmica; família/povo; outros. Em seguida verificamos se os tweets do presidente se encaixavam nas categorias desenvolvidas por Levitsky e Ziblatt (2018) em relação a comportamentos autoritários.

Para fundamentar a pesquisa partimos de investigações que trazem os números crescentes dos bloqueios. A Associação Nacional de Jornalismo Investigativo (Abraji) identificou 315 bloqueios de jornalistas feitos por perfis de políticos e demais autoridades ligadas ao governo federal e oito contra veículos de comunicação entre janeiro de 2019 e agosto de 2022 (Abraji, 2022). Desse total, 176 foram feitos pelo presidente brasileiro, que é a autoridade que mais impede o acesso de seguidores, dentre os quais estão ativistas, cientistas, parlamentares e, em maior número, jornalistas (Human Rights Watch, 2021).

É relevante também ressaltar que os atos que impedem o acesso de jornalistas a conta presidencial e de autoridades ligadas ao governo federal ocorrem em um cenário de aumento considerável da violência contra jornalistas no Brasil, seja através de violência física ou no ambiente virtual, como revela o Relatório do Monitoramento de Ataques a Jornalistas no Brasil (Abraji, 2021). O estudo relatou 541 casos de violência contra profissionais de imprensa, em 2021, o que representa um crescimento de 29% em relação ao ano anterior, e 248,5% se comparado ao ano de 2019. Os principais agressores são agentes estatais, sendo o presidente Jair Bolsonaro responsável por 89 ataques no último ano, quase 20% do total de ataques identificados na pesquisa.

Associações que representam os jornalistas atribuem o crescimento da violência aos profissionais da comunicação ao discurso anti-imprensa replicado nas redes sociais do presidente e em demais espaços de expressão do chefe de estado, como entrevistas coletivas, conferências e encontros com apoiadores (Abraji, 2021; Relatório Sombra, 2021).

O debate sobre a prática de um governantes bloquear <sup>3</sup>seguidores nas redes sociais ocorre tanto no âmbito Jurídico quanto da Comunicação e versa sobre o uso das redes sociais por atores políticos e o papel das contas oficiais como arena pública para a governança democrática. Este estudo busca trazer alguns desses questionamentos que aparecem tanto nas ações judiciais quanto nos estudos científicos que abordam o tema . Para tal, utiliza como aporte teórico conceitos de Comunicação Política (Canavilhas, 2004). Esfera Pública (Arendt,1958/2007; Habermas, 1984; 2008). Democracia (Bobbio,1997; Levitsky e Ziblatt, 2018); Ciberdemocracia; Deliberação on line (Lévy,1999; Bentivegna, 2016; Lemos & Lévy, 2010).

Efetuamos a leitura e análise de documentos referentes às decisões de ações judiciais ajuizadas por seguidores do perfil que sentiram-se violados em seu direito de prática da atividade jornalística. Os processos tramitam no Supremo Tribunal Federal (Carvalho, *et alii*, 2019; Aras, 2021; Rocha, C.L.,2021; Marques, 2021, Viana, 2019), Corte máxima do país, onde são julgados as ações que envolvem o presidente da República, no exercício do cargo. O STF ainda não formou jurisprudência acerca do tema envolvendo bloqueios feitos por autoridades em seus perfis de redes sociais (Assis, 2022).

Neste sentido, o presente estudo inicia com um capítulo sobre comunicação pública e política, onde apresentamos questões relacionadas a comunicação pública do país, a relação entre a comunicação política e o debate público e, por fim, os meandros da comunicação política em relação aos meios de comunicação. Já o segundo capítulo traz um apanhado sobre a sociedade conectada, o surgimento das redes sociais, a desinformação, especialmente no período pandêmico, como se dá a arena política no espaço virtual das redes sociais e apresentamos a questão da rede social Twitter e a presença do presidente Jair Bolsonaro nela. No capítulo terceiro apresentamos o trabalho dos jornalistas em meio ao ambiente hostil do governo Bolsonaro e a questão do bloqueio a jornalistas no Twitter. Em seguida, trazemos o capítulo metodológico do trabalho em que abordamos as etapas do presente trabalho de pesquisa e as variáveis de investigação. Foram

---

<sup>3</sup> Conforme a plataforma oficial do Twitter bloquear “(...) é uma função que ajuda a controlar como você interage com outras contas no Twitter. Esta função ajuda os usuários a impedir que contas específicas possam contatá-los, segui-los e ver seus Tweets” (Twitter, 2022). Já silenciar é uma “função que permite a você remover os Tweets de uma conta de sua timeline sem deixar de seguir ou sem ter de bloquear a conta. As contas silenciadas não saberão que foram silenciadas[...]” (Twitter, 2022).

“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter

inseridos no capítulo que se segue, dados da pesquisa e os resultados obtidos. Por fim, apresentamos as conclusões do trabalho e as referências bibliográficas utilizadas.

## Capítulo I - Comunicação Pública e Política

Antes de tratar de comunicação pública, buscou-se compreender as definições das duas palavras que compõem a expressão. Comunicar vem do latim *communis*, que relaciona a ideia de comunidade, participação, união (Dicionário Etimológico, 2008-2022). Comunicar é compartilhar, tornar comum (Dicionário Michaelis Comunicação, s/d). Comunicação é o ato ou efeito de comunicar-se envolvendo o emissor e receptor, a transmissão e o conteúdo da mensagem.

O ato comunicativo é precedido de uma intenção de obter algum tipo de colaboração social, a mensagem contínua é transmitida por meio tecnológico e utiliza-se de um código. Torna-se verdadeira quando é entendida ou interpretada pelo receptor, o que configura a interação e a formação das relações interpessoais para a tomada de decisões (Santaella & Nöth, 2004; Martino & Marques, 2015; Levy, 1998). Dessa forma, a comunicação, ainda que difusa e não direcionada individualmente, promove uma troca que envolve a ação de comunicar e a reação à mensagem com vistas a uma outra ação, influenciada pelo processo comunicativo.

Por público, entende-se todo evento acessível a qualquer um, com espaço de ação para pluralidade de opiniões (Arendt, 1958/2007; Habermas, 1994). O Estado como poder público e a sua natureza é a promoção do bem comum. Em uma revisão de literatura acerca dos conceitos relacionados à Comunicação Pública parte-se da premissa que caracteriza tal processo comunicacional com organização, por meios de uma estratégia, de forma transparente e com a função de promover a cidadania.

A perspectiva cidadã, o interesse público e o diálogo estão presentes nos conceitos de estudiosos do tema. Para Brandão (2002), trata-se de um processo comunicativo das instâncias da sociedade que prescinde da participação desta, não apenas como receptor mas como produtores ativos, o que denota uma ação coletiva que trabalha com a informação voltada para a formação da cidadania mas também de negociação para garantir a participação de outros atores sociais.

Embora a origem da expressão tenha nascido da comunicação governamental e institucional, os dois conceitos têm a mesma essência e existe uma interface entre eles, estando separados pela reconfiguração social que impôs novos paradigmas da comunicação envolvendo gestores do estado e a sociedade (Duarte, 2009).

Percebe-se, pois que não há de se fazer uma associação entre os dois termos, posto que a comunicação governamental exclui os atuais preceitos que norteiam a prática, estando mais associada à imposição e a manipulação de opiniões através de conteúdos institucionais direcionados aos cidadãos e intermediados pelos meios de comunicação tradicionais.

Imaginem a possibilidade de uma transmissão ao vivo, através de uma Rede aberta de Televisão, do discurso do então presidente dos Estados Unidos, Abraham Lincoln (1863), que teve duração de apenas três minutos e um total de 265 palavras. E é apontado como um dos discursos mais poderosos do mundo e bastante “televisivo”, mesmo tendo sido feito para um público concentrado em Gettysburg, no cemitério de soldados mortos na Guerra Civil. Na ocasião, ele conclamou que os americanos honrassem a luta dos que pereceram sobre aquele solo em louvor aos ideais de soberania e liberdade<sup>4</sup>

A comunicação de massa (Adorno & Horkheimer, 1947) deslocou o espaço público inserindo a mediação tecnológica como referencial para a comunicação política. Responsáveis pela emissão de mensagens difusas que atingem receptores individualmente, os mass media, formados inicialmente pelos Jornais e, depois, pelas emissoras de Rádio e Televisão, amplificaram a mensagem política, antes restrita aos ambientes formados por grupos de interesse. O discurso da praça pública foi levado a outros públicos, que não

---

<sup>4</sup> [...] Cabe-nos, a nós, vivos, dedicar-nos à continuação da obra de que os combatentes aqui iniciaram. Compete-nos realizar a sublime tarefa que esses grandes mortos nos legaram, e com crescente espírito de sacrifício levar à vitória a causa que aqui os fez exaltar o derradeiro alento. Cumpre-nos fazer que esses homens não tenham tombado em vão, que, com o auxílio de Deus, a nação assista à renascença da liberdade e que o governo do povo pelo povo não desapareça da face da terra. O discurso de Gettysburg Disponível em: < <https://www.oabsp.org.br/sobre-oabsp/grandes-causas/o-discurso-de-gettysburg> > [Consultado em: 06/04/2022]

somente os familiares dos soldados que ouviram Lincoln clamar pelos valores norte americanos.

[...] A sociedade de massa é sobretudo a consequência da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio, da difusão de valores abstratos de igualdade e de liberdade. Estes processos sociais provocam a perda da exclusividade por parte das elites que se vêem expostas às massas. O enfraquecimento dos laços tradicionais (de família, comunidade, associações de ofícios, religião, etc.) contribui, por seu lado, para afrouxar o tecido conectivo da sociedade e para preparar as condições que conduzem ao isolamento e à alienação das massas (Wolf, 1987, p.7)

### 1.1 A Comunicação Pública do Brasil: da censura às garantias de liberdade de expressão

No caso do Brasil, os estudos identificam as raízes da comunicação governamental amparada no autoritarismo durante o período do estado novo (1930-1945) com inspiração nos modelos do nazismo alemão e do fascismo italiano. Assim como o regime de Hitler tinha órgão e staff sob o poder de Goebbels em seu Conselho Nacional de Cultura, com autonomia para moldar a imagem do Führer, o segmento propagandístico no governo Vargas ganhou até um órgão específico, o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) que tinha como objetivo manter o controle social através de um ideal nacionalista que supostamente uniria o país.

Para Morán (1981), o fundamento da comunicação varguista tinha inspiração nas ações do Conselho Nacional de Cultura nazista. As técnicas de sedução das massas através do espetáculo, a mitificação de Vargas, acenos de benevolência às classes trabalhadoras eram parte do discurso adotado para tentar convencer a base popular. É relevante também destacar que o avanço da propaganda Vargas só foi possível em razão da conjuntura nacional desencadeada pelo processo tardio de urbanização. O país ganhava impulso desenvolvimentista com políticas públicas de geração de emprego e legislações de proteção ao trabalhador. O cenário político econômico favoreceu o consumo e o acesso às novas tecnologias. Nesse cenário, destaca-se o papel do Rádio, que se populariza. É exatamente através desse veículo de comunicação que a propaganda varguista se difunde fortemente. Em meados dos anos de 1930, com o Rádio perdendo o status de exclusividade das elites e tornando-se popular através da estratégia governamental de Vargas, é criado o Programa “A Voz do Brasil” (1935), de conteúdo exclusivamente propagandístico,

originário da Rádio Nacional, veículo estatal, que passa a ser obrigatoriamente transmitido por todas as emissoras do país<sup>5</sup>.

O autoritarismo imposto a partir da comunicação governamental durante a era Vargas sobreviveria em outra fase da vida do país, iniciada com o golpe militar de 64, que implantou a ditadura militar no país. O nacionalismo aparecia na propaganda varguista como estratégia de comunicação que visava captar o sentimento de união do povo é amplificado pelos militares com o uso, em uma escala maior e mais integrativa, de outra ferramenta comunicacional que seria a mais utilizada pelos governos militares: a Televisão.

**Figura 1 - Ilustração de cartilha distribuía nas escolas**



Fonte: CPDOC / FGV

O meio de comunicação que, à exemplo do que ocorreu com o Rádio na era varguista, ainda não era considerado um veículo de massa, recebeu facilidades para que a iniciativa privada pudesse alavancar projetos no setor. Um dos exemplos dessa relação entre os militares e o proeminente setor de radiodifusão nos anos de 1960 é o que envolve a criação da Rede Globo de Televisão, cuja estreia deu-se no dia 25 de abril de 1965, durante o

---

<sup>5</sup> Uma das ferramentas de comunicação mais antigas do governo federal brasileiro é o informativo radiofônico A Voz do Brasil, criado em 1935, inicialmente com o nome Programa Nacional. Na qualidade de produção radiofônica ligada diretamente ao poder de Estado, A Voz do Brasil passou boa parte de sua história atrelada a regimes autoritários, como o Estado Novo (1937-1945) e a ditadura militar (1964- 1985), atuando como fiel porta-voz das políticas e ideologias defendidas por tais regimes (Moura, 2020 p.117).

governo do primeiro presidente da Ditadura Militar, Marechal Humberto de Alencar Castello Branco (1964-1967). Nos anos seguintes, a emissora foi contemplada com isenções fiscais para a compra de equipamentos, que tornaram possível a modernização e a consolidação do ideal de qualidade que tornou-se marca da empresa.

As relações entre as empresas de radiodifusão, em especial a Rede Globo de Televisão e o governo militar prosseguiram durante todo o período da Ditadura Militar. Com a consolidação de uma emissora que integrava o país com sua programação nacional, a Ditadura militar propagava sua mensagem de um governo expansionista e que realizava grandes obras. “Valendo-se das técnicas sofisticadas de comunicação de massas, os representantes do varguismo e peronismo procuraram canalizar a participação das massas na direção imposta por esses regimes”(Capelatto,1997, p.199).

Nesse período, surgiram as primeiras telenovelas e o primeiro telejornal em caráter nacional. Uma das características do período governado por militares foi a imposição da censura à imprensa, através de múltiplas formas. A mais relevante é, certamente, a lei de imprensa, de 1967 e , posteriormente, a censura prévia, em 1970. A legislação rigorosa levava o governo a se apoderar do aparelho de informação e, através do domínio dos meios de comunicação de massa e da consequente repressão aos opositores, promover uma autojustificação (Morán, 1981).

O período compreendido por mais de três décadas, correspondentes a toda série de ataques à liberdade de expressão no Brasil, teve forte influência no modelo de comunicação pública até que a redemocratização abriu novos caminhos, como já visto na revisão de Literatura incluída neste estudo. No Brasil, o contexto histórico tem na promulgação da Constituição Federal de 1988, a mudança de paradigmas que levaram à ideia de comunicação pública ao conceito. A Constituição Cidadã, como é conhecida, foi elaborada em um período de transformação social e política com a queda da ditadura militar (1964-1988) e o posterior processo de redemocratização. O país, enfim, abolia a censura e estabelecia garantias de liberdade e cidadania em um documento que foi o marco inicial de um novo tempo no país. Neste ambiente de abertura política, a garantia de acesso à informação, como direito dos

cidadãos brasileiros ao conhecimento de ações adotadas pelo poder público, está instituído no artigo 5º, a Constituição em vigor no Brasil.

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (Constituição Federal, 1988, s/p).

É relevante, portanto, pontuar que o pacto entre a gestão pública e os cidadãos é um fenômeno ainda recente no país, oriundo de uma nova legislação que determina a obrigatoriedade da transparência e da publicidade dos atos públicos como condição de governança. A Lei da Transparência das Informações (LAI)<sup>6</sup> prevê que a divulgação de informações de interesse público independe da solicitação de terceiros.

É dever do Estado garantir o direito de acesso à informação, que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão. [...] Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado”. (Lei de Acesso à Informação, 2011).

Duarte, 2007, destaca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, para além da garantia de acesso à informação mas como estímulo à troca de informações indicando que a comunicação pública não deve ser reduzida à uma agenda de informações de governo, podendo estender-se às organizações não governamentais e associações, além de demais representantes do terceiro setor.

Um espaço de negociação e de tomada de decisões que envolve temas relevantes sobre a vida pública que se dá dentro da esfera pública e com a participação do governo e da sociedade indissociável dos agentes públicos (Matos,1999). Ferguson (1990, cit in. Brandão, 2002), por sua vez, aborda a relevância da natureza pública dos meios nos

---

<sup>6</sup> A Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, regulamenta o direito constitucional de acesso dos cidadãos às informações públicas e seus dispositivos são aplicáveis aos três Poderes da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

processos de informação e intercâmbio cultural compartilhados entre instituições e o público, através dos meios de comunicação, enquanto Jaramillo (2003), associa a relação entre comunicação pública e o conceito de política como vetor da conscientização da sociedade.

Cuando se entiende esa naturaleza colectiva, pública de la comunicación y deja de obedecer a un propósito particular, cambia la intención, se comunica con otra intención, con una intención colectiva, y esto obliga a replantear todos los roles, a mirar de otra manera el papel que cumplen los sujetos que interactúan en la comunicación colectiva y ese comunicar colectivo en función de un interés colectivo a lo que apunta es hacia lograr la movilización” (Jaramillo, 2003, s/p )

Outros mecanismos também foram incorporados ao conjunto de normas e regras que seriam a base de uma sociedade participativa, alterando o papel do estado, a criação de organismos de defesa dos consumidores e dos direitos dos cidadãos, que permitiram uma maior visibilidade dos movimentos sociais até então desconsiderados na elaboração das políticas públicas do país (Duarte, 2009).

Lançado pela Associação Brasileira de Comunicação Pública, o Guia da Comunicação Pública (2021) utiliza a Lei de Acesso à Informação (LAI) como principal garantia para o cidadão no exercício do seu direito de acesso às informações produzidas por órgãos públicos. A publicação inclui o Manual de Princípios que orienta comunicadores mapeia as boas práticas a serem adotadas por agentes na condução da comunicação dentro da esfera pública e detalha a necessidade do uso de linguagem simples e acessível, pluralidade e inclusão, ética e impessoalidade. O conjunto de premissas consiste em:

Garantir o acesso amplo à informação; Fomentar o diálogo; Estimular a participação; Promover os direitos e a democracia; Combater a desinformação; Ouvir a sociedade; Focar no cidadão; Ser inclusiva e plural; Tratar a comunicação como política de Estado; Garantir a impessoalidade Pautar-se pela ética; Atuar com eficácia” (Lei de Acesso à Informação, 2011, p. 10-11).

Como vimos, a comunicação pública é uma ferramenta para além da prestação de contas e da divulgação de informações de governança. Ela se encaixa como uma das premissas dos governos democráticos, à medida em possibilitar o acesso aos serviços e informações de

interesse público e promove a interação entre Estado, Governo e Sociedade Civil com o objetivo de chegar ao entendimento. Vai além da divulgação das ações e de órgãos públicos. A Comunicação pública deve propiciar o debate dos assuntos de interesse público convidando os atores a integrar-se ao debate.

Pelo compromisso com o interesse público e poder de ação, os governos devem ser os principais indutores da comunicação pública, assumindo o compromisso de promover políticas públicas, desenvolver uma gestão aberta e qualificar canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e o envolvimento de todos os interessados” (Duarte, 2007, p.7)

## 1.2 Comunicação Política e o debate público

O discurso e ação de governos, partidos e agentes estatais, acrescido do debate público que constroi a opinião pública em assuntos de interesse público é o que podemos chamar de comunicação política. Wolton (1995 cit in. Canavilhas, 2008, p. 3) aponta a evolução do conceito para “tudo o que está relacionado com o papel da comunicação na vida política” ancorado pelos atores políticos, jornalistas e opinião pública e destaca a relevância para o fortalecimento dos sistemas democráticos. Para Nobre (2013), quando a comunicação se dá em torno de temas públicos de interesse da sociedade, ela envolve a política. Comunicação e Política, aliás, estão intrinsecamente relacionadas e representam fator de influência da vida das nações e fundamento da Democracia onde ocorre a expressão pública de ideias e posicionamentos políticos de governos ou partidos políticos (Brandão, 2002).

O pensamento que relaciona transparência com a publicidade da tomada de decisões já era compartilhado no século XVIII por pensadores como Kant (1989) e Rousseau (1997), *cit. in.* Dutra e Paulini (2021) . Ao tratar os debates da comunicação como fortalecedores dos sistemas democráticos, faz-se necessário revisar os conceitos sobre democracia.

Em Aristóteles (2003) , o modelo de democracia como governo de muitos menciona a participação daqueles que têm direito à cidadania, deixando de fora estrangeiros, mulheres, escravos e menores de 18 anos de idade. Entre os estudiosos modernos, Bobbio (2009), vê a Democracia como contraponto aos regimes autoritários “um conjunto de regras de

procedimentos para a participação ampla dos interessados” (Bobbio, 2008, p.22) e Recuero et al., 2017, acrescenta que “o conceito de democracia contemporânea está bastante ancorado na ideia da esfera pública” (p.1)

A participação efetiva nas decisões que dizem respeito à coletividade se dá no âmbito da esfera pública, expressão abordada por Arendt (1958/2007) e que classifica como a capacidade humana de se organizar para promover a troca de ideias e, em consequência, exercício da cidadania para a formação da opinião pública. [...] ‘a esfera da liberdade, e se havia uma relação entre essas duas esferas era que a vitória sobre as necessidades da vida em família constituía a condição natural para a liberdade na polis’ (p.24). Se enquanto no contexto de observação da sociedade grega, onde espaço da esfera pública era definido na Ágora, a liberdade era a condição que se aplica à Esfera Pública.

Já a esfera privada, antagônica à primeira, tinha como centro a casa e era marcada pela violência, onde apenas o chefe da família, também o provedor, poderia se manifestar sobre assuntos que diziam respeito aos membros daquele grupo. Outro estudioso do tema, Habermas (1984/ 2004) traz o deslocamento dessa condição de organização para ambientes fechados. Impulsionada pelo aumento do número de leitores, na sociedade burguesa do século XVIII, os cafés e clubes, centralizam o debate político com participantes dotados de opinião pública e potencial para legitimar o poder político a partir da publicização dos argumentos confrontados.

Apesar da delimitação da esfera pública em novos ambientes acessíveis aos integrantes da sociedade com a formação cultural lhe garantiria a inclusão nos debates, Habermas alerta que a esfera pública não pode ser considerada como associação ou organização dotada de estrutura e normas de funcionamento. “[...] descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas” (p. 92).

### 1.3 Comunicação Política e os meios de comunicação

À medida em que o deslocamento da esfera pública ocorre para outros ambientes e com o posterior surgimento da comunicação de massa, as discussões passavam por um processo de hierarquização da fala. O próprio Habermas (1984) cita o surgimento dos meios de comunicação como fator preponderante para a perda da capacidade crítica do público e decadência da esfera pública política.

A comunicação de massa transformou as relações de poder, a informação passa a ser mais concentrada e quem detém o poder detém a informação. A expansão dos jornais e a profissionalização do jornalismo amparados pela tecnologia tem como marco o século XIX. O processo marca a criação de mais periódicos, oferta da notícia baseada em fatos, além dos anúncios de propaganda, a circulação em um prazo menor entre as edições e o aumento da tiragem que permitiu uma circulação em outras camadas da população (Traquina, 2005). A colaboração americana com a fórmula da pirâmide invertida e os conceitos e valores da prática jornalística influenciaram profissionais no Ocidente.

Bem antes disso, no século XVII, na França, (Sousa, 2008) destaca que a proliferação das primeiras gazetas marcariam o início do que podemos conceituar como prenúncio do Jornalismo noticioso. A periodicidade, inclusão de anúncios pagos e a atualidade, com a publicação de notícias do dia anterior, eram algumas características de publicações alemãs. A novidade espalhou-se pela Europa. “Algumas gazetas não se resumiam a um conteúdo unicamente noticioso neutral. Incluíam também notícias “orientadas” e “seleccionadas” para servirem determinadas causas, excertos argumentativos, opinativos e persuasivos, por vezes simplesmente propagandísticos, que prefiguraram a imprensa política de partido que haveria de animar os séculos XVIII e XIX” (Sousa, 2008, p. 80).

Observa-se um processo de mudança da interface da política com a comunicação de massa que se confunde com a própria história da comunicação. No século XVII a imprensa estava a serviço da esfera política absolutista. Quando os burgueses assumiram o poder, as relações foram revistas. Os conceitos sobre liberdade de expressão e um cenário de diversidade de partidos políticos possibilita o confronto de ideias através da imprensa (Burke, 1994 *cit. in* Gomes, 2004). Em uma terceira fase, citada por Gomes (2004),

verificou-se a chegada da tecnologia nas diversas fases do ato comunicativo. Jornal, Rádio, Cinema e Televisão se organizaram como um negócio. O século 20 é marcado pelo surgimento da indústria da informação. Os efeitos dos meios de comunicação foram transformadores para a política, de modo que os discursos políticos passaram a ser organizados de acordo com a linguagem dos meios de comunicação onde seriam difundidos.

À medida em que o sistema político torna-se mais acessível, por exemplo com a extensão do direito ao voto para mais cidadãos, o conteúdo sobre o tema ganha mais abrangência nos noticiosos. Neste aspecto, é relevante destacar que os critérios de noticiabilidade tiveram pouca alteração (Traquina, 2005; Sousa, 2008). Os valores notícias, que Hartley, (1982 *cit. in* Traquina, 2005, p.80). define como “códigos ideológicos” dos profissionais de jornalismo se ancoram no tripé que inclui o novo, o inusitado e o atual (Paterson 1997 *apud* Traquina, 2005, p.12).

Ao detalhar os valores-notícia, Traquina, 2005, acrescenta elementos que aparecem na elaboração da matéria ou , como ele define, no processo interpretativo da notícia. São eles, o conflito, notabilidade, infração e personalização da notícia. Tomemos o exemplo da controvérsia que alimenta a matéria jornalística muito mais do que o consenso. É da natureza dos veículos de comunicação de massa que as notícias exponham embates e, com isso, ganhem ares de espetáculo. O mesmo ocorre com a infração, o escândalo atrai a atenção do público. A disputa Política também se alimenta desses valores. Para Paterson (1997 *cit. in* Traquina, 2005, p. 24) ao abordar a Política, o jornalismo o faz “sob a lente da luta pelo poder, subordinado ao dilema do conflito e da controvérsia, enlameados de metáforas do campo de batalha e focado nos meios, não nos fins”.

Ao mesmo tempo em que os mass media tornaram-se peças-chave para a comunicação política, os atores políticos, que antes ocupavam a esfera pública bidirecional, conduzindo o debate, com a comunicação de massa, esse controle é assumido pelo jornalista. A comunicação política passou a ser mediada e, como tal, decodificada com base nos conceitos que norteiam o fazer jornalístico, não o interesse político. “O estudo científico da comunicação está nucleado ao redor de quatro sucessivas fases de qualquer ato

comunicativo: em que canais a comunicação se realiza? Quem comunica? O que é comunicado? Quem é como é afetado pela comunicação?” (Smith *et alii. cit. in* Marques de Melo, 2002, p. 12).

No decorrer do ato comunicativo, não há, necessariamente, convergência entre os interesses dos atores, sobretudo os políticos. O meio de comunicação, enquanto espaço público com dimensão virtual e trans comunitário (Martino, 2000, p. 108) é regido por outra dinâmica interpretativa. “A definição de um meio de comunicação reclama que nós o situamos em relação ao papel que ele desempenha na organização social”.

Enquanto as primeiras correntes de pesquisas avaliavam que os receptores eram passivos e manipuláveis diante da mensagem, pesquisas mais atuais questionam a influência definitiva dos meios de comunicação de massa nos gostos e na formação de opinião pública. (Gomes, 2004; Thompson, 2008). Embora a comunicação política tenha utilizado os meios de comunicação de massa para uma maior disseminação, no campo jornalístico onde ela circula, a informação é decodificada e perde o caráter persuasivo que está na raiz do discurso político. Temos, então, uma dualidade estabelecida entre o desejo do ator político, a mensagem emitida de interesse aos atores políticos, a mensagem final decodificada e recepção do consumidor da notícia.

A interface entre a política e a comunicação de massa provocou transformações de ambos os lados. Em primeiro lugar, temos uma arena política que se ampara nos processos comunicacionais mediados pela tecnologia ao ponto de adequar a linguagem em busca da audiência dos públicos, sejam espectadores, telespectadores ou leitores - e essa demanda exigiu novas habilidades aos atores políticos. “Políticos de todas as matizes têm revelado uma tendência a descaracterizar o seu discurso midiático levando à pasteurização dos conteúdos” (Sarti, 1998, p.3)

O surgimento da Televisão como meio para a divulgação da mensagem política também provocou alterações na forma como o conteúdo produzido pelos atores políticos e mediado pelos jornalistas. São exemplos, a fragmentação do discurso, exigência do fator tempo, o

uso de frases de impacto que possam ser pinçadas para a manchete - e assimiladas pelo público de todas as camadas (Miguel, 2004).

Outro aspecto da convergência entre comunicação e política diz respeito à influência da pauta no agendamento dos meios de comunicação. Sarti (2011) aborda a forma como o protagonismo dos atores políticos subverte os movimentos sociais e pautas que mereceriam atenção acabam sendo postergadas ou mesmo ganham espaços cada vez menores. O lugar de fala do público dá voz aos agentes políticos. Esta, claro, é uma vertente que não exclui o papel dos meios eletrônicos na formação das democracias. Ela cita, em especial, a importância da mídia no processo de abertura política do Brasil. Em relação à formação da opinião pública, o caso clássico brasileiro de manipulação através de um meio de comunicação foi protagonizado pela Rede Globo de Televisão. Em 1989, a emissora tinha uma média de audiência que variava entre 60% e 84%, o que significava, à época, 25 milhões de espectadores.

Nas eleições presidenciais daquele ano, a emissora editou trechos do debate entre os candidatos Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva (Pragmatismo Político, 2011) de modo tendencioso e que foi componente importante para a derrota de Lula. O caso é apontado como exemplo de manipulação da informação para favorecer determinada candidatura. Em 2011, o ex-diretor da emissora, José Bonifácio Sobrinho, o Boni, contou em seu livro de memórias detalhes sobre que a edição tinha o objetivo de favorecer a candidatura de Collor<sup>7</sup>

Sobre a influência da mensagem política no agendamento dos meios de comunicação, podemos trazer um exemplo mais atual, a cobertura da Comissão Parlamentar de Inquérito que investigou supostas irregularidades e omissão do governo federal no enfrentamento da Covid-19 no Brasil. Conhecida como CPI da Pandemia, foi oficialmente instalada pelo Senado Federal, no dia 27 de abril de 2021 e se estendeu até 26 de outubro do mesmo ano.

---

<sup>7</sup> “Dias antes das eleições, a equipe de produção da propaganda política de Collor de Mello exibiu as imagens de uma antiga namorada de Lula, afirmando ter sido persuadida ao aborto, 17 anos antes, pelo namorado. No dia seguinte ao programa, e por ocasião do último debate entre os candidatos, a TV exibiu a imagem abatida de Lula. Nos dias que se seguiram, a TV Globo selecionou partes deste debate, favorecendo Collor. A tendência eleitoral definiu-se e Lula perdeu a eleição (Collor 42,75% e Lula 37,86%)” (Avelar, 1992, p. 43).

As sessões eram transmitidas pelo canal da TV Senado, Televisão pública que retransmite as atividades do Parlamento brasileiro. Nos primeiros dois meses, o canal ganhou 116,6 mil inscritos, chegando a um milhão de seguidores. As visualizações atingiram 22,8 milhões, uma média diária de 518,2 mil no período, bem acima da média geral de 39.799 views.

Ao longo de seis meses em que durou a Comissão, o material produzido pela emissora do legislativo foi utilizado pelas principais emissoras do país e cerca de 300 endereços de internet. Os embates entre os senadores e os investigados ganharam espaço na mídia brasileira, que chegava a mudar a sua programação para transmissão dos depoimentos mais polêmicos (Senado Notícias, 2021). O fato político restrito ao Congresso Nacional tornou-se um fenômeno de comunicação, que não encontra parâmetro na história do Brasil. Reuniões e depoimentos com até sete horas de duração, assim como as inquirições, brigas e os desdobramentos mobilizaram os telespectadores e internautas, como nos grandes eventos nacionais, como as copas do mundo.

O sucesso das transmissões foi motivado pela polarização vivida pelos brasileiros a um ano das eleições presidenciais que irão contrapor ideologias de extrema-direita, representada pelo presidente Jair Bolsonaro, alvo da CPI e o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva. Estava tudo lá na “videopolítica”, que tem outras denominações de estudiosos em “política espetáculo”, “política midiática” (Miguel, 2004) dominando o noticiário : linguagem técnica necessárias para as inquirições e as respostas recheadas de termos médicos - mas também o confronto entre os senadores e os personagens resultantes da espetacularização. Rodriguez (2011) também encara com pessimismo a transformação midiática da política

A autoridade agora é a imagem: o que se vê parece real, e o que parece real parece verdadeiro. Com isso, a política do vídeo põe seriamente em risco o governo de opinião, não há transparência mas sim representação, não há independência mas heteronomia. Assim, o conteúdo da democracia é aparentemente reforçado por muitas e múltiplas imagens, mas ao mesmo tempo é dessubstancializado e esvaziado pela futilidade de seus conteúdos (Rodriguez, 2011, p.47).

## Capítulo II – Comunicação, Redes Sociais e Política

### 2.1 . Sociedade Conectada

Para abordar o tema proposto neste estudo de caso, é fundamental compreender o universo em que se inserem os processos de comunicação que utilizam a internet como ferramenta através da análise dos indicadores referentes ao alcance global das redes de internet permite mensurar o seu impacto junto à sociedade. Em 2021, estimava-se que 4,66 bilhões<sup>8</sup> de pessoas estavam conectadas à rede mundial de computadores, o que representava 59,5% da população. A marca acontece em apenas vinte e seis anos desde a divulgação, ocorrida em 1995, do primeiro estudo sobre o número de usuários, à época, de nove milhões, e revela que hoje vivemos em uma sociedade de rede, termo cunhado por Castells (2005).

Global, sem fronteiras e auto alimentada pelos próprios usuários. Os números e a relevância do processo que envolvem a Internet ganham ainda mais impacto quando se faz um retrospecto dos primeiros movimentos que levaram à sua criação, em meados de 1960. O objetivo era aprimorar a segurança da comunicação militar dos Estados Unidos a ponto de torná-la resistente a um eventual ataque nuclear. A proposta inicial foi assim definida

[...] propõe-se um sistema de comunicações onde não existiria um comando central ou ponto de controle; no entanto, todos os pontos sobreviventes seriam capazes de restabelecerem contacto entre si se um qualquer deles fosse atacado. Portanto, estragos numa parte não destruiria o todo e o seu efeito no todo seria minimizado” (Rosa, 2012, p. 12)

A ideia de um sistema que pudesse ser restabelecido mesmo com partes dele sendo destruído antecipa o conceito que faria surgir ARPANET, considerada oficialmente a primeira rede de computadores. O nome veio da ARPA, agência de inteligência norte-americana, evolução dela para a criação do www, abreviatura de web wide world, envolveu cientistas americanos e europeus. Rosa (2012) também resgata a contribuição iniciada nos

---

<sup>8</sup> Os dados são do Relatório Digital 2021 produzido pela empresa de marketing *We Are Social e Hootsuite* e divulgados em janeiro de 2021, quando a população mundial era de 7,83 bilhões de habitantes (Amper Energia Humana, 2021).

anos de 1950, a partir da proposta de uma ciência para estudar fenômenos como processos de comunicação e controle social e das máquinas e essa ciência seria a cibernética (Wiener, 1950 *cit. in* Rosa, 2012)<sup>9</sup>. A natureza da ferramenta faz dela um invento em permanente evolução, o que surpreendeu até mesmo os que trabalhavam diretamente com a produção de equipamentos. Vou destacar apenas duas das mais conhecidas (Tecmundo, 2016). “Não há nenhuma razão para alguém querer um computador em casa” de Ken Olson, presidente e fundador da Digital Equipment Corp. em 1977. “Eu acredito que há mercado para talvez cinco computadores” de Thomas Watson, presidente da IBM em 1943.

A descrença de Watson e Olson na viabilidade comercial dos computadores como itens acessíveis e objetos de desejo dos consumidores se explicava pelo tamanho e peso das máquinas, o que, naquele momento, os tornava, de fato, proibitivos como itens domésticos. O mesmo relatório citado no início desse capítulo identifica que 5,22 bilhões de internautas estariam conectados de forma individual, através de um aparelho de smartphone.

Em pouco mais de cinquenta anos, a Internet tornou-se a mais importante invenção moderna, ampliou sua utilização comercial e entre indivíduos, um meio de comunicação que organiza as sociedades, como o fez a revolução industrial e criou uma nova estrutura social, está acessível através de aparelhos que cabem no bolso e contrariam o temor dos descrentes em seu futuro. Para Velloso (2014), Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs) surgiram com o propósito de “agilizar, horizontalizar e facilitar a captação, a transmissão e a distribuição de informações em rede, surgidos no contexto da Terceira Revolução Industrial” (Velloso, 2014, p. 11).

“A Internet é o tecido de nossas vidas neste momento. Não é futuro. É presente” define Castells (2004) em uma aula inaugural do curso de na Universidade Aberta da Catalunha, Espanha. O pesquisador espanhol também foi o primeiro a usar a expressão ‘Sociedade em Rede’ (1999) para analisar a forma de organização social que é baseada na tecnologia da internet, que teria o mesmo papel atribuído à fábrica da revolução industrial, de

---

<sup>9</sup> O termo “cibernética” vem do grego *kybernetiké* (timoneiro, ou aquele que dirige ou regula). O termo se difunde em seguida da publicação da obra *Cibernética: o controle e a comunicação nos animais e nas máquinas* do matemático Norbert Wiener, publicada em 1948. Wiener propunha uma nova ciência com o objetivo de compreender os fenômenos naturais e artificiais através dos estudos dos processos de comunicação e controle dos seres vivos, nas máquinas e nos processos sociais.

transformar e reestruturar os modos de produção. “A Internet é o coração de um novo paradigma sócio-técnico que realmente constitui a base material de nossas vidas e nossas formas de relacionamento, de trabalho e de comunicação. O que faz a Internet é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade” (Castells, 2004, s/p).

Viveríamos a era do capitalismo informacional, onde a geração e processamento de informações é fonte de produtividade e poder. Para Di Felice (2012), o novo paradigma tecnológico também foi responsável pela construção de uma nova Teoria da Comunicação, em que a sociedade digital é moldada a partir do acesso à rede mundial de computadores e onde a informação tem um papel fundamental. A esfera pública de poder se transporta para o universo virtual “onde devemos repensar a significação sensorial de nossa civilização baseada em informações digitais, coletivas e imediatas” (Lemos, 2008, p.128).

Miller (2016) acredita que as NTICs também representam um estímulo à capacidade para o desenvolvimento de novas habilidades através da promoção de oportunidades. As conexões em rede são espaços de mediação e negociação. O processo de criação e formatação dessas tecnologias tem caráter expansivo e plural. Por se tratar de um fenômeno cujo alcance é difícil de ser mensurado, não cabem análises maniqueístas sobre o impacto da mensagem junto aos receptores.

## 2.2 Redes Sociais :uma nova forma de comunicar

A comunicação unilateral, formatada e mediada foi ressignificada. A audiência massiva das redes é participativa e combativa, bem distante da passividade do receptor dos meios de comunicação tradicionais, como Jornal, Rádio e mesmo a Televisão. Castells (2006) considera que a nova configuração social fez surgir a “autocomunicação de massas”, conceito que busca identificar ruptura dos padrões de unilateralidade ao dar autonomia aos atores que, até então, eram figurantes no processo comunicacional.

Uma nova forma de comunicação não linear e com uma capacidade de amplificação que não encontra parâmetros em outros meios. Geograficamente independente, à medida em que não necessita da presença física dos atores sociais para ser experimentada. “O que

caracteriza o novo sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é a sua capacidade de inclusão e de abrangência de todas as expressões culturais” (Castells, 2006, p. 460)

A autocomunicação de massa surge do empoderamento dos atores sociais e políticos. Recordemos que no ambiente dos meios de comunicação, os emissores e receptores tinham papéis pré-definidos e limitados pela configuração do processo. A nova configuração do processo comunicativo exigiu uma reestruturação do jornalismo na busca por novas alternativas para sobrevivência em um cenário pintado como catastrófico pelos mais pessimistas. Aqui, vale uma reflexão sobre a forma como novas tecnologias suscitam premonições sobre o prazo de validade dos meios de comunicação. Já aconteceu com o Rádio e com a Televisão, mais recentemente. Um estudo<sup>10</sup> feito a partir da análise dos periódicos portugueses conclui que os jornais irão deixar de circular em 2029, data em que a venda total das publicações atingirá o valor nulo. (Quintanilha, 2020).

O principal motivo da queda de faturamento provocada pela redução de leitores e pela posterior fuga de anunciantes é a concorrência do digital, não somente do jornalismo online mas também das redes sociais. Nos Estados Unidos, até a segunda metade do século XX, os jornais lucravam 30% ao ano, quando o faturamento dos supermercados era de 2%. Em 1990, 455 mil pessoas trabalhavam no setor de notícias contra 173 mil em 2017. O momento é de rever práticas jornalísticas e de revisitar valores, até então, intocáveis da atividade” (Brambilla, 2020, s/p), a saber: neutralidade e objetividade.

O que levou o jornalismo tradicional a iniciar um processo de adaptação com vistas à sobrevivência diante da comunicação digital foi a conversão da tecnologia da internet em um mecanismo produtor e difusor de informações. Blogs, redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e, mais recentemente, o fenômeno chinês Tik Tok, são propagadores de conteúdo não produzido por jornalistas e replicado numa escala que a imprensa

---

<sup>10</sup> A previsão é baseada em dados do relatório elaborado, em 2018, pelo Reuters Institute (p.03), que tabulou valores referenciais de circulação e venda de 15 periódicos portugueses entre os anos de 2007 a 2018, quando foi registrada uma queda de 47% nas vendas (p.43). No Brasil, o relatório da Reuters apontava em 2016, uma queda de 8% da circulação dos cinco maiores jornais do país, em relação ao ano anterior, além do encerramento das atividades de sete impressos, o registro do fechamento de duas emissoras, dentre os mais, o Jornal do Comércio, o segundo mais antigo em circulação no país. O documento também revela a perda de referência da Televisão e dos Jornais como fonte de notícia

tradicional não consegue alcançar. A comunicação política foi direcionada para o espaço de poder das redes digitais e a mídia tradicional investiu no formato. O resultado foi uma ruptura dos métodos e maior liberdade na produção de notícias, ao mesmo tempo que a Internet e Canais de Televisão por assinatura diversificaram as opções para o público. As agências de notícias passaram a oferecer conteúdos online. No Relatório Tendências mundiais (Unesco, 2016) sobre a liberdade de expressão e o desenvolvimento da mídia, produzido pela Unesco, destaca a transição no jornalismo tradicional.

A tendência de maiores oportunidades de jornalismo interativo tem diluído as fronteiras tanto entre setores da mídia quanto entre jornalistas e novos consumidores, o que, por sua vez, tem rompido com os tradicionais fluxos de informação e práticas jornalísticas, assim como tem desafiado os marcos legais e estatutários (Unesco, 2016, p.38).

### 2.3 O exemplo da pandemia : informação x desinformação

Como vimos, a evolução das redes sociais como produtoras e difusoras de informações levou a mudanças significativas no jornalismo tradicional como garantir a sobrevivência. Porém, nem mesmo as novas habilidades dos jornalistas e o aparato tecnológico que passou a fazer parte da produção da notícia foi suficiente para evitar um fenômeno que adveio dessa nova realidade: o aumento da circulação de informações falsas. Tomemos como exemplo a Covid19, doença até então misteriosa, registrada pela primeira vez, no final de 2019, em Wuhan, província chinesa de Hubei e alastrou-se ao ponto de, em março de 2020, ter sido caracterizada pela Organização Mundial de Saúde como uma pandemia, termo que se refere à distribuição geográfica de uma doença e não necessariamente à sua gravidade.

A doença desafiou cientistas do mundo inteiro por dois longos e difíceis anos. Em paralelo, esteve entre as instituições mais afetadas por outro surto que a Organização Mundial da Saúde (OMS) considerou de risco potencial à saúde pública e foi batizado de infodemia<sup>11</sup>, que vem a ser o excesso de informações que não confiáveis, por vezes

---

<sup>11</sup> “Denominação dada ao volume excessivo de informações, muitas delas imprecisas ou falsas (desinformação), sobre determinado assunto (como a pandemia, por exemplo), que se multiplicam e se propagam de forma rápida e incontrolável, o que dificulta o acesso a orientações e fontes confiáveis, causando confusão, desorientação e inúmeros prejuízos à vida das pessoas. [Radical *info-* (deduzido de *informação*) + *-demia* (do grego *dēmos* ‘povo’ + o sufixo *-ia*, formador de substantivos da terminologia médica), pelo inglês *infodemic*]”.

mentirosas, compartilhadas com a intenção de confundir. Algo com o bordão do folclórico apresentador brasileiro Abelardo Barbosa, o Chacrinha (1917-1988), que costumava dizer “eu vim pra confundir, não para explicar”. Já a Unesco, Organismo das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura preferiu chamar o fenômeno de desinfodemia, já que a divulgação de tais informações levaria o indivíduo a tomar decisões equivocadas. “O acesso a informações verificáveis e confiáveis torna significativo o direito à liberdade de expressão. A desinfodemia atua com o efeito contrário a esse direito durante a pandemia” (Posetti & Bontcheva, 2020, s/p).

Os dois organismos, no entanto, concordam no ponto principal, de que os impactos da desinformação relacionada à Covid19 eram ainda mais graves do que se quando relacionados a outros assuntos como política e democracia e desenvolveram estratégias de combate. Vamos buscar no Brasil, um exemplo que o excesso de informações falsas sobre a Covid19 causou. O país aparece no ranking dos países com maior número de mortos, 661 mil pessoas perderam a vida pela doença.

A Fiocruz, Fundação Oswaldo Cruz, uma das instituições de ciência e tecnologia e saúde mais importantes da América Latina, foi pioneira nas pesquisas com vistas à produção de vacinas contra a doença, apesar disso, tornou-se alvo de informações falsas durante toda a pandemia. Pesquisas feitas a partir de dados do aplicativo Eu Fiscalizo apontaram que as informações falsas usavam o nome da instituição ou do próprio Ministério da Saúde para deslegitimar as ações e, dentre as que citavam a Fiocruz, 45,5% delas continham ataques ao órgão e/ou aos cientistas (Galhardi *et alii.*,2021). A Organização Mundial de Saúde também foi alvo da infodemia. As informações falsas sobre tratamentos sem comprovação científica e relacionadas às barreiras sanitárias, como o distanciamento social e o uso de máscaras foram as mais repetidas<sup>12</sup>.

Os efeitos das informações falsas impactam as políticas públicas de saúde no Brasil. Uma pesquisa<sup>13</sup> da Fundação Fiocruz, em parceria com o Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e

---

<sup>12</sup>COVID-19 Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University. Disponível em: <<https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>>[Consultado em 06/06/2022].

<sup>13</sup>O estudo investigou 253 notícias falsas relacionadas à doença entre 26/03/2020 e 31/03/2021 (Galhardi *et alii.*(2022)

Comunicação da Universidade Federal do Piauí (Nujoc), apontou que 19,8% das fake news disseminadas na internet, redes sociais e aplicativos de mensagens são sobre vacinas.

Outro estudo, atribui à circulação de conteúdo falso, com intenção de desacreditar os imunizantes de covid19 ao abandono vacinal, que ocorre quando o indivíduo não completa o ciclo de doses exigidas para a imunização e a crescente desconfiança dos brasileiros em relação às vacinas do Programa Nacional de Imunização, incluindo as que são administradas há décadas no país.

Em novembro de 2015, mais de 90% dos entrevistados concordavam plenamente com a assertiva “vacinas são importantes”. Em novembro de 2018, o percentual caiu para 80-89,9%. A concordância plena com as assertivas “vacinas são seguras” e “vacinas são eficazes” se reduziram ainda mais no curso da pandemia, de 70-79,9% para 60-69,9%. (Galhardi *et alii.*, 2022, p.1856).

Analisemos outro aspecto, agora positivo, do uso da internet, também na área da Saúde: a pandemia de Covid19 acelerou o uso de tecnologia digital para melhorar o atendimento médico. Os primeiros dois anos da doença representaram um salto para a implantação e regulamentação da Telemedicina (Caetano et alii., 2020) no país. Entre 2020 e 2021, foram realizados 7,5 milhões de atendimentos remotos por cerca de 52,2 mil médicos.

Várias ferramentas foram utilizadas para auxiliar os pacientes no tratamento da doença, como serviços de mensagens instantâneas e aplicativos. Os hospitais implantaram plataformas de teleconsulta para o atendimento remoto de pacientes em Unidade de Terapia Intensiva (UTI) e para treinar equipes multidisciplinares e, assim, combater a Covid19. Em razão do alto poder de transmissão do vírus, os pacientes eram submetidos a isolamento, sem permissão para visita. No entanto, o funcionamento de salas virtuais possibilitaram que os familiares pudessem conversar online com os doentes. Mesmo os hospitais públicos, com menos estrutura, receberam equipamentos para esse tipo de interação<sup>14</sup>.

O uso de Internet nos estabelecimentos de saúde cresceu durante a pandemia chegou a 98% da rede em 2021, registro ocorrido em todas as regiões. Mesmo no Nordeste, região

---

<sup>14</sup>“Rede estruturada de maneira a permitir a transmissão de sinais entre equipamentos geograficamente distantes.” (Glossário da Sociedade da Informação, s/d).

onde a estrutura de tecnologia tem menor alcance, o crescimento foi substancial (de 83% para 96%). Devido à transformação digital na Saúde brasileira, em 2020, o Brasil finalmente aprovou uma Lei para regulamentar os serviços associados à Telessaúde.

Tomando como exemplo a pandemia da Covid19 no Brasil, analisar as redes sociais, classificá-las como boas ou ruins tão somente pela sua capacidade de disseminação, seria negar os aspectos que estão na própria construção de uma sociedade conectada e da natureza dessa nova forma de comunicar, embora, como já visto, as redes digitais provocaram uma ruptura no modo como conhecíamos a comunicação.

#### 2.4 A Arena Política nas redes sociais

As redes sociais são o ambiente onde as conexões acontecem no mundo virtual. O termo deriva do latim “entrelaçamento de fios, cordas, arames, com aberturas regulares fixadas por malhas, formando uma espécie de tecido” (Loiola e Moura, 1997, p. 54 ) Na internet, enquanto instrumento para análise de novos arranjos organizacionais, as redes se caracterizam pela pluralidade de atores, pelos vínculos que eles desenvolvem e pelo grau de mediação dos espaços virtuais. O conjunto de atores/nós envolvidos simultaneamente em uma rede de relações/conexões moldam a estrutura social (Moura, 1997). Nas espaço virtual das redes sociais, indivíduos ou organizações, se apropriam da rede social para construir o ambiente virtual moldado conforme seu desejo tornando-se elementos de representação individual que adquirem o capital social, agregados de recursos reais e potenciais associados à posse de uma rede de conexões (Bourdieu, 1983). Muito além de promover conexões, as redes são fontes produtoras de informação, atuam na filtragem e promovem a reverberação, características que as tornam contributos do jornalismo. (Recuero, 2005).

Dentro desse aspecto, a Comunicação política se apropriou das redes sociais por vislumbrar a possibilidade de estreitar relações com o público, porém sem a mediação jornalística. Alguns conceitos presentes na forma de comunicação direta os tornaram atrativos para os políticos, como mencionado por Canavilhas (2008, p. 10). “[...] permitem codificar a mensagem em vários formatos (multimedialidade), possibilitam a

personalização da informação, dão ao utilizador a sensação de que é ele quem controla todo o processo (interactividade) e escapam ao controle dos media tradicionais” (Canavilhas, 2008, p.10).

Além do controle sobre todo o processo comunicacional, sujeito não mais à decodificação imposta pela imprensa, mas apenas às regras que caracterizam cada uma das plataformas virtuais e que são pactuadas bilateralmente, as redes atuam como ponto de encontro de militantes e simpatizantes, mobilização e criação de comunidades que se organizam em torno da defesa de causas.

Por outro lado, os cidadãos indiferentes ao discurso político são atraídos à arena virtual criada pelos atores políticos diante da percepção de que participam da tomada de decisões. “O contato regular com políticos, ainda que virtual, devolve aos cidadãos a importância que sentem merecer, aproximando-os da política”(Canavilhas, 2008, p.11).

Políticos cada vez mais conectados e a interação com o público através das redes sociais deram origem à política 2.0, que reflete uma ação pautada pela inclusão de diversas camadas de agentes sociais no processo de elaboração das políticas públicas e a abertura de um espaço para o debate pluralidade de opiniões (D’Adamo, 2007; Canel, 2006). O uso de novos dispositivos na comunicação política atrai sobretudo as novas gerações e que essa atração tem influência nas decisões da família pois “ aumentam a percepção da participação cívica dos cidadãos, pois um fator que afasta os cidadãos da política é a ideia generalizada de que a sua opinião conta apenas nos momentos eleitorais” (Canavilhas, 2008, p.11)

Com o ambiente digital tornando-se cada vez mais o espaço do debate público, governos têm buscado adequar-se à comunicação online. A transformação da democracia participativa com a internet, que alcança um público maior, apresenta outras vantagens para a boa governança: o menor custo da ação coletiva e da participação dos agentes, a possibilidade da ação política ser avaliada por mais agentes e em um menor tempo alimentando novas políticas a partir da repercussão (Araújo *et alii.*, 2015).

A ciberdemocracia entendida por Lemos & Lévy (2010, p. 44) conceitua a possibilidade do novo ecossistema de mídias suscitar o exercício democrático do debate público. Para os autores, alguns aspectos justificam o pensamento: a descentralização do emissor, a inclusão digital e a reconfiguração dos meios de comunicação.

Uma década depois, entretanto, Lemos (2020), alerta para as transformações na cultura digital que colocariam em risco a ideia de inteligência coletiva desenvolvida no ambiente de uma rede de conhecimento e emancipação política. [...] me parece presente, mas em perigo pelo atual estado do controle, monitoramento e indução de ações a partir da coleta, análise, processamento e distribuição de dados pessoais e que podemos apontar como capitalismo de dataficação ameaçando a soberania dos povos e o futuro da internet” (Lemos, 2020. p.1).

É dentro desse ambiente de uma maior cautela a respeito da fragilidade da privacidade de dados e do direcionamento forjado dos usuários para atender interesses comerciais e políticos que surgem os estudos sobre a presença da comunicação política no novo ambiente de mídia que aponta uma distância do que parecia ser a motivação sugerida anteriormente sobre a possibilidade de governança democrática a partir da participação de mais indivíduos.

## 2.5 O fator Twitter

Uma das plataformas mais recentes da web, o Twitter foi fundado em 2006, nos Estados Unidos, por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone. Trata-se de uma “plataforma virtual destinada a tirar dúvidas dos usuários como o espaço certo para saber mais sobre o que está acontecendo no mundo e sobre o que as pessoas estão falando” O conceito encontra-se disponibilizado na “Central de Ajuda” da plataforma. Cada vez que o usuário acessa o site, ele se depara com a pergunta padrão na caixa de publicações :“o que está acontecendo?” A mensagem funciona como estímulo à interação, mesmo com a imposição de limite de texto por publicação - fixada inicialmente em 140 caracteres e, em 2018, ampliada para 280 caracteres<sup>15</sup> (Websiterating, 2022).

---

<sup>15</sup> Em 2018, o limite de cada publicação foi ampliado para 280 caracteres para tentar reduzir a desistência dos usuários de Língua Inglesa que extrapolavam o tamanho (Super Interessante, 2021).

A plataforma também oferece três tipos de mensagens: a conversação direta entre usuário e seguidor, o retweet (RT) que vem a ser o compartilhamento de textos, áudios, vídeos ou fotografias do tweet original ou acrescido de um comentário e as mensagens privadas entre os usuários. Estatísticas referentes a 2021 apontaram a existência de 1.3 bilhão de contas ativas na rede e 500 milhões de tweets são postados todos os dias. (Digitaldaya, 2013).

Em 2010, quatro anos após o surgimento da ferramenta, Kwak *et alii.*, publicaram o primeiro estudo quantitativo sobre a plataforma. Em *What is Twitter, a Social Network or a News Media?*, os autores rastrearam 106 milhões de tweets de 41,7 milhões de perfis com 1,47 bilhões de relações virtuais. Os usuários foram classificados através do sistema de métricas de sites PageRank, de acordo com o número de seguidores. Desse universo, foram analisados 4.262 trending topics, que são os assuntos mais populares do momento.

Classificamos os trending topics com base no período ativo e nos tweets e mostramos que a maioria (mais de 85%) dos tópicos são notícias de manchete ou notícias persistentes por natureza. Um olhar mais atento aos retuítes revela que qualquer tweet retweetado deve atingir uma média de 1.000 usuários, independentemente do número de seguidores do tweet original. Uma vez retuitado, um tweet é retuitado quase instantaneamente nos próximos saltos, significando uma rápida difusão de informações após o primeiro retuíte. (Kwak *et alii.*, 2010, p.1)

O estudo mostrou que os assuntos que circulavam no Twitter eram os mesmos que estavam em destaque nos grandes conglomerados de notícias naquele momento, com destaque para tópicos como “Obama”; “North Korea” e “Oprah”. Para Recuero (2011) a “apropriação de informações meios de comunicação tradicionais acontece por causa das características específicas da ferramenta, que se mostram importantes para o jornalismo, como a rapidez da publicação de informações e o acesso via ferramentas móveis-como o celular (p.8)”. As mensagens curtas e rápidas que são o negócio da rede social que agrega outras redes sociais também lhe asseguraram um lugar no pódio da busca pela notícia. A plataforma permite que todos possam produzir conteúdo e publicar notícias. Outro aspecto do estudo de Kawak *et alii.*, (2010) diz respeito à capacidade viral de um retweet e na instantaneidade com que esse ato de retweetar acaba por se repetir. Recuero,

por sua vez, entende que o jornalismo legitima a informação da rede social e lá se difunde em uma proporção, como vimos, bem maior do que no formato tradicional.

Como vimos, o ambiente virtual proporcionado no Twitter é um campo para propagação de mensagens que podem atingir o público, de forma rápida e descomplicada, sem configuração geográfica. Políticos encontraram na ferramenta, uma maior possibilidade de medir a popularidade e criar uma representação direta. A disputa por espaços de visibilidade midiática com potencial de repercutir mensagens e viabilizar novos relacionamentos é uma estratégia dos movimentos políticos e nesse aspecto, a plataforma funciona como fórum de discussões que permite medir o sentimento dos usuários em tempo real (Santos *et alii.*, 2020).

As características da ferramenta a tornaram o novo espaço de disputa com resultados satisfatórios para aqueles que conseguem navegar com habilidade. Ao perfil desburocratizado do Twitter, acrescente-se a possibilidade de um novo espaço de contato com eleitores, em uma época em que o descontentamento com a política tornou-se moeda comum e a distância entre representantes e representados parece intransponível” (Bentivegna, 2016, p.158) . Registre-se, entretanto, um ponto de partida dessa descoberta da rede pelos atores políticos. Estudiosos atribuem como momento decisivo para a propagação do Twitter no mundo, a sua utilização na campanha do então candidato à presidência dos Estados Unidos, Barack Obama, nas eleições de 2008 (Cornfield, 2018 *cit in.* Gomes *et alii.*, 2009).

A campanha on line do democrata despertou o interesse do eleitorado americano, desiludido com as campanhas eleitorais. Para mais de 25% do eleitorado americano, os acessos à Internet eram relacionados a alguma atividade de campanha eleitoral. Nos primeiros meses de campanha nos Estados Unidos, 35% dos cidadãos em idade de votar afirmavam ter assistido algum vídeo relacionado à campanha eleitoral. “O surpreendente desempenho de Barack Obama estava, em grande parte, associado à incomum habilidade de emprego das ferramentas de comunicação online por sua campanha, tendo ela alcançado e estabelecido novos padrões de campanha on line” (Gomes *et alii.*, 2009, p.30). A ferramenta online atraiu a atenção de líderes do mundo a partir do fenômeno registrado na

campanha americana. Ainda assim, dois anos depois, apenas 20% dos líderes mundiais tinham aderido à rede, porém, nos anos seguintes, houve um crescimento exponencial.

Números referentes ao ano de 2020 apontaram que 139 líderes mundiais utilizavam a rede, o que representa 82% de todos os líderes de 164 países pesquisados. Juntos, presidentes, primeiros-ministros e até reis, agregam 116 milhões de seguidores (Digitaldaya, 2015; 2021). Outro estudo divulgado pelo site Twiplomacy (Twiplomacy, 2020) com base em dados coletados em maio e junho de 2020, identificou um total de 1.089 contas de lideranças mundiais no Twitter, quando incluídos os de ministros das Relações Exteriores, que precisaram adequar a comunicação pública durante a pandemia de Covid19. Os governantes de apenas quatro países não tiveram contas identificadas no Twitter. São eles: Laos, Coreia do Norte, São Tomé e Príncipe e Turquemenistão (Twiplomay, 2021).

À presença poderosa dos líderes políticos e religiosos mais importantes do mundo (Twitter Brasil, 2018) deve-se acrescentar a adesão do Papa Francisco @pontifex, que possui 5,1 milhão e o Dalai Lama @dalailama com 19.2 milhões de seguidores. A plataforma dispensa um tratamento especial aos grandes líderes. Quando envolvidos em polêmicas - e não foram poucas - esses perfis não são afetados pelas regras de relacionamento da rede. A explicação, segundo o Twitter, é que a ferramenta não interfere no debate político conduzido pelas lideranças para não silenciar as discussões, mantendo a missão de servir e ajudar a promover a conversa pública global.

E líderes mundiais eleitos desempenham um papel importante nessa conversa por conta de seu grande impacto em nossa sociedade. Bloquear um líder mundial do Twitter ou remover seus Tweets controversos esconderia informações relevantes que as pessoas deveriam poder ver e debater. Tal ação também não silenciaria esse líder, mas certamente dificultaria a discussão necessária em torno de suas palavras e ações. Analisamos Tweets feitos por líderes dentro do contexto político que os define e reforçamos nossas regras adequadamente. Nenhuma conta de uma pessoa impulsiona o crescimento do Twitter ou influencia essas decisões. Nós trabalhamos para nos mantermos imparciais com o interesse público em mente”. (Twitter Brasil, 2018, s/p)

A controvérsia que questionou a política de não silenciamento dos perfis de grandes líderes por parte do Twitter foi impulsionada por causa da conta do então presidente americano Donald Trump, que utilizava redes sociais para compartilhar informações falsas e chegou

a ser considerado o expoente máximo da pós verdade (Kakutani, 2018). Em seu primeiro ano na Casa Branca, Trump tinha 52 milhões de usuários na plataforma, duas vezes mais do que antes de assumir a Presidência. Ao final do mandato, já eram 89 milhões de followers mesmo com denúncias da imprensa sobre o uso da rede para disseminar informações falsas. “Trump, o 45º presidente dos Estados Unidos, mente de forma tão prolífica e com tamanha velocidade que o The Washington Post calculou que ele fez 2.140 alegações falsas ou enganosas no seu primeiro ano de governo - uma média de 5,9 o dia” (p.8).

Em janeiro de 2021, a pressão da mídia internacional e de parte da sociedade americana a respeito da qualidade da informação política propagada pelo republicano levou a plataforma a contrariar o próprio manifesto sobre cerceamento a líderes mundiais. O Twitter publicou um aviso em que determinava a suspensão permanente do perfil @realDonaldTrump (Twitter Inc, 2021) após análise que concluiu que duas publicações do presidente americano poderiam incitar violência, com potencial para encorajar e inspirar a população a replicar novos atos criminosos, como os que culminaram com a invasão ao Capitólio, o que contraria regras da plataforma de impedir a “glorificação da violência” (Twitter, 2021, s/p).

O uso autoritário e de caráter desinformativo que Trump fazia das redes digitais não era um caso isolado. Entre atores políticos a ferramenta está longe de ser um modelo de governança democrática que converte os meios digitais de comunicação social no modelo unidirecional tradicional (Vergeer *et alii*, 2011 *cit. in* Bentivegna 2016, p.177). Em um estudo que investigou a presença de líderes políticos italianos no Twitter, a autora conclui que o principal objetivo desses atores ao utilizar a plataforma é o de difundir as suas próprias mensagens, em vez de interagir com os usuários. Os modelos de presença dos líderes revelaram, por exemplo, uma falta de interesse em relação aos outros sujeitos ativos em seus perfis de redes sociais.

Pesquisas realizadas com políticos da Austrália, Estados Unidos, Inglaterra e Itália (Grant *et alii.*, 2010). também apontaram a prevalência dos tweets de transmissão sobre os de conversação. Alguns elementos foram levados em conta para a conclusão. Na maioria dos

casos analisados, os perfis atuavam como agência de imprensa onde o elevado nível de tweets dificultava as práticas comunicativas, foi observada a prática de relutância em criar redes fora do círculo político e a repetição do uso de hashtags como forma de autocitação personalizada (Grant *et alii.* 2010; *cit. in.* Bentivegna, 2016, p.158).

A forma como líderes mundiais com poder de impactar multidões com suas publicações usam as ferramentas digitais, para reafirmar suas decisões e não para debater ideias, deixa as redes distantes dos conceitos a elas atribuídos: “o êxito no Twitter não é outra coisa que conseguir construir uma comunidade com a qual é possível compartilhar informações e experiências em torno de interesses e valores comuns” (Orihuela, 2011).

O que leva os seguidores a acompanharem governantes nas redes digitais é a perspectiva de inserção em um debate que não lhes despertava interesse exatamente por ele se considerar excluído do processo político. No entanto, as diversas formas apresentadas pelas plataformas, e em especial, o Twitter, limitam o questionamento do usuário quanto a transversalidade dessa interação. Para Rossini & Leal (2013), ainda que a origem da criação das redes sociais tenha foco na capacidade de diálogo, o seu uso pelos atores políticos passa longe da tentativa de incluir os seguidores no debate político e se aproxima da reprodução do *modus operandi* das práticas evidentes através da tecnologia. Há, na visão dos autores, a busca por popularidade e amplificação do discurso, aliado à possibilidade de criar uma alternativa aos meios de comunicação.

“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter

### Capítulo III - A dificuldade de acesso às fontes no Brasil

#### 3.1 Ambiente hostil para imprensa

Em outubro de 2022, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) passou a oferecer treinamento de segurança para jornalistas de todo o país, através da empresa inglesa *RPS Training Solutions*, especializada em proteção, segurança e treinamento médico (Portal dos Jornalistas, 2022). No curso, os profissionais são treinados para enfrentar situações e violência com conhecimentos sobre coletes e armas, primeiros socorros, vigilância e gerenciamento de conflitos. Este capítulo do estudo busca entender como e porque chegamos até aqui.

Em junho do ano de 2022, considerado mais letal para o jornalismo brasileiro, o jornalista inglês Don Phillips, colaborador do Jornal britânico *The Guardian* e o indianista Bruno Pereira, que o acompanhava na coleta de informações para reportagens e um livro que o repórter preparava, foram assassinados em uma área conhecida como Vale do Javari, na região amazônica. A crueldade do crime e a forma como aconteceu só foram conhecidas dez dias depois, quando os restos mortais foram encontrados pelas equipes de busca. A dupla foi morta a tiros. Os corpos foram cortados e depois queimados para dificultar a identificação. As investigações da Polícia revelam que os crimes têm relação com a atividade profissional do jornalista.

O crime expôs o Brasil a um patamar de alerta em relação à violência contra o exercício da atividade jornalística no Brasil. Vamos destacar três relatórios apresentados por importantes entidades. Monitoramento feito pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) aponta um recorde de agressões diretas aos jornalistas e meios de comunicação, em 2021, quando foram registradas 430 ocorrências. O maior número desde o início da série histórica dos relatórios, em 1990. No ano anterior, ocorreram 428 episódios, o que representou um crescimento de 105,77% em relação a 2019, é de 54,07%, se comparado a 2018.

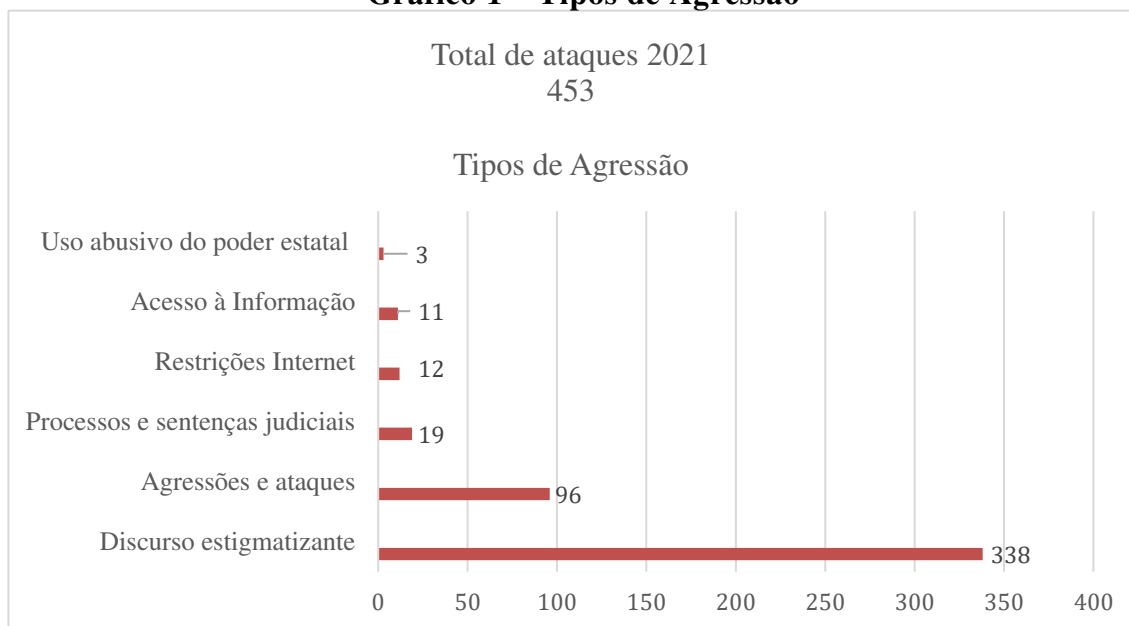
O relatório *Ataques à Imprensa no Brasil* também trouxe a relação entre a violência e o governo do presidente Jair Bolsonaro. Segundo o levantamento, o chefe de estado foi o

responsável pela maioria dos ataques à imprensa, com 129 episódios que representaram 98,47% do total analisado. Os ataques verbais contra jornalistas foram feitos durante entrevistas, quando o presidente se referiu aos profissionais com fazendo uso de adjetivos e expressões que buscam desacreditar os profissionais e os meios onde eles atuam. “canalha”, “quadrúpede”, “picaretas” e “idiota”.

A animosidade do relacionamento de Jair Bolsonaro com a imprensa é alimentada no ambiente virtual. Dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert, 2022) revelaram que, dos 5.708 tweets publicados no perfil presidencial, 432 continham ataques diretos aos jornalistas. O volume é baixo levando-se em conta a amostragem, no entanto, em tratando-se do ambiente virtual que envolve a propagação rápida das mensagens, potencial que se torna maior, no caso de usuário com influência digital, uma menção negativa pode ter efeito devastador na rede social. E, neste caso, os posts geraram 51,7 milhões de interações em forma de compartilhamentos e curtidas.

Segundo a pesquisa, foram identificados 39, 2 milhões de posts que traziam a combinação de palavras “mídia”, “imprensa”, “jornalista”, “jornalismo”. Um dos indicadores de violência medidos através do relatório produzido pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji, 2021) o discurso estigmatizante aparece como a principal forma de ataque à imprensa no Brasil. O monitoramento apontou 453 casos de agressões a jornalistas, sendo 338 identificados como ataques verbais com objetivo de desacreditar o trabalho da imprensa e narrativas que criminalizam a atividade profissional. Segue abaixo os principais tipos de ataque (gráfico 1).

**Gráfico 1 – Tipos de Agressão**



Fonte: Monitoramento de ataques a jornalistas no Brasil (Abraji, 2021. p.13)

O relatório confirma o monitoramento da Federação que aponta agentes estatais como responsáveis pela maioria dos ataques. Aqui, eles produziram 84,3% (285) dos casos que aparecem no relatório referente a 2021. Conforme abordado através dos estudos de monitoramento de violência contra jornalistas (Violência de Gênero jornalismo, 2022), os estatais são os principais responsáveis pelos ataques aos profissionais da imprensa no país. Segundo o monitoramento da Abraji, sete de cada dez alertas de ataque a jornalista em 2021 foram feitos por políticos, servidores públicos e representantes do Poder Judiciário.

O estudo confirma, ainda, que as redes sociais de Jair Bolsonaro, familiares e políticos ligados ao governo federal são especialmente hostis aos jornalistas e meios de comunicação. O presidente foi responsável por dois em cada dez ataques, percentual que sobe para 60% quando incluídos os demais membros do clã, seus filhos Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro, todos detentores de mandatos eletivos. Nas redes sociais do clã Bolsonaro, os ataques ocorrem em forma de discursos estigmatizantes que afetam, sobretudo, as mulheres jornalistas, intimidadas com comentários sobre aparência física, capacidade jornalística e são expostas na internet com seus dados pessoais (Abraji, 2021, p. 10-13).

Os profissionais que trabalham na cobertura política são os principais alvos que buscam censurar os profissionais e inibir o trabalho, como denunciado no Relatório Sombra (p. 68), uma rede de entidades em defesa da sociedade civil, que reúne 14 países da América Latina e do Caribe.

Devido ao crescente número de agressões a jornalistas, ocorridas no ambiente digital, a Fenaj também lançou uma cartilha com orientações e procedimentos a serem adotados em caso de assédio virtual nas redes sociais (Abraji, 2018). A reação a uma onda anti-imprensa no Brasil estimulou a adoção de medidas que possam fazer o acompanhamento on line e diário dos casos, para criar uma rede de proteção que envolva a sociedade civil. Em 2022, com a proximidade das eleições para a Presidência, a polarização entre as candidaturas de Jair Bolsonaro (PL) e Luís Inácio Lula da Silva (PT), a tendência de aumento dos ataques se confirmou ainda nos primeiros quatro meses. No período compreendido entre 10 de janeiro e 05 de maio, foram identificados 1097 ataques aos profissionais de imprensa em um total de 14.918 tweets monitorados (Abraji, 2022). Como mencionado no início deste capítulo, a violência contra jornalistas resultou, somente em 2022, um assassinato e dois casos de violência sexual, indicador que inclui a perspectiva de gênero na metodologia dos estudos de ataques à imprensa.

Outro relatório, elaborado pelo Observatório dos Direitos Humanos, Human Rights Watch, alerta para o aumento dos ataques aos jornalistas, estimulados pelo presidente da República e por seus apoiadores e vê ameaça os pilares de Democracia e da liberdade de imprensa (Human Rights Watch, 2021; Fenaj, 2021).

No terceiro ano do governo Bolsonaro, a Organização Não Governamental Repórteres Sem Fronteiras incluiu o presidente brasileiro na lista dos Predadores da Liberdade de Imprensa (Repórteres Sem Fronteiras, 2021). Bolsonaro aparece ao lado de outros 36 líderes mundiais que governam países que foram apontados por oferecerem condições muito ruins ou ruins para o exercício profissional. Daniel Ortega, da Nicarágua; Vladimir Putin, da Rússia e Nicolás Maduro, da Venezuela fazem companhia ao líder brasileiro. A inclusão de Jair Bolsonaro é justificada por expor jornalistas críticos a situações de insultos e humilhações e por tentar desqualificar o trabalho dos meios de comunicação.

Sua retórica combativa e desbocada é ampliada por membros de seu círculo e por uma base bem organizada. Desde 2018, o presidente, sua família e sua comitiva aprimoraram um sistema altamente eficiente. Nas redes sociais, exércitos de suportes e bots retransmitem e amplificam ataques destinados a desacreditar a imprensa, que é retratada como inimiga do Estado. Um dos alvos preferidos da família Bolsonaro é a Rede Globo de TV, descrita como “TV funerária”, porque ousou informar os brasileiros sobre a propagação da pandemia Covid-19 e o número de mortes ligadas ao vírus. Em 2020, a RSF registrou mais de 180 ataques contra a Globo, que foi acusada de querer “trair” e “destruir” o país. A rede está ameaçada de não renovação da sua frequência de transmissão em 2022. No terreno, os seus jornalistas, especialmente aqueles que cobrem a Presidência em frente ao palácio presidencial da Alvorada, são frequentemente apontados, humilhados e agredidos, por vezes com violência, por apoiadores da família Bolsonaro (Repórteres Sem Fronteiras, 2021)

A entidade, que atua em defesa da liberdade de imprensa no mundo, avalia o grau de apoio e respeito à autonomia dos meios de comunicação diante das pressões exercidas pelo estado ou outros atores políticos da sociedade em 180 países. Atualizada anualmente, a pesquisa deu origem ao ranking da liberdade de imprensa. A metodologia consiste em comparar o grau de liberdade desfrutado por jornalistas e meios de comunicação em 180 países ou territórios tomando por base a definição de liberdade de imprensa, “possibilidade efetiva dos jornalistas, como indivíduos e como coletivos, selecionarem, produzirem e divulgarem informações de interesse geral, independentemente de interferências políticas, econômicas, jurídicas e sociais, e sem ameaça à sua segurança física e mental” (Repórteres Sem Fronteiras, 2022).

O ranking de 2022 é liderado pela Noruega com nota global de 94.89 - em uma escala com limite em 100 - e Portugal ocupa a 4ª posição. O Brasil aparece em 110ª com nota global de 55.36, tendo caído uma posição em relação ao ano anterior. Em comparação com o ano de 2002, quando o monitoramento começou, a diferença é ainda maior. O país ocupava o 54º lugar, tendo perdido, desde então, 56 posições. A avaliação aponta que as relações entre o governo e a imprensa se deterioraram significativamente desde a chegada ao poder do presidente Jair Bolsonaro (Repórteres sem Fronteiras, 2022). “Ao juntar os dois expedientes, o tom jocoso e a desqualificação da mídia, Bolsonaro municia seus seguidores com subsídios para também questionarem o papel da imprensa em seus espaços pessoais” (Carreiro & Matos, 2019. p.23).

A forma como Bolsonaro se relaciona com a imprensa já foi alvo de vários estudos no âmbito das Ciências Sociais. Pesquisadores associam o tratamento agressivo e/ou

depreciativo com jornalistas como estratégia para tornar-se a principal fonte de notícias e viabilizar pautas controversas e ideológicas, de interesse pessoal, na medida em que são bandeiras eleitorais que fazem parte do discurso presidencial nas suas redes sociais (Cioccarelli e Persichetti, 2018; Saliés e Franco, 2021). “O que se vive é uma política de descredibilização da imprensa e de seus profissionais. Com o processo de descrédito do jornalismo, que tem o papel de ser um fiscalizador do poder público, é enfraquecida, também, a democracia.” (Abraji, 2021, s/p).

Um dos casos de maior repercussão vitimou a jornalista Patrícia Campos Mello, que terminou por levar o presidente Jair Bolsonaro a ser condenado por danos morais, pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP). O presidente foi sentenciado a pagar uma indenização no valor de R\$ 35 mil, em ação ajuizada pela jornalista do Jornal Folha de São Paulo. No Twitter (figura 2), a jornalista compartilhou a informação: “Ganhamos! Por 4x1, o TJ de SP decidiu que não é aceitável um presidente da República ofender, usando insinuação sexual, uma jornalista. Uma vitória de todas nós mulheres” (Twitter, 2022).

**Figura 2 - Twitter Patrícia Campos Mello sobre o caso**



Fonte: Twitter

A decisão judicial inédita contra um presidente no exercício do cargo foi o desfecho de uma agressiva campanha de linchamento virtual seguida de ameaças de morte e agressão que perseguem a jornalista desde 2018, quando assinou uma série de reportagens sobre o financiamento de disparos em massa em notícias falsas com a intenção de beneficiar a

candidatura de Jair Bolsonaro à Presidência da República, esquema que feria a Lei Eleitoral em vigor no país, tendo gerado pedido de cassação do registro de candidatura

O relato está no livro “A Máquina do Ódio”, em que a jornalista aponta que passou a viver em um mundo “bizarro” desde que o jornal publicou as reportagens. Os ataques à Campos Mello se intensificaram quando um vídeo manipulado inseriu o rosto dela em uma cena que simulava o trabalho de uma prostituta. O vídeo foi divulgado inicialmente no canal de youtube ligado à deputada federal Carla Zambelli, uma das apoiadoras do presidente, e gerou uma sucessão de discursos difamatórios e caluniosos desferidos por parlamentares governistas contra a repórter da Folha. Dias depois, foi a vez dos filhos e do próprio Bolsonaro amplificaram a falsa narrativa insinuando que a jornalista havia feito sexo com a fonte em troca de informação.

A participação de agentes estatais com grande influência digital nos ataques à Campos Mello despertou um furacão de xingamentos à repórter que precisou sair das redes sociais devido ao volume de agressões. Seus dados privados foram expostos e ela passou a receber ameaças ao seu filho, de sete anos, e aos familiares, para tentar forçá-la a deixar o país. O celular da jornalista foi hackeado e passaram a disparar mensagens utilizando os dados da repórter que, ainda hoje, vive sob proteção policial. “Cobri o conflito na Líbia, em Sirte, no front contra o Estado Islâmico. Fiz coberturas na Guerra da Síria, Iraque e Afeganistão. Nunca tive guarda-costas. Estava em São Paulo e precisava de segurança” (Mello, 2020, p.14) .

O caso de Patrícia Campos Mello teve repercussão internacional mas não contribuiu para melhorar a relação de Bolsonaro com os jornalistas. Em guerra constante com os meios de comunicação tradicionais, o presidente ameaçou vetar qualquer publicidade do governo naqueles espaços que ele chama de meios inimigos. A destinação da verba publicitária colocou a Rede Globo, Rede de Televisão de maior audiência do país, em 3º lugar no ranking de distribuição de verbas publicitárias, atrás de emissoras de menor audiência, SBT e Record, que são alinhadas com o governo. Bolsonaro também editou medidas provisórias que afetam a receita dos veículos. A primeira delas foi o fim da obrigatoriedade da publicação de balanços em jornais de grande circulação pelas empresas de capital

aberto. A segunda foi a dispensa da publicação de editais de concursos e tomadas de preço. Nos dois casos, as publicações eram fontes de receita para os veículos. Ao anunciar a primeira medida, o presidente brasileiro afirmou tratar-se de “uma retribuição de parte dos ataques sofridos pela grande mídia” (Mello, 2020, p.172).

Em outro momento, Bolsonaro estimulou o boicote de anunciantes ao jornal Folha de São Paulo. “Qualquer anúncio que faz na Folha de São Paulo eu não compro aquele produto e ponto final. Eu não quero ler a Folha mais. E nenhum ministro meu. Recomendo todo o Brasil que não compre até eles aprenderem” (Mello, 2020, p.174).

Na versão moderna do autoritarismo - em que governantes não rasgam a Constituição nem dão golpes de estado clássicos, mas correm as instituições por dentro - , não é necessário censurar a internet. Nas democracias iliberais, segundo o vernáculo do primeiro-ministro húngaro Viktor Orbán, basta inundar as redes sociais e os grupos de whatsapp com a versão dos fatos que se quer emplacar, para que ela se torne verdade - e abafe outras narrativas, inclusive e sobretudo as reais. (Mello, 2020, p.23).

Não faltam exemplos de situações conflituosas envolvendo o presidente, seus apoiadores e profissionais da imprensa. Em “A Máquina do Ódio” há descrições de momentos de tensão para repórteres em coberturas da agenda presidencial onde aparecem expressões utilizadas pelo presidente em respostas a questionamentos dos profissionais de comunicação, tais como “Canalha”, “Patife”, “Mentiroso” adjetivos dirigidos a repórteres da Folha durante uma coletiva. O presidente também tentou calar uma jornalista do Estadão aos berros de “Cala a boca, cala a boca!” (Mello, 2020, p. 200-202).

Os embates entre o presidente e os jornalistas têm servido como estímulo aos apoiadores que são responsáveis por agressões físicas e psicológicas aos profissionais. “[...] enquanto fazia seu trabalho, o fotojornalista Dida Sampaio, do estadão, foi empurrado, chutado e levou um soco no estômago. Outros jornalistas foram hostilizados por manifestantes devidamente enrolados em bandeiras do Brasil. A equipe da Rede Globo foi enxotada (Mello, 2021, p.200).

O crescimento das agressões aos repórteres escalados para a cobertura política do governo federal aliada à falta de segurança para a atividade, levou os principais veículos de

comunicação do país optaram por cancelar as pautas presenciais. Emissoras como Rede Globo, de Rádio, como a CBN e jornais, dentre eles, a Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo, deixaram de mandar seus repórteres para o ‘front’ representado pelas coletivas matinais concedidas pelo presidente no Palácio do Alvorada, em uma área que ficou conhecida como “Cercadinho”, local destinado às coberturas jornalísticas na sede do governo federal, em Brasília. O espaço era o mesmo em outros governos, mas o ambiente hostil é inédito por agregar também apoiadores de Bolsonaro que têm a prerrogativa de também fazer perguntas, gravar vídeos e fazer selfies.

O discurso do presidente pode ser lido como uma estratégia para criar um ambiente de esgotamento dos profissionais e de aparente irrelevância dos veículos de imprensa. A ausência de estrutura, segurança e respeito com os jornalistas afetou a saúde e a moral dos profissionais. Os obstáculos para o acesso à informação, como a constante mudança de regras para o ingresso da imprensa no Alvorada, causaram desgaste e estresse nos profissionais. A falta de segurança, a relação hostil dos apoiadores e do presidente com a imprensa, os gritos e as ameaças, os xingamentos e possíveis agressões afetaram a saúde mental dos jornalistas a ponto de até mesmo pedirem para serem retirados das coberturas. Para se proteger, os jornalistas passaram a autocensurar os questionamentos ou a maneira como abordar alguns assuntos dentro do cercadinho por temor de retaliações (Oliveira, 2022, p.20).

Ao conduzir os ataques à imprensa, o presidente desencadeia uma onda ameaçadora ao jornalismo crítico, mas há reflexos também na qualidade do jornalismo. O ambiente de hostilidade tende a criar sobre a imprensa, o “*chilling effect*”, um efeito inibidor com potencial de impactar negativamente a liberdade de imprensa. O assédio e as ameaças frequentemente resultam no redirecionamento das suas energias para resolver ou lidar com esse problema, em detrimento do exercício de sua atividade profissional. Isso pode também impactar negativamente na vontade de uma fonte cooperar e mesmo os que não são vítimas diretas, como os que testemunham os assédios e agressões, são atingidos pelo efeito colateral da violência *online*, processo que leva à autocensura quanto à participação do debate público e pode levar ao fomento de informações não confiáveis afetando os demais atores sociais e impedindo o jornalismo de cumprir sua missão de defesa dos princípios da democracia. “O assédio online aos jornalistas interfere profundamente nas liberdades de imprensa, de expressão e no direito de exercício da profissão, bem como no direito de acesso à informação por parte do público em geral” (Abraji, 2021, p.1).

### 3.2 A luta por informações no governo Bolsonaro

Os obstáculos que os jornalistas e meios de comunicação encontram para obter informações referentes ao governo Bolsonaro começaram no primeiro dia. O relato da cobertura da posse presidencial aparece no artigo Cercadinho do Alvorada: uma ameaça ao ethos do jornalista e à liberdade de imprensa (Abreu, 2022).

Os profissionais ficaram em média sete horas fechados em uma sala, sem poder se deslocar entre pontos de Brasília, com acesso limitado a água e banheiros (Ribeiro, 2019). O governo determinou os pontos de acesso da imprensa alegando questões de segurança. No entanto, essa foi uma postura que podemos considerar seletiva por parte do governo. Do mesmo modo que os grandes e pequenos veículos de imprensa tradicionais eram tratados com desdém e sem dignidade de trabalho, alguns jornalistas ou blogueiros, considerados favoráveis a Bolsonaro, tiveram acesso irrestrito na posse” (Ribeiro, 2019, p.13).

A tensão entre imprensa e governo se intensificou ao longo dos últimos quatro anos. Um dos momentos de maior agressividade do presidente para com a imprensa ocorreu durante entrevista coletiva realizada no dia 27 de março de 2020, quando o país vivia uma crise sem precedentes pela pandemia de Covid19. Na ocasião, o presidente aproveitou a presença de apoiadores para, entre gritos e aplausos, afirmar: "Tem uma coisa pior que coronavírus, sabe o que é? Midiavírus! (...) Que.. que é o remédio pro midiavírus? Desligar a televisão!" (Fenaj, 2021, s/p)

Ainda na pandemia, a cobertura jornalística feita com base nos dados oficiais do Ministério da Saúde sofreu um revés quando o ministro da Saúde, general Eduardo Pazuello, anunciou que o balanço diário com os números referentes a mortos, número de novos casos e de internações passaria a ser divulgado de forma incompleta, sem números consolidados por data de notificação. A alteração na fórmula de cálculo, também anunciada pelo Ministério da Saúde, passou a excluir os casos em que a confirmação da doença ocorria 24 horas antes do óbito. Segundo estimativas, a nova fórmula reduziria em 44% o número de mortos (Mariane, 2020, s/p). Além disso, os dados seriam anunciados em novo horário, às 22h e não mais às 17h, como ocorria desde o primeiro boletim. Ao saber da mudança, o presidente reagiu fazendo uma alusão ao telejornal da Rede Globo de Televisão: “ acabou matéria no Jornal Nacional”(Vargas,2020 s/p). Ele se referia ao fato de que o

novo horário tornaria inviável a divulgação não apenas no JN, cujo horário de início é às 20h, mas também os principais telejornais das redes de TV do país e os impressos. O portal (do Ministério da Saúde) do chegou a ficar 19 horas fora do ar. No seu retorno, havia desaparecido o histórico da pandemia no país e constava apenas o total de casos registrados no dia em questão. Outra informação que não mais aparecia era a de mortes por data de notificação e por semana epidemiológica, alguns dos dados básicos sobre a doença. Também não havia mais a opção de fazer o download dos dados. (Vargas, 2020).

O “apagão” provocou uma reação da imprensa que organizou uma estrutura conjunta para obter as informações diretamente junto às secretarias de saúde dos estados, compilar os dados e divulgá-los para o público.

No dia 8 de junho de 2020, com boa parte do mundo ocidental já chafurdando sob os efeitos da pandemia do novo coronavírus, um grupo de seis veículos de notícias brasileiros (O Globo, Extra, G1, UOL, Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo) anunciou a criação de consórcio inédito para divulgação de dados coletados sobre casos e óbitos gerados pelo Covid-19 no país. O anúncio foi feito após queda de braço de cinco dias com o Ministério da Saúde, que interrompeu o fluxo de divulgação das informações, suspendeu as coletivas de imprensa, atrasou o anúncio diário do boletim de dados e chegou a tirar do ar o site que reunia os relatórios oficiais”(Almeida, *et alii.*, 2020, p.2)

O Consórcio de Veículos de Imprensa (Folha de São Paulo, 2022) passou a coletar os dados e divulgá-los diariamente para que a população pudesse acompanhar os números referentes à evolução da doença no país. O Ministério da Saúde só retomou metodologia anterior de divulgação após decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que obrigou o órgão público a retomar a divulgação. “Talvez a iniciativa do consórcio seja a grande oportunidade trazida ao jornalismo pelo vírus que isolou a todos, enrijeceu posições já antes radicais e exigiu novos movimentos em todas as esferas. Não estamos a salvo disso, nem o jornalismo está!” (Almeida, *et alii.*, 2020, p.17) O jornalismo é uma atividade cuja razão de ser é informar às pessoas fatos, circunstâncias e opiniões, sobre os quais há dificuldades de se obter conhecimento senão é exatamente pelo trabalho da imprensa. Resulta assim uma forte assimetria’ (Gomes, 2014, p.6).

No final de 2021, o Consórcio recebeu o título de Mídia do Ano, conferido pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e o prêmio da Associação Nacional dos Jornais.

de Liberdade de Imprensa, além de concorrer ao Sigma Awards, premiação internacional de jornalismo de dados (Folha de São Paulo, 2022).

Quanto maior a transparência promovida pelas organizações jornalísticas sobre sua natureza e seus procedimentos, mais elas se credenciam como mediadoras das mais relevantes no ambiente democrático para o agendamento de temas e para a alimentação do debate público acerca deles. Quanto menor a transparência, maior o risco de perda da credibilidade (Guerra, 2014 *cit. in Almeida et alii.*, 2020).

Assim como jornalistas, outros profissionais se organizaram na tentativa de obter dados oficiais sobre a pandemia de Covid19. No final de 2020, sete entidades, lideradas pela *Open Knowledge Brasil* elaboraram um documento que denunciava as violações ao princípio constitucional da publicidade e ao direito de acesso a informações de interesse público praticadas pelo governo federal (*Open Knowledge Brasil et alii.*, 2021). A análise de 30 itens que deveriam garantir informação sobre as ações referentes à Covid19 mostrou que 73% dos quesitos apresentaram problemas: seja incompletude (37%), ausência completa (30%) ou inconsistência (7%). Apenas oito (27%) atingiram níveis que consideramos satisfatórios (*Open Knowledge Brasil et alii.*, 2021, p. 21).

Os entraves ao exercício do Jornalismo no Brasil durante a gestão Bolsonaro não se restringem à dificuldade de acesso às fontes para obter informações. Ocorrem também pela disseminação de informações falsas originadas por agentes estatais, dentro os quais, o presidente Bolsonaro, seus filhos e políticos de sua base de apoio. A agência Aos Fatos contabilizou 6.155 declarações falsas ou distorcidas em 1.340 dias como presidente, data que corresponde ao dia 02 de setembro de 2022. Dentre as mais recorrentes, estão afirmações mentirosas sobre a imprensa e os jornalistas. A checagem<sup>16</sup> de declarações apontou que, entre janeiro de 2019 e dezembro de 2021, o líder brasileiro proferiu 132 declarações mentirosas referentes ao tema imprensa (Aos Fatos, 2022). Seguem alguns exemplos:

---

<sup>16</sup> Esta base (Aos Fatos, 2022) agrega todas as declarações de Bolsonaro feitas a partir do dia de sua posse como presidente. As checagens são feitas pela equipe do Aos Fatos semanalmente.

- Dia 18/03/2019
  - ✓ “A população aprendeu a usar mídias sociais e não confia mais nem acredita na grande imprensa.” (Bolsonaro, 2019)
  - ✓ “E depois [a jornalista Míriam Leitão] conta um drama todo mentiroso de que ela teria sido torturada, sofreu abuso. Mentira.” (Bolsonaro, 2019)
  - ✓ “Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?” (Bolsonaro, 2019)
  
- Dia 28/02/2022
  - ✓ “Uma repórter perguntou pra mim se havia massacre [na Ucrânia] eu perguntei pra ela: você tem certeza disso?” (Bolsonaro, 2022)

### 3.3 O Tweetverso @bolsonaro

Antes de abordar o espaço virtual utilizado pelo presidente para a comunicação oficial de governo, vamos entender a influência que a internet exerce sobre a vida dos brasileiros. As redes sociais são a principal fonte de informação no país ultrapassando, pela primeira vez, a Televisão como referência informativa, segundo o Relatório Reuters Digital News Report referente ao ano de 2020 (Fletcher *et alii.*, 2020). No país, existem 447 milhões de computadores, notebooks, tablets e smartphones, o que representa dois dispositivos digitais por habitante. Ao todo, o retrato digital do país inclui, ainda, 242 milhões de smartphones em uso, cerca de 1,6 por habitante. As redes sociais são acessadas por 75% da população. Para se informar sobre política, a escolha recai para o Twitter, apontado pelos usuários como a rede que oferece maior facilidade para obter diretamente junto aos perfis dos políticos ou dos jornalistas, além de sites e blogs de veículos de comunicação. Além disso, dentre os usuários do microblog, 74% afirmam ser influenciados pelas ideias de atores políticos (B9, 2020).

Outro levantamento realizado pela Agência Statistic (Statist, 2022) revela o quanto os temas políticos movimentam o microblog e levam à tomada de posição dos usuários. Segundo a pesquisa de agosto de 2022, a maioria dos usuários da rede no Brasil se declara de direita (33%), enquanto 30% disseram ter orientação política de esquerda, 26% se definiram como de “centro” e 12% não quiseram responder. Pelos dados, percebe-se que o microblog reflete a divisão ideológica do país.

O cenário em torno do ambiente digital e, em especial, o Twitter, tornou-se o melhor dos mundos para políticos que conseguem dominar a linguagem virtual e fazer uso da tecnologia para difundir sua mensagem, habilidade que Jair Bolsonaro já demonstrou possuir. O líder brasileiro está presente nas principais plataformas digitais, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Tik Tok*, onde acumula 44,8 milhões de seguidores, além de forte participação digital nos aplicativos de relacionamento Whatsapp e Telegram, ferramentas definitivas para a estratégia de comunicação que o levou a conquistar eleitores. Através das redes digitais, Bolsonaro construiu uma imagem política de autenticidade, fundamentada por valores cristãos e nacionalistas, crítico do establishment, um outsider que o projetou para estar na disputa mais importante da sua carreira e eleger-se presidente da República. (Gomes, 2004; Grow & Ward, 2013 *cit. in* Carreiro & Matos, 2019).

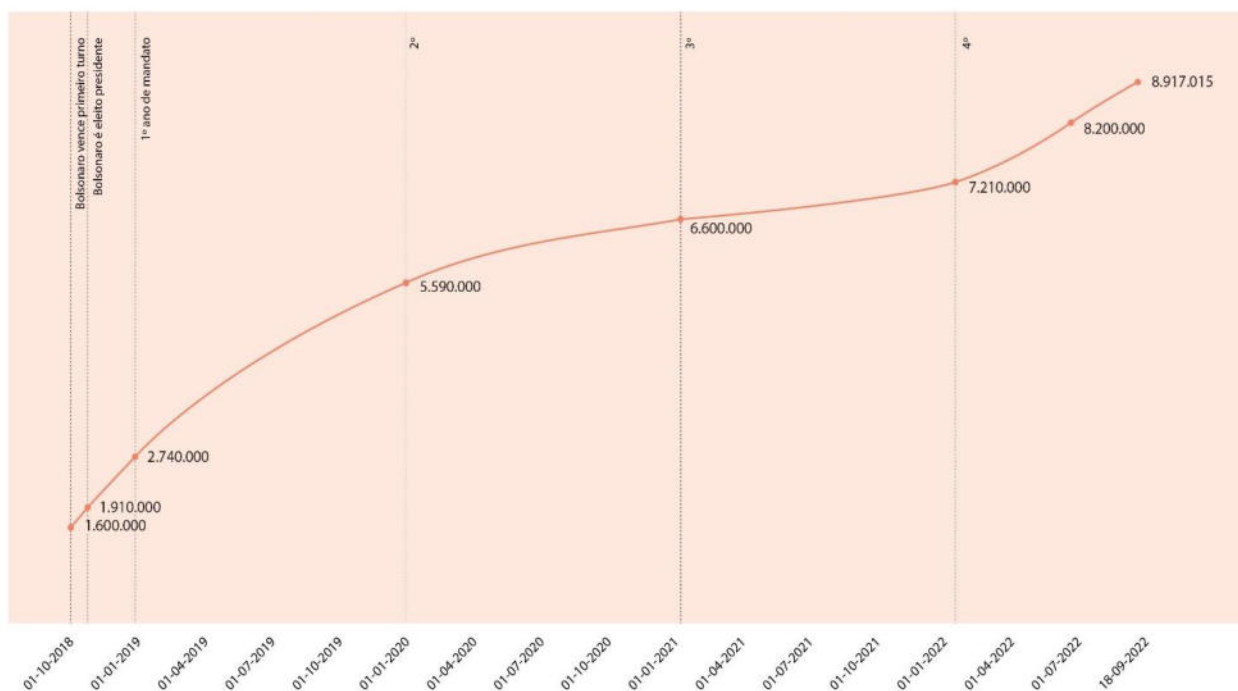
Depois de 27 anos de mandatos parlamentares iniciados na Câmara Municipal do Rio de Janeiro, Jair Messias Bolsonaro chegou à Presidência em um pleito marcado pelo protagonismo digital. O político que vinha do chamado baixo clero, expressão dada aos parlamentares sem expressão da Câmara Federal, obteve 57 milhões de votos, representando 55,13% do eleitorado brasileiro. O discurso digital para conquistar os votos dos brasileiros era um compilado daquilo que ele já defendia nos mandatos parlamentares como vereador, deputado estadual e federal. A defesa dos direitos dos militares, a redução da maioria penal, a posse de arma de fogo e o retorno do voto impresso no Brasil.

Mas foi a pauta de costumes que movimentou debates, até então fora do eixo político, como a ideologia de gênero e o casamento homoafetivo, já regulamentado no país. O discurso é amparado pelo lema Deus, Pátria, Família (Dias, 2022), “uma versão ampliada do slogan do movimento fascista Ação Integralista Brasileira (AIB), criado na década de 1930” (Folha, 2022, s/p). Para enfrentar o candidato do Partido dos Trabalhadores, Fernando Haddad, Bolsonaro lançou mão das redes sociais, seu principal instrumento de divulgação da campanha é uma alternativa para driblar o pouco tempo dentro do horário eleitoral na Televisão, que era de apenas oito segundos, além de 11 inserções de 30 segundos cada, durante todo o primeiro turno (TSE, 2018).

Hábil nas redes sociais, o presidente brasileiro é um veterano no microblog, onde desembarcou no dia 31/03/ 2010. Atualmente, possui 8.917.015 followers, número que o transforma no político brasileiro mais influente na rede social e o segundo com maior número de seguidores nas Américas, (Burson Cohn & Wolfe,2020). Um ano depois de assumir a presidência, Jair Bolsonaro apareceu entre as cem pessoas mais influentes do mundo, na prestigiada lista elaborada pela revista Time (G1, 2019), ao lado de líderes como Donald Trump e o premiê italiano Matteo Salvini.

Na cartografia de poder da política mundial (Bites, 2019), o líder brasileiro é um fenômeno digital desde que assumiu a presidência até a data final de extração de dados deste estudo, no dia 1º de novembro de 2021, @Jair Bolsonaro ganhou mais de seis milhões de seguidores na rede social. No dia 1º de janeiro de 2019, 2,8 milhões de perfis seguiram a conta @jairbolsonaro, o que pode ser atribuído ao aumento da hiperatividade na rede (Santos *et alii*, 2019, p.71), Após a eleição, Bolsonaro adotou as redes sociais como prioridade da comunicação governamental. Veja o crescimento do político no gráfico 2. “O tom de voz é o mesmo da época da campanha, ampliado pelo maior potencial de alcance” (Carreiro & Matos, 2019; Souza, 2020).

**Gráfico 2 - Crescimento de seguidores do Presidente Jair Bolsonaro no Twitter**



Fonte: Twitter

A trajetória de Bolsonaro nas redes sociais confirma a relação entre seu desapareço pela imprensa e o aumento da sua influência digital, onde ocorreu a transformação do personagem cujo discurso recheado de palavrões, ofensas às mulheres e aos homossexuais, defesa do figuras fascistas e nazistas e de atos de ódio garantia espaço nos programas sensacionalistas, mas também produzia críticas, Jair Bolsonaro promove uma mudança na sua comunicação com os eleitores, como aponta as notas taquigráficas da Câmara Federal, utilizadas como referência pelas autoras. Na época, o então parlamentar parte para afirmações falsas como insinuações como associar o governo Lula com o serviço secreto russo. E aparece, ainda, a primeira menção ao comandante Brilhante Ustra, torturador da Ditadura Militar, que ele segue elogiando até hoje. Um dos registros está presente no artigo científico A campanha eleitoral permanente de Jair Bolsonaro: O deputado, o candidato e o presidente destaca:

Os ataques à imprensa seguem quando em 22 de janeiro de 1998, Bolsonaro aclama a inauguração da TV Câmara e desfere ataques à imprensa tradicional Bolsonaro critica Alexandre Garcia (jornalista) que afirmou no Bom dia Brasil que os parlamentares poderiam assistir, de suas casas, aos poucos que comparecem às sessões, trabalharem” (Cioccarì & Persichetti, 2019, p. 9)

À medida em que conseguiu mais apelo nas ruas redes sociais, o parlamentar afastou-se das entrevistas em programas sensacionalistas, que lhes rendiam audiência não era levado à sério pelos meios de comunicação jornalísticos e por seus jornalistas. Apresentando-se como anti-establishment, concentrou o sentimento antipetismo turbinado pelas ações da Operação Lava-Jato que levariam para a prisão o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, ao mesmo tempo em que se colocava como candidato à presidente. (Hunter & Power, 2019 apud Santos *et alii.*, 2020).

O ampliava sua popularidade digital, o parlamentar deixa de lado os órgãos oficiais” (Cioccarì & Persichetti, 2019, p.9). Com Bolsonaro na Presidência, a conta oficial no twitter ganhou selo azul de verificação, que é uma garantia de autenticidade de perfis de usuários notáveis\*, e passa a ser adotada para dar publicidade aos atos de governo, já no início da gestão. Os seguidores foram os primeiros a conhecer os novos ministros e as decisões adotadas no período de transição. No perfil, também foram divulgados pronunciamentos sobre as primeiras medidas do seu governo. Assim como utilizado na

campanha eleitoral, o perfil no microblog tornou-se ferramenta central da comunicação do governo (Carreiro & Matos, 2019)

Às polêmicas que sempre frequentaram a conta @jairbolsonaro somam-se que envolvem infra-estrutura, educação, saúde e segurança passam a dividir espaço com as pautas morais e ideológicas e as críticas aos opositores. Não há dissociação entre Bolsonaro presidente e Bolsonaro deputado ou vereador, ou mesmo candidato, já que ele demonstra estar em campanha permanente (Carreiro, 2019; Miguel & Matos, 2019; Sousa, 2020). A linguagem fácil, até ingênua, o tom jocoso ou de brincadeira atraem o interesse dos seguidores e provocam engajamento. “A estratégia de construir ‘personagens’ representa a tentativa de fornecer um atalho ao eleitor e orientar seu voto e/ou apoio pelas características pessoais e valores que o político incorpora” (Rossini & Leal, 2012, p. 102).

Até a autodefinição em seu perfil é capaz de engajar os usuários: “cristão, conservador e militar” Uma breve pesquisa na internet sobre temas aos quais o líder brasileiro costuma fazer uma associação à sua imagem . De acordo com o Google Trends (Período: 01/04/2004 a 05/10/2022), recurso da ferramenta digital que mensura o interesse dos internautas, a partir das consultas ao buscador, o termo “cristão”, que é usado para se apresentar aos seguidores, está em ascensão na plataforma Google, desde 2018, ano das eleições brasileira. Após o pleito, houve estabilidade nas buscas e elas voltaram a crescer em abril de 2022, quando Jair Bolsonaro disputa a reeleição.

A conta presidencial é movimentada com com publicações diárias e interação com internautas que replicam e/ou comentam as postagens do presidente. Até mesmo durante os processos de internação aos quais foi submetido, após atentado sofrido durante a campanha eleitoral, o perfil se manteve ativo apresentando aos seguidores, a rotina de exames e consultas em que aparece deitado no leito hospitalar (figura 3).

### Figura 3 - Acompanhamento no hospital durante campanha



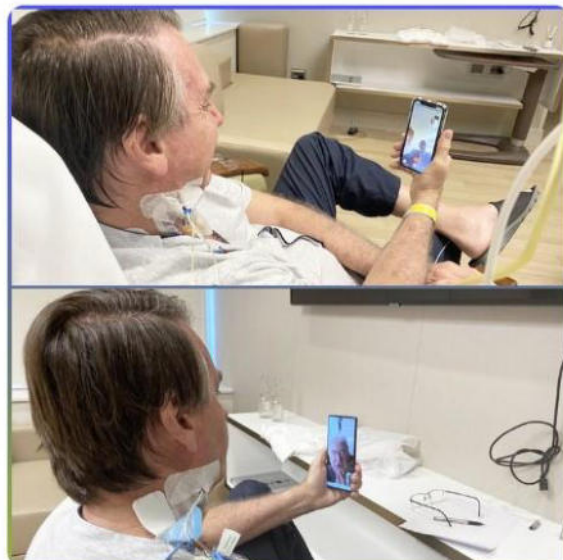
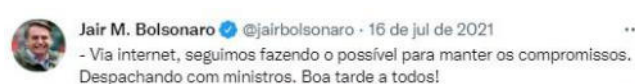
Fonte: Twitter

As publicações, que fazem parte da amostra de tweets deste estudo, estão entre as favoritas segundo o Twitonomy. O post do dia 16 de julho de 2021, com uma foto presidente andando pelo corredor do hospital (figuras 4 e 5) enquanto é submetido à soro intravenoso teve 16, 848 retweets e 104,671 curtidas, tendo sido o post com maior engajamento da série hospitalar.

**Figura 4 - Post direto do hospital**



**Figura 5 – Outro post do hospital**



Fonte: Twitter

Apesar do grande número de seguidores, o líder brasileiro mantém controle sobre a interação com os usuários críticos, como será detalhado no capítulo seguinte. A conta presidencial estimula o compartilhamento das ideias do presidente, mas não admite o debate público. Os usuários acessam o conteúdo sem o potencial de romper os filtros-bolha (Pariser, 2011; Recuero, 2017). O modelo cria “uma percepção falsa de esfera pública - onde todos falam e de opinião pública - onde a maioria concorda” (Recuero, 2017, p.2).

Ao mesmo tempo em que parte dos estudiosos concorda que as Novas Tecnologias de Informação contribuem para uma melhor governança, a política 2.0 é ancorada pela participação dos atores sociais na formulação, desenvolvimento e avaliação de políticas públicas por meio do uso da inteligência coletiva “ (Castellanos *et alii.*, 2011, p. 79) e abre perspectivas, nas palavras de Gomes (2004), de se criar uma “democracia eletrônica” (p.218), na prática, pesquisas apontam que a migração dos atores políticos se dá muito mais em razão do desejo de referendar seus interesses do que de promover a interação com usuários (Grant *et alii.* 2010 *cit.in* Bentivegna, 2016).

Em um estudo de análise do perfil de Twitter do Clã Bolsonaro, Santos *et alii.* (2018) observam que os políticos, dentre os quais se inclui o de @jairbolsonaro, [...] “compartilham publicações sem comprovação”[...] podemos considerar uma influência da pós verdade sobre parte da opinião pública”.

As tecnologias oferecem muitas possibilidades para se medir o potencial interativo de um perfil em rede social. Um modelo qualitativo pode ser utilizado a partir das trocas de informações entre seguidores e o perfil deles. A conta presidencial segue apenas 547 perfis de twitter. É um grupo seletivo, sobretudo, se comparado ao total de seguidores aqui já mencionado. O ranking aponta que políticos de partidos da base eleitoral do presidente aparecem no topo da lista. Em seguida, estão os líderes internacionais, os ministros e ex-ministros do governo; bolsonaristas, que são apoiadores; comunicadores, bloggers e influenciadores digitais e militares. Também aparecem pastores, comediantes e perfis críticos à imprensa e às instituições de estado, que propagam ofensas aos jornalistas, como @odiodobem, @folha\_sp, @isentoes. Contas relacionadas ao mercado financeiro de criptomoedas, o perfil @defesahetero que tem como objetivo se contrapor aos direitos dos homossexuais e até uma escola de formação de líderes conservadores.. Dos onze ministros do Supremo, Bolsonaro segue apenas @andremendonça que foi nomeado por ele com a alcunha de “terrivelmente evangélico”.

Nesse universo muito particular, o maior número de interações de Jair Bolsonaro é com seu próprio perfil. No período pesquisado, o presidente comentou em 146 conteúdos postados por ele, o que representa 28% do total. Outras formas de interação envolvem os perfis dos filhos, o senador Flávio Bolsonaro (PP-RJ) @flaviobolsonaro, o deputado federal Eduardo Bolsonaro (PL-SP) @eduardobolsonaro e o vereador Carlos Bolsonaro (Republicanos-RJ) @carlosbolsonaro. Em um estudo anterior, sobre a estratégia de comunicação de Bolsonaro, Carreiro & Matos (2019) comentam sobre a visibilidade dada a perfis sem representatividade que publicam conteúdos favoráveis. “Estes perfis, em geral, são guiados por uma postura conservadora e não republicana que desconsidera princípios democráticos. Além disso, são responsáveis pelo desgaste da qualidade deliberativa uma vez que adotam em grande medida estratégias discursivas como ofensas, ameaças e tom apelativo” (Carreiro & Matos, 2019, p. 26).

Para efeito de comparação acerca da diversidade dos perfis seguidos, foi utilizada a mesma tabela de classificação de perfis da conta @jairbolsonaro para analisar perfis seguidos pelo primeiro ministro português Antônio Costa @antoniocosta em sua conta no Twitter, ativa desde 2016 e que conta com 274 mil seguidores. O líder português segue 321 perfis na sua conta na rede que é utilizada para divulgar informações públicas referentes ao cargo. O maior número de perfis é de jornalistas dos principais veículos de comunicação de Portugal e dos meios de comunicação, com contas verificadas. Em seguida, aparecem ministros e ativistas, líderes internacionais e perfis ligados ao esporte. Na categoria de líderes internacionais, o perfil de Costa está conectado on line aos presidentes da França @emanuelmacron, do Peru @martinsviscarra, da Argentina @albertofernandez, ao premiê da Alemanha, @olafscholz e à primeira-ministra da Finlândia @sanamarin e da Índia @narendramodi, nomes que representam diversas correntes ideológicas.

Embora o Brasil integre o G-20, organização econômica que reúne as maiores economias do mundo, Bolsonaro segue apenas três líderes do grupo, os presidentes Joe Biden @POTUS, dos Estados Unidos, o perfil do Kremlin @presidentofRussia e o primeiro-ministro de Israel @naftalibennett. Não há líderes da América do Sul no perfil presidencial. Tanto Bolsonaro quanto Costa seguem o presidente da Organização Mundial de Saúde Tedros Adhanom @drTedros

Para detalhar ainda mais o ambiente virtual em torno do qual o presidente brasileiro mantém-se ativo, uma auditoria da Plataforma *Fake Followers Audit* apontou para um grande número de fakes. Pelo menos 60,9% dos perfis estavam inativos ou foram identificados como bots, contas robôs usadas para turbinar perfis com base na auditoria, o site Uol analisou 2 mil seguidores e constatou que 59% não estavam em Português, 61% era de perfis criados nos últimos 90 dias e 18% não tinham publicações apesar dos dados apontarem para a alta incidência de perfis fakes, as contas ativas se mantinham fieis ao ponto de assegurar performance positiva na métrica de engajamento (Revista Fórum, 2019). Os dados apontam para a estratégia digital de transmissão de mensagens sem a existência de opiniões contrárias, posto que inexistem atores críticos, como jornalistas.

### 3.4 No Twitter, jornalistas não são bem-vindos!

No documento Freedom of Connection, a Unesco alerta para um aumento de estratégias de governos para reprimir ou controlar a liberdade de expressão no mundo. Para isso, são adotadas técnicas sofisticadas de controle de conteúdo.

Em 2007, a iniciativa acadêmica independente OpenNet Initiative (Iniciativa Rede Aberta) encontrou evidências de filtragens da internet ordenadas pelo governo em 26 dos 41 países analisados. No final de 2009, o projeto estimou que 32% de todos os usuários da internet estavam acessando uma versão filtrada. Em casos extremos, mas com frequência cada vez maior, isso incluiu filtragens da internet em grande escala, muitas vezes com o propósito de impedir o fluxo de notícias para fora de um país durante períodos de crise. Mais comumente, as ações de censura têm envolvido o bloqueio – indefinidamente ou por períodos limitados – de canais de televisão a cabo, redes de telefonia móvel e domínios ou sites da internet. (Unesco, 2016, p.40) .

As filtragens denunciadas pela Rede Aberta não são destinadas aos jornalistas, mas elas fazem parte de um processo que acontece em ambiente digital, com múltiplas plataformas de mídia e envolve atores governamentais e não governamentais. Nesse cenário, também crescem as campanhas de desinformação e informação manipulada contra o trabalho da imprensa que a Unesco avalia como uma tentativa para “desfazer a credibilidade das informações que eles produzem” (Unesco, 2016, p.42).

No Brasil, a Organização Não Governamental Internacional de Direitos Humanos e a Abraji foram algumas entidades de defesa da liberdade de imprensa que identificaram outro fenômeno associado à violência contra os profissionais de comunicação no perfil de Jair Bolsonaro no Twitter: o bloqueio de críticos, entre parlamentares, jornalistas e influenciadores.

Em relatório divulgado em agosto de 2021, a ONG notificou 176 bloqueios realizados naquele ano, somente pelo presidente. O número corresponde a mais da metade do total de bloqueios identificados, que foi de 315. Os dados foram obtidos a partir de consulta pública no site da entidade, após a negativa da Secretaria de Comunicação da Presidência sobre o quantitativo oficial de contas impedidas de seguir o presidente.

Dentre as contas bloqueadas, pelo menos 38 perfis exibiam o selo de verificação de autenticidade e interesse público, status conferido pela rede social a personalidades públicas e que conferem autenticidade. A pesquisa também aponta que os perfis impedidos de seguir o presidente, não desrespeitaram regras da plataforma que poderiam servir como justificativa para o bloqueio. Contas institucionais de sites de credibilidade como The Intercept, Congresso em Foco, Repórter Brasil, Diário do Centro do Mundo e O Antagonista, que fazem a cobertura política e têm em seus quadros jornalistas conhecidos no país, também foram alvo dos bloqueios.

Entidades ligadas à defesa dos direitos humanos - Repórteres sem Fronteiras, Anistia Internacional e Human Rights Watch - também foram impedidas de acessar diretamente a conta presidencial. Da mesma forma, perfis técnicos, como o do Observatório do Clima, que divulga informações sobre o meio ambiente, e a Agência de Checagens de Notícias, Aos Fatos, estão impedidos de acompanhar Bolsonaro no Twitter (figura 6).

**Figura 6 - Bloqueio Repórter Sem Fronteiras**



Fonte: Twitter

No caso da Agência de checagem, o bloqueio teria ocorrido em supostamente em retaliação à atividade de checagem de declarações do presidente publicada no dia 18 de janeiro de 2021 e a empresa alega que não houve uma interação dos responsáveis pela publicação com a conta presencial. Segundo a diretora-executiva do Aos Fatos, Tai Nalon, o bloqueio soa como uma reação agressiva ao acompanhamento sistemático que é feito das declarações do presidente no contador de checagens. “Tal atitude é arbitrária e demonstra crescente intolerância do mandatário ao contraditório”. (Aos Fatos, 2021, s/p).

Em post no seu perfil de Twitter, o jornalista Leandro Demori também denunciou o bloqueio (figura 7). Demori era editor-executivo do site The Intercept, responsável pela divulgação de uma reportagem investigativa que apontava relações entre o então juiz Sérgio Moro e integrantes do Ministério Público Federal com o objetivo de prender o ex-presidente Lula. A série de reportagens, ficou conhecida como Vaza-Jato, numa alusão à Lava-Jato, nome da Operação coordenada por Moro e mudou os rumos da Operação que teve parte de suas ações anuladas pela Justiça brasileira. O bloqueio, no entanto, aconteceu logo após a eleição de Bolsonaro (figura 7). “Pode o presidente eleito do país bloquear um jornalista? Justamente no meio que ele promete prestar contas à população? @jairbolsonaro acaba de me bloquear aqui no Twitter porque expus mais uma de suas mentiras descaradas. Em que tipo de democracia ele acredita?” (Demori, 2018, s/p).

### Figura 7 - Bloqueio Leandro Demori



Fonte: Twitter

O jornalista recorreu à Justiça Federal, através de uma ação popular que pretendia obter o desbloqueio de todos os demais seguidores de Bolsonaro que tiveram acesso vetado.

[...] O Réu publicara uma entrevista para O Globo com o então indicado a Ministro da Cidadania, e hoje ocupante da pasta, Osmar Terra, na qual este declarou que já havia conversado com o presidente eleito para propor limite à venda de bebidas alcoólicas. O Réu alegou que se tratava de fake news. Leandro Demori, nessa postagem, perguntou às 8h53, “Seu ministro mentiu, então?” e cerca de uma hora depois, o jornalista publicou a informação de que fora bloqueado pelo Réu” (Viana, 2019, p.4)

A ação de Demori ganhou corpo quando o advogado Thiago Viana @thiagogviana publicou um texto em que convocava os seguidores bloqueados por críticas ao presidente ou aos seus filhos que se identificassem para que pudessem ser amparadas por uma eventual decisão judicial, a primeira ajuizada no país. O post do advogado recebeu 274 comentários de seguidores bloqueados (figura 8). Além de jornalistas, cientistas, humoristas e sites críticos ao governo denunciaram os bloqueios.

### Figura 8 – Denúncia de bloqueio de Thiago Viana



Fonte: Twitter

O argumento utilizado na ação popular ressalta o Twitter administrado pelo presidente para a comunicação de atos oficiais, uma prática adotada também durante sua passagem pelo Parlamento.

Ocorre que nem na época que era deputado federal o Réu fazia uso de um perfil oficial distinto de seu perfil pessoal. Sempre fez suas publicações por meio desses perfis pessoais. Sempre utilizou-se desses canais para divulgação de sua atuação parlamentar e política. A confusão entre rede social e rede social oficial se comprova mais uma vez quando se verifica que o Réu anunciou 14 de seus 22 ministros por meio do Twitter (Brandão, 2019, p.9)

O jornalista William de Lucca também perdeu acesso à conta de Twitter presidencial, ato que também deu origem a uma contestação na Justiça.

O Impetrante em nenhum momento faltou com o devido respeito à Autoridade Coatora. No entanto, o bloqueio ocorreu após uma legítima manifestação do Impetrante, o que impede o acesso e o direito de manifestação à conta mantida no Twitter pelo Exmo. Presidente da República, que passou a ser um canal de informação do cargo máximo do Poder Executivo brasileiro. (Carvalho *et alii*. p.28).

Entidades de defesa dos jornalistas, dentre elas, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, e a Human Rights Watch passaram a denunciar a prática dos bloqueios “[...] Ele está tentando eliminar de suas contas pessoas e instituições que dele discordam para transformá-las em espaços onde apenas aplausos são permitidos. É parte de um esforço mais amplo para silenciar ou marginalizar os críticos” (Human Rights Watch, 2021).

Aldé (2004), defende que acesso amplo às fontes de informação política é garantia para participação dos atores sociais na esfera pública. "Os jornalistas são vistos como responsáveis pela transparência da administração pública e pela denúncia e vigilância do poder político, através da incumbência, que lhes atribuem os espectadores, de fornecer-lhes a 'essência dos fatos' políticos" (p. 178). Os críticos dos bloqueios argumentam que tais atos impedem que o profissional faça as suas apurações e interaja com o político e limitando o exercício profissional que tem na liberdade de expressão um valor elementar para a saúde da Democracia. Carreira & Matos (2021, p. 26) chamam a atenção para outro aspecto, "sua influência na qualidade da informação que circula na esfera pública afeta direta e negativamente a democracia no contexto político brasileiro".

Os bloqueios aos jornalistas são interpretados como parte da estratégia beligerante que tem marcado a relação do governo Bolsonaro com a imprensa brasileira e internacional amplificada pelas redes sociais oficiais mas não restrita a elas.

A constância da violência contra jornalistas de um ano para outro está diretamente associada a três fatores: à sistemática ação do presidente da República, Jair Bolsonaro, para descredibilizar a imprensa; à ação de seus auxiliares e apoiadores contra veículos de comunicação social e contra os jornalistas. (Fenaj, 2021, p.7)

O banimento de profissionais de imprensa do perfil @jairbolsonaro suscitou uma onda de ações judiciais na tentativa de obter o desbloqueio e reaver o direito de acesso ao perfil presidencial. As contestações são amparadas no direito à liberdade de expressão, assegurado pelas leis brasileiras. Aqui, vale destacar conceitos sobre o termo que está associado ao exercício da profissão do jornalista e à própria Democracia. "A relação entre organizações jornalísticas e o direito à informação é intrínseca, explícita em códigos deontológicos da profissão. No processo de agendamento de políticas públicas que assegurem esse direito, a imprensa é um forte ator a ser considerado" (Dutra & Paulino, 2021, p.35)

O direito à informação está previsto no artigo 19, da Declaração Universal dos Direitos Humanos (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 1948). Foi a primeira vez que se tratou dessa questão em um fórum internacional e como garantia universal de acesso à

informação pública produzida ou tutelada pelo estado (Birkinshaw, 2006 *cit. in* Dutra & Paulino, 2021. p.32).

No Brasil, como mencionado anteriormente, o direito expressão e manifestação de opinião está previsto na Constituição Federal, que estabelece princípios e garantias essenciais à Democracia e proteção aos meios de comunicação comprometidos com a prestação de serviços de interesse público. Tanto os artigos constitucionais que asseguram os direitos referentes à liberdade de expressão e de informação, quanto a Lei de Acesso à Informação, também mencionada anteriormente, têm sido utilizadas nas ações judiciais que reivindicam o desbloqueio dos jornalistas, assim como parte-se da premissa de que pessoas em cargos públicos não poderiam bloquear jornalistas nas redes sociais, posto que elas utilizam os perfis pessoais para comunicar informações dos seus quadros.

Porém, ainda não há jurisprudência formada sobre os limites do uso de espaços interativos virtuais como fórum público que envolvem interação entre governantes e governados. A primeira tentativa de criar uma referência jurídica aparece no escopo do Projeto de Lei 69/2022 (Agência Câmara, 2022) que tramita na Câmara Federal e insere medidas no marco civil da internet. Em um dos seus artigos, há a proposta que pretende regulamentar o uso das redes por agentes estatais “[...] proíbe detentores de mandatos eletivos, autoridades da administração pública, pessoas jurídicas de direito público ou seus representantes de excluir ou bloquear usuários ou seguidores em redes sociais, ou de outra forma limitar o acesso às informações veiculadas” (Bezerra, 2022).

O projeto também defende que impedir o acesso a informações divulgadas por agente público e que são de interesse público "podem alavancar ou prejudicar políticas públicas, podem gerar efeitos eleitorais, podem conduzir, estimular ou deformar o debate público" . No texto, é admitida a moderação da publicação. O provedor da rede social pode excluir, suspender e bloquear conteúdo gerado por seguidor, desde que fique configurada a existência de ofensa aos titulares, com a ressalva de que é assegurado o direito de resposta (Bezerra, 2022, s/p).

As relações entre o público e privado no exercício das liberdades comunicativas nas redes sociais são um tema novo, cada vez mais debatidas no ambiente jurídico internacional. Em

2018, o caso *Knight First Amendment Institute At Columbia University v. Trump* (Marimow, 2019), levou à Corte Distrital de Nova York (US District Court, NY), a legalidade do bloqueio de seguidores pelo perfil de Twitter do presidente Donald Trump. A questão levantada através e que passou a ser discutida é se a interação entre um agente público em uma rede social, que é originalmente de controle privado, pode ser considerada uma ação de estado, tomada em um ambiente de esfera pública, à medida em que ela é utilizada para anunciar temas de interesse público?

Oliveira *et alii.* ( 2020) analisam que a decisão favorável ao desbloqueio dos seguidores foi tomada a partir do entendimento de que, ainda que a plataforma Twitter ofereça aos usuários, a possibilidade de decidir com quem querem interagir e que a conta associada à Trump, aberta em 2009, portanto anterior à sua ascensão à presidência (2016-2021), entendeu-se que a conta era usada como órgão oficial de comunicação da Casa Branca, reconhecida como tal, pelo povo americano e líderes estrangeiros. A defesa do presidente perdeu o recurso em uma instância superior.

[...] o só fato de se considerar um discurso crítico não legitima restrições e reduções à liberdade de expressão, pois o Estado não pode pretender escutar só as ideias que mais lhe agradem, devendo pautar-se por uma postura normativa de máxima neutralidade diante das ideias colocadas em disputa. Isto é, reconheceu-se que o bloqueio se deu em razão das críticas ao Presidente Trump em temas de interesse social, conformando uma conduta não admissível diante da Primeira Emenda conflitando, em razão das singularidades (Oliveira *et alii.* 2020, p.14).

As questões envolvendo espaços interativos virtuais de agentes de estado, enquanto searas públicas que permitem a participação nos assuntos de interesse público, têm sido desafio em outras cortes internacionais. Uma pesquisa de revisão de jurisprudência internacional revela mais decisões que confirmam o entendimento da Corte Americana no caso *Trump vs. Knight First Amendment Institute At Columbia University*.

Em 2019, a Suprema Corte de Justiça do México confirmou uma decisão de primeira instância que determinou o desbloqueio de um jornalista (nome preservado no processo) que ficou impedido de seguir a conta do procurador-geral do estado de Vera Cruz, Jorge Winckler Ortiz @AbocadoWinckler. Os juízes entenderam que a conta do procurador não pode ser considerada privada, que o exercício de cargo público é a garantir o interesse

social das publicações, que a autoridade colocou-se de forma voluntária de não restringir sua conta na rede social, estando, portanto, sujeito ao escrutínio popular. A sentença é tão abrangente que o magistrado determinou o impedimento do bloqueio independente do cargo ocupado pelo procurador e enquanto permanecer na condição de funcionário público.

[..]Com base nessas considerações, é válido concluir que o direito à privacidade das pessoas públicas e, em particular, dos funcionários públicos, é limitado pelo direito à informação e pelos princípios democráticos que o fundamentam. Pode-se, inclusive, afirmar que o controle social a que estão sujeitos não é exclusivamente sobre suas manifestações ou ações públicas, mas também pode se estender às atividades que os mesmos exercem de forma privada. (Mora, 2019, Caso1005/2018, 29 de março de 2019, p.34)<sup>17</sup>

Citada na sentença favorável ao desbloqueio do jornalista mexicano, a Convenção Interamericana dos Direitos Humanos, assinada durante a Conferência Interamericana de Direitos Humanos, em San José, Costa Rica (1969), trata da liberdade de expressão:

O direito de expressão não pode ser restringido por canais ou meios indiretos, como o abuso de controles oficiais ou privados sobre papel de jornal, radiofrequências, ou equipamentos e equipamentos utilizados na divulgação de informação ou por qualquer outro meio de comunicação e a circulação de ideias e opiniões. (Artigo 13.3, Convenção Americana dos Direitos Humanos, 1969).

Desde a sua divulgação, o documento ampara decisões que buscam preservar os direitos à livre expressão nos países signatários. Uma busca a partir das palavras-chave “liberdade de expressão”; “democracia”, democracy";"constitucional";"freedom of expression; “value” encontrou decisões votos a ações que tramitam em Tribunais da África do Sul, Alemanha, França, Costa Rica, Chile, Venezuela, Israel, Macedônia do Norte, Turquia e na Corte Internacional de Direitos Humanos (STF, 2020, p. 2).

Em outra sentença, o Tribunal Constitucional do Peru decidiu, por maioria, pelo desbloqueio da conta de Twitter de Erick Iriarte Ahón @coyotegrís feita pelo presidente do Conselho de Ministros, Cateriano Belido @PCaterianoB. Os votos dos ministros se

---

<sup>17</sup> Tradução da autora. No original “A partir de estas consideraciones es válido concluir que el derecho a la privacidad de las personas públicas y en particular de los funcionarios públicos se ve acotado por el derecho a la información y los principios democráticos que subyacen a éste. Incluso se puede afirmar que el control social al que se encuentran sujetos no versa exclusivamente sobre sus manifestaciones o actuaciones públicas, sino que también puede extenderse a las actividades que realicen de forma privada” (Mora, 2019, Caso1005/2018, 29 de março de 2019, p.34)

dividiram. No entendimento do ministro Espinosa Saldaña Barrera, a conta de um funcionário público de alto escalão, ainda que seja utilizada para divulgar informações de interesse público, não perde o caráter de conta privada, podendo, portanto, utilizar as ferramentas necessárias que permitem aos usuários selecionar as formas de interação que desejar.

Não existe base legal para que, neste caso, Iriarte Ahon possa obrigar o réu para desbloqueá-lo de uma rede social pessoal. E é que embora certas áreas da vida privada de altos funcionários público podem ser excepcionalmente expostos porque são diretamente relacionados a questões de interesse público, tal situação não exige, pelo simples fato de ter concordado com a referida posição, possibilitar uma acesso irrestrito às suas redes sociais pessoais a terceiros. Consequentemente, a pretensão é improcedente, uma vez que, para além do cargo público que o réu ocupava, essa conta ainda era pessoal. O direito fundamental para a liberdade de informação, em sua manifestação de coleta de em si, não habilita o autor a exigir legalmente o desbloqueio, a fim de habilitar o acesso a uma conta pessoal, na qual seu usuário pode determinar com quem se comunica ou deixa de se comunicar (Sentencia del Tribunal Constitucional, 2015 *cit. in* Iriarte & Asociados, 2016, p. 7).

Os demais ministros integrantes da Corte, Miranda Canales e Ledesma Narváez votaram pelo desbloqueio da conta do advogado por considerar que a medida do agente público ocorre sem motivação constitucional em uma conta que publica informações pertinentes ao exercício das funções públicas. Tal bloqueio, no entendimento dos magistrados peruanos, viola os direitos fundamentais à liberdade de informação e expressão.

Por estas razões, consideramos conveniente declarar a reclamação de amparo, tendo comprovado a violação dos direitos fundamentais da liberdades de informação e expressão, reconhecidas no artigo 2.º, n.º 4, do Constituição Política do Peru; e ordenar a Presidência do Conselho de Ministros adotar as medidas necessárias para que nenhuma pessoa, a menos que haja motivo expressa constitucional devidamente justificada, está bloqueada em conta oficial estado do Twitter, ou seja, uma conta que é usada por instituições públicas ou por funcionários públicos para que o Estado se comunique com os cidadãos (Sentencia del Tribunal Constitucional, 2019. p.11)

Retomando a questão brasileira dos bloqueios na conta presidencial, já no primeiro ano de mandato de Bolsonaro, seguidores críticos foram impedidos de acompanhar a rede social do presidente. Levantamento divulgado pela revista Científica LatAam Journalism Review (2022) identificou seis ações de pedidos de desbloqueio do perfil @jairbolsonaro e de outras autoridades. Um dos casos envolve a deputada federal Natália Bonavides (PT/RN), bloqueada por fazer críticas quanto ao aumento das queimadas na região norte.

O comunicado no site oficial da parlamentar informou a impossibilidade de exercer uma das funções do seu mandato que é a fiscalização de atos do Executivo em um espaço considerado como canal oficial de pronunciamento do presidente.

Nossa página no Twitter ficou impedida de falar diretamente com o perfil do presidente, em mais uma demonstração da incapacidade que ele possui para lidar com críticas. No momento em que nossas florestas estão queimando, Bolsonaro prefere ignorar quem denuncia seu autoritarismo e seu entreguismo (Bonavides, 2019, s/p)

O Supremo Tribunal Federal também recebeu um mandado de segurança impetrado pela Abraji que representava, na ocasião, os associados da entidade classista, mas era extensiva aos demais jornalistas que também tenham sido bloqueados (Abraji, 2021). Segundo o argumento da ação, a rede social do presidente é utilizada preferencialmente para a promoção de ações de interesse público, como construção de obras, dados do monitoramento da pandemia de Covid-19. “Assuntos de inquestionável interesse público – como obras públicas, trocas no comando de ministérios, concessão de patrimônio público e operações de combate ao tráfico de drogas – foram levados a público por meio da conta do presidente da República no Twitter” (Teixeira, 2021)

Para a preparação da peça jurídica, a Associação fez uma análise de 4.120 publicações na conta presidencial a partir de janeiro de 2020. Desse total, apenas 68, que correspondem a 1,4%, foram enquadrados como pessoais. A pesquisa revelou que 98,6% - um total de 4052 tweets foram considerados de interesse público. Nas redes sociais, jornalistas que foram bloqueados questionam o comportamento do chefe de estado com a alegação de que o debate público é afetado quando um agente público cria formas de impedir o acesso da imprensa a informações de interesse público. Existem muitos meios de acessar conteúdo bloqueado. Mas isso envolve utilizar contas falsas ou navegação privada, o que não é razoável em uma democracia e numa comunicação entre atores públicos e idôneos. “Dado que uma das características centrais do meio digital é a interlocução e o diálogo permanentes e contínuos, a autoridade que opta pela comunicação vertical, unidirecional, não dialogada, está se revelando especialmente autoritária e atrasada” (Audi, 2021, s/p).

O jornalista William de Lucca teve sua conta bloqueada pelo perfil do presidente após um comentário a uma publicação em que Bolsonaro afirmava não aceitar a interferência

de outros países que criticam os problemas ambientais relacionados à Amazônia. “uma manifestação legítima, onde não houve desrespeito ao presidente”. Na contestação judicial, os advogados reivindicam o desbloqueio e a vedação à prática em quaisquer redes sociais onde a autoridade mantenha conta e faça publicações de interesse público, o que tornaria essas contas oficiais.

O parecer da Procuradoria Geral da República, exigência legal no processo de julgamento do mandado de segurança contra o presidente, reconhece o uso da conta pessoal na rede social para abordar políticas públicas e anunciar atos administrativos relevantes, porém, mesmo com a ampla repercussão, alega que os atos não podem ser confundidos como “direito ou obrigações da Administração Pública”, que Bolsonaro utiliza a rede como “cidadão”, não como “presidente” e, em razão disso, deve ter assegurado em seu direito privado de administrar o espaço virtual com base nas regras da plataforma, que lhe possibilita a seleção dos usuários, “Inclusive para apaziguar ânimos mais acirrados, evitando a propagação de comentários desqualificadores e de discurso de ódio” (Aras, 2019, p 10)

Uma vez que os debates em torno dos limites de uso da conta presidencial como divulgadora da comunicação pública do seu governo versam em torno do caráter privado da relação entre o usuário do perfil e a plataforma digital, torna-se relevante explicar que a dissensão existe, sobretudo pela falta de legislação para tratar do tema. Em 2017, entrou em vigor no país, um decreto que buscava adequar a comunicação presidencial à determinação constitucional que prevê que administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedeça aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Dois anos depois, em janeiro de 2019, o presidente Jair Bolsonaro publicou um novo ato em que delegava à Coordenação com a Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria de Governo da Presidência da República, a responsabilidade pela administração das suas contas nas redes sociais (Planalto, 2019). No ano seguinte, o líder brasileiro revogou o documento anterior, assinado por ele, tornando sem validade a decisão sobre a gestão das suas contas digitais (Planalto, 2020). A medida contribuiu para o vácuo jurídico no qual se discute o direito do agente público de impedir o acesso à conta que ele utiliza como estratégia de comunicação dos seus atos.

Novamente nos deparamos com a distinção entre esfera pública e privada no ambiente virtual. As interpretações políticas e jurídicas buscam posições que se amparam em conceitos anteriores ao advento das Novas Tecnologias de Informação, difíceis de serem encaixadas em práticas comunicativas dinâmicas que costumavam solucionar tais embates. No caso Knight First Amendment Institute, da Universidade de Colúmbia contra Donald Trump, a juíza Buchwald, do Tribunal do Distrito Sul de Nova York, derrubou os argumentos apresentados pela defesa ao entender que a conta @realDonaldTrump era um espaço governamental, ainda que criada em 2009, data anterior à eleição do 45º presidente americano, deveria ser avaliada menos pela origem e mais pelo conteúdo. Aqui, esses fatores corroboram fortemente a conclusão de que o espaço interativo é um fórum público designado. (Buchwald, 2018).

[Se o] [...] espaço interativo é um foro público designado, com “intenção governamental” servindo como “A pedra de toque para determinar se um fórum público foi criado” [...] “A intenção não é meramente uma questão de propósito declarado. De fato, deve ser inferido a partir de vários fatores objetivos, incluindo: política [do governo] e práticas anteriores, bem como a natureza da propriedade e sua compatibilidade com expressivas” ( Buchwald, 2018, *cit in*. Viana, 2018, p 28)

Embora os julgamentos das ações semelhantes ainda não tenham sido concluídos, a relatora do pedido, a ministra do Supremo, Carmen Lúcia, manifestou voto favorável ao desbloqueio mencionando que a “aparente informalidade, suposta precariedade ou privatividade do Twitter não tira o caráter oficial das declarações publicadas por Bolsonaro (Carmem Lúcia, 2020, p.23) A magistrada entende que o que ela define como “ praça virtual tecnológica”, uma versão da “ praça é do povo”, e nela não cabe o cerceamento dos indivíduos que escolheram estar nesses espaços.

O voto da ministra traz um componente novo ao debate que precede as questões jurídicas envolvendo os direitos de agentes públicos em relação ao exercício da busca pela informação. Diz a ministra que uma suposta inexistência de ambiente físico ou nomeação oficial do que possa ser caracterizado como de responsabilidade do agente investido no cargo público, o que vai determinar é discurso. A administração pública não seria limitada aos espaços oficiais de poder e nem à revogação da normativa que delegou poderes a agentes públicos subordinados ao presidente, de administrar suas contas enquanto detentor do mandato.

Mestre e Doutor em Direito Constitucional, Edilsom Farias é um dos mais respeitados juristas brasileiros no estudo e pesquisa referentes à liberdade de comunicação. Em uma análise detalhada da proteção constitucional à respeito da atividade de comunicar, ele destaca que o dispositivo refere-se exclusivamente à comunicação pública, ou seja, dados, informações e documentos em poder da Administração Pública, representada por agentes públicos, no exercício de suas funções e que são de interesse público. A partir do que está delimitado na Carta Magna, o jurista trata de dois direitos fundamentais.

O primeiro é o direito de informar, assegurado aos profissionais de comunicação, por meio dos órgãos de divulgação de massa, que é indispensável ao exercício profissional dos comunicadores (Farias, 2022).

[...] Sem o livre acesso às fontes de que provêm as notícias, haverá redução da circulação de informações, com o comprometimento da atividade técnica de difusão de notícias e, em última instância, estará privada a sociedade do conhecimento de várias informações retidas nas fontes (Farias, 2022, p.195).

Farias também destaca o direito fundamental de ser informado por “meio dos sujeitos que têm o dever jurídico de prestar as informações” (Farias, 202, p.197). O princípio se baseia na relevância da informação para o exercício dos direitos sociais e individuais e instrumento indispensável para a democracia participativa que conta com o fundamento da transparência e visibilidade dos atos públicos.

É plausível justificar que o ditado constitucional cobre não só a o transmitente mas o beneficiário da informação porque, sendo ambos polos de uma relação comunicacional, a falta de amparo jurídico para um deles pode levar a uma kafkiana incomunicabilidade. (Farias, 2022, p.196).

Se no campo da Ciências da Comunicação, são muitos os estudos sobre o direito de autoridades bloquearem seguidores nas redes sociais, no âmbito do Direito brasileiro, um dos poucos artigos científicos foi apresentado no II Congresso Internacional Information Society and Law. No texto “Caso Trump: uma análise do bloqueio de usuários nas redes sociais por autoridades públicas e o direito humano de acesso à informação”, Viana &

Ferreira (2019), entendem que o caráter de interesse público se sobrepõe à definição de perfil individual.

[...] cabe lembrar que o princípio republicano tem por básica a exigência de tratar a coisa pública sem deixar que as preferências pessoais ou idiossincrasias da autoridade estatal interfiram na tomada de decisões e na própria administração da res publica. Bloquear usuários porque teceram críticas ofende também a impessoalidade, numa perigosa lógica “amigo-inimigo” – tão ao gosto da doutrina de Carl Schmitt –, além de caracterizar intolerável discriminação de ponto de vista. (Farias, 2022, p.22) .

Os direitos fundamentais presentes na Constituição Brasileira e que têm sido objeto de preocupação nos ordenamentos jurídicos internacionais (Farias, 2022) não se referem ao ambiente digital, mas também não podem ser excluídos de debates como uso de redes sociais por agentes públicos. Nesse campo, existem muitos estudos que abordam a deliberação on-line, que Mendonça (2018, p. 60) define como sendo o “conjunto de abordagens que ressaltam o papel da discussão pública na construção coletiva de soluções mais legítimas e complexas para questões do interesse público” tem sido tema recorrente de estudos nas últimas décadas. Atualizada pelo pesquisador alemão ao longo da sua obra, a Teoria Habermasiana oferecem expressivas possibilidades de análise também para este campo na medida em os discursos são mensurados pelo caráter de participação aberta, justificação de posições dentro de um tratamento respeitoso, interativo e autêntico na busca do bem comum para se chegar ao consenso.

Pesquisadores como Mendonça & Kies (2018) avançam da discussão do papel dos discursos na estruturação dos indivíduos em uma comunidade política e questionando sobre o poder deliberativo dos fluxos discursivos, como estabelecer o papel deles no exercício do debate na esfera pública . “Os fluxos discursivos podem ser tomados como deliberativos? Qual o papel que eles têm, ou teriam, na promoção da deliberação? Eles oferecem novos desafios à possibilidade do debate público?”(Mendonça, 2018, p.261).

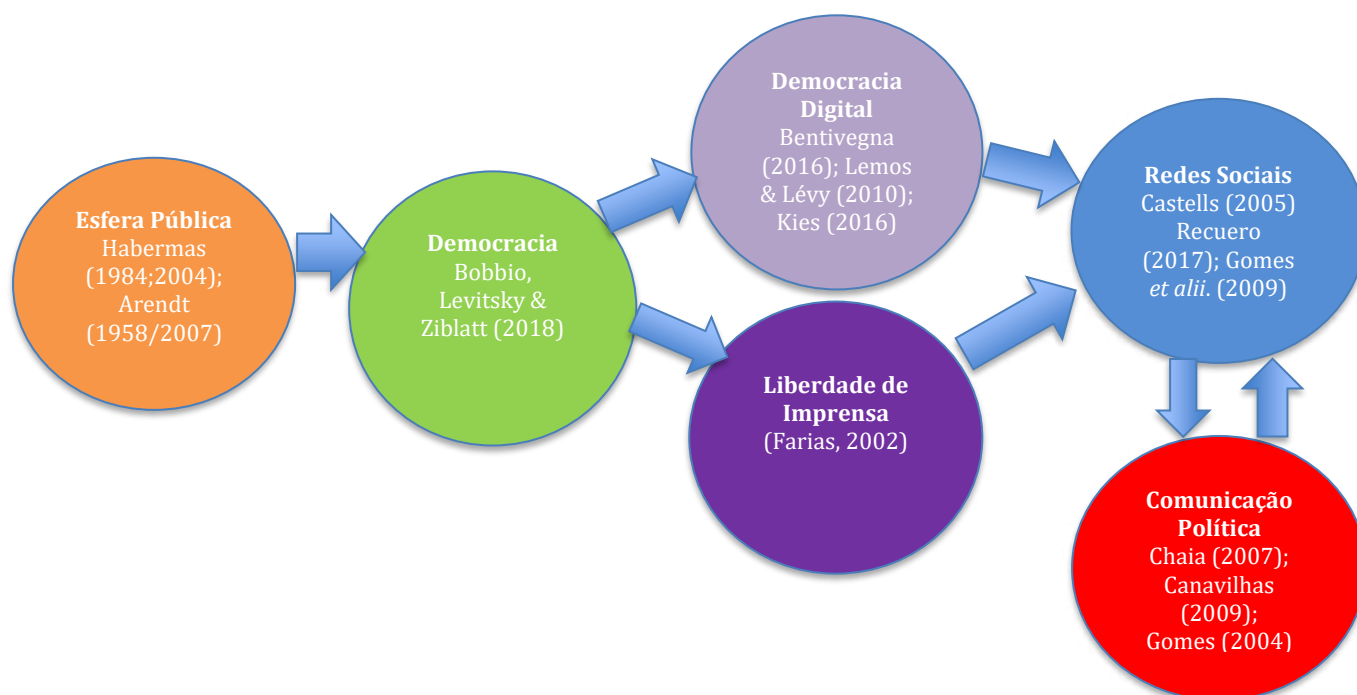
## Capítulo IV - Desenho da Pesquisa

### 4.1 Etapas da Pesquisa

Como mencionamos anteriormente, o presente trabalho parte da hipótese de que o perfil do presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) constitui um canal de informação das ações do governo brasileiro, sendo assim, matéria de interesse público e de transparência da governança, por isso, os jornalistas não podem ter o acesso restringido. Para testar nossa hipótese de pesquisa, delimitamos como **objetivo geral**: analisar a dinâmica comunicativa do Presidente Jair Bolsonaro no Twitter, ponderando até que ponto o bloqueio de jornalistas no acesso à conta presidencial desrespeita a liberdade de expressão e os direitos profissionais dos jornalistas, tendo em conta a Constituição, as leis, a ética e o relacionamento que outros Presidentes eleitos tiveram com a imprensa.

Para concretização da pesquisa, procedemos primeiramente a uma pesquisa bibliográfica que auxiliasse no processo de entendimento do problema de pesquisa e fornecesse ferramentas para a construção de um modelo de análise condizente com os dados adquiridos ( figura 9). Assim, procedemos à leitura da realidade do nosso tema a partir dos seguintes autores e conceitos.

**Figura 9 - Mapa mental dos conceitos utilizados**



Fonte: elaborado pela autora

Os conceitos trazidos pelos autores se interrelacionam com vistas à compreensão da Comunicação Política em toda a sua evolução, desde os encontros na *Ágora*, na Grécia antiga, quando eram discutidos os assuntos de interesse dos cidadãos da *Polis* (cidade) aos dias atuais com o impacto das novas tecnologias de informação sobre a forma de difusão da mensagem política. O debate aberto, com a participação dos cidadãos na mesma condição de igualdade e com a função de influenciar a opinião pública é condição que Habermas (1984) conceitua como esfera pública. Enquanto fenômeno, a esfera pública converte-se em um espaço da Política no conceito de Arendt (1958/2007) que destaca a pluralidade capaz de organizar o convívio dos diferentes. Na esfera pública, o debate entre os diversos atores públicos e privados engloba um exercício de tolerância e diversidade. O processo de tomada de decisões no espaço público nos traz o conceito de Democracia.

Para Bobbio (2009), a coletividade é representada por um indivíduo quando é feita com base em regras a serem seguidas por todos. Ao longo da história, a Comunicação Política fez uso das tecnologias. O discurso para pequenos grupos foi amplificado com o surgimento dos meios de comunicação social que transmitem a mensagem política através

da mediação do jornalista. Este tem como obrigação o dever de informar o que é de interesse público. Com a chegada das redes sociais, muitos estudiosos entendem que houve uma migração da esfera pública para o ciberespaço e, com ela, a Comunicação Política, agora centrada nos atores políticos assumindo o papel de emissor, sem a mediação jornalística.

A presença dos atores políticos das redes sociais garante o contato direto com os cidadãos e tem potencial de atrair aqueles cidadãos que não se interessavam pela mensagem dos políticos. Neste cenário, enquanto Lemos & Lévy (2010) vêm na internet, um ambiente profícuo para a governança democrática, estudos mais recentes (Bentivegna, 2016; Kies, 2016) mostram que a migração dos atores políticos para as redes sociais tem tornando possível uma melhor avaliação da forma como eles utilizam esses espaços virtuais (que agregam milhares e até milhões de seguidores).

Como já apontado neste estudo, a plataforma do Twitter é amplamente utilizada como ferramenta oficial de divulgação de atos do seu governo e opiniões do presidente, portanto, de interesse público e com alto potencial de noticiabilidade, também atestado por pesquisas mencionadas anteriormente. Para a recolha dos dados utilizamos a metodologia da pesquisa documental. O espaço de tempo definido (01.07.2021 a 01.11.21) possibilitou a coleta de material suficiente para a investigação que esse estudo se propõe, em razão da hiperatividade da conta do presidente, que produz, em média 4.07 tweets por dia, orneendo-nos um corpus de 505 tweets publicados no período selecionado. Para a realização desta fase de extração dos dados, foi utilizado o aplicativo de recolha de dados *Twitonomy*<sup>18</sup> diretamente do perfil @jairbolsonaro.

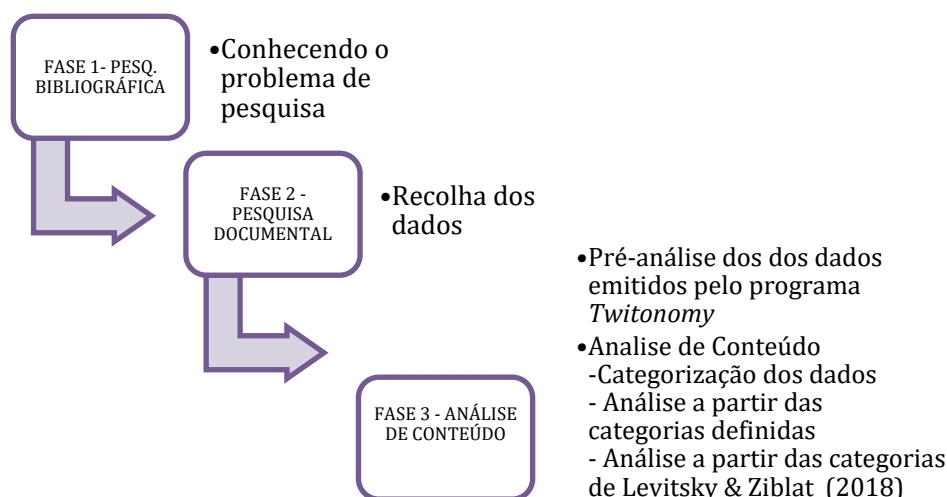
Para a análise dos dados procedemos à Análise de Conteúdo de Bardin(1977). Segundo a autora, as técnicas utilizadas nesta metodologia “visam obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens em indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagem” (Bardin, 1977, p. 42).

---

<sup>18</sup> *Twetonomy* é um app, desenvolvido pela rede social Twitter, capaz de obter análises detalhadas e visuais dos tweets, retuítes, respostas, menções, hashtags de qualquer pessoa (*Twetonomy*, 2022).

Para este estudo, as variáveis não foram pré-estabelecidas. Decidimos que seria mais viável uma pré-análise dos dados, como propõe Bardin (1977), para depois os próprios dados nos indicarem as melhores variáveis. Assim, definimos as seguintes categorias: crítica; imprensa; política internacional; religião; reconhecimento; divulgação de governo; autopromoção; polêmica; família/povo; outros. No próximo tópico é possível encontrar a descrição de cada uma das categorias (tabela 1). Abaixo apresentamos uma representação gráfica do desenho da pesquisa (figura 10).

**Figura 10 - Descrição gráfica das fases do trabalho**



Fonte: elaborado pela autora

#### 4.1.1 Descrição detalhada da Análise de Conteúdo

Todas as ações que contestam os bloqueios de jornalistas apontam que tal ato constitui restrição da liberdade de imprensa. Embora não exista uma jurisprudência consolidada no país, ante à novidade acerca do tema, há vasto material apontado neste estudo que nos aproxima da associação entre ações que impedem a presença de atores sociais, como jornalistas, no ambiente digital de agentes estatais, como prática condenável de cerceamento da liberdade de imprensa, conquista, esta sim, regulamentada na Constituição Federal em vigor no país e através de vários acordos internacionais firmados pelo governo brasileiro. Ainda assim, profissionais de comunicação têm sido sistematicamente

impedidos de acessar, de forma direta, conteúdo de interesse do público divulgado pelo líder brasileiro, em ambiente digital onde mantém hiperatividade majoritariamente através de publicações de interesse público. Partindo dessa premissa, este estudo buscou classificar no corpus se o conteúdo publicado no perfil de tweet presidencial poderia ser enquadrado como suscetível a se transformar em notícia.

Para Traquina (2005), definir o que é notícia faz parte da cultura profissional, inerente à atividade jornalística cuja formação inclui a identificação dos parâmetros que determinam se um fato tem ou não potencial para virar notícia. Para Bourdieu (1997, p. 67), o processo seletivo por que passam discursos e ações, que ele chama de “prova de seleção jornalística” é uma forma de censura cuja premissa se baseia apenas no aspecto da repercussão junto ao público. É bem verdade que o pensamento crítico aparece em sua obra “Sobre a Televisão”, onde analisa a influência do poder econômico no processo de seleção de notícias para programas televisivos. Os jornalistas têm “seus óculos especiais”, por meio dos quais vêem certos acontecimentos e não outros, resume (Bourdieu, 1997, p.12).

Esses “óculos” são os valores-notícia através dos quais os jornalistas operam a seleção dos acontecimentos e sua construção como discurso jornalístico. Traquina (2005) revisita autores que abordam o tema anteriormente e encontra pontos em comum, na história do Jornalismo, o que tem o potencial de noticiabilidade. Tudo que é insólito, extraordinário, proeminente, ilegal, as guerras, a calamidade e a morte. Este estudo vai se ater aos valores-notícia de seleção, que cabe ao jornalista definir, conforme sua avaliação, e que o autor define como sendo os critérios de notoriedade, proximidade, relevância, tempo, conflito, controvérsia e infração.

Seguindo os critérios de noticiabilidade, este estudo contabilizou apenas 05 (cinco) tuítes que se enquadram como pessoal, sendo que, em apenas dois há referências à família. Nesse escopo, estão tuítes com homenagens à mãe e outro sobre o pai do presidente, o que representa 0,99 % do total. O achado deste estudo é de que 99% dos posts no perfil presidencial são publicações de interesse público, com potencial para se transformarem em notícia. Aqui, vale uma referência ao levantamento da Associação Brasileiro de Jornalistas Investigativos, já mencionado anteriormente, o qual aponta que mais de 98% das

publicações no perfil @jairbolsonaro são de interesse público e contêm mensagens relevantes que deveriam ser comunicadas ao público (Abraji, 2022).

Depois da identificação das mensagens pelo seu potencial de noticiabilidade, subdividimos as mesmas conforme o escopo temático em que se enquadravam. A categorização de conteúdo produzido por agentes políticos em ambiente digital vem sendo, cada vez mais, tema de estudo, porém, Matos *et alii.*, (2017, p. 7) chamam a atenção para uma lacuna: a ausência de “[...] análises sobre como os líderes políticos desenvolvem estratégias de comunicação política online durante momentos de instabilidade política, econômica e social na gestão político-administrativa”. Ao pesquisar sobre Estratégias de Comunicação Política no Twitter de Dilma Rousseff, os autores categorizam os posts da ex-presidente brasileira em nove itens a partir dos quais foram analisados: Agenda, Ataque e Contra-ataque, Chamada para Ação, Demarcação de Posição, Endosso Midiático, Esclarecimento, Exibição de Capital Político, Projeções e Realização.

Já os estudos de Rossini & Leal (2013) analisam o conteúdo das mensagens de quatro líderes da latino-americanos: Hugo Chávez (Venezuela), Rafael Correa (Equador), Sebastián Piñera (Chile) e Juan Manuel dos Santos (Colômbia) e classificaram as publicações como Discurso Político, Discurso Pessoal, Crítica/Comentário e Interação. Vamos aqui, uma associação entre o uso da rede dos líderes e a possibilidade das publicações serem convertidas em notícias. Para a presente pesquisa, foi adotada uma categorização própria do corpus, obtida com base na revisão de literatura abordada aqui e na análise do contexto das mensagens (tabela1).

**Tabela 1 - Descrição das categorias de análise**

<b>CATEGORIA</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
<b>Críticas</b>	São aquelas mensagens onde o presidente condena ações ou pessoas que teriam posições contrárias às suas. Nesse critério, aparecem tuítes contra a oposição em geral ; o ex-presidente Lula e o PT, adversário político de Bolsonaro, ao Supremo Tribunal Federal e governadores.
<b>Imprensa</b>	Nesse quesito, os tweets da conta presidencial fazem referências aos meios de comunicação e aos jornalistas, quase sempre em protesto a reportagens divulgadas com denúncias ao seu governo.
<b>Política Internacional</b>	Publicações sobre lideranças internacionais, ações que envolvem outros países, comentários positivos e negativos sobre o cenário político internacional.
<b>Religião</b>	Publicações que associam símbolos religiosos e menção a lideranças religiosas.
<b>Reconhecimento</b>	Comentários com referências a personalidades que se destacaram, seja nos esportes ou em outras áreas e que mereceram elogios e incentivo por parte do presidente.
<b>Divulgação de Governo</b>	São as ações governamentais, com anúncios de obras, nomeações de ministros e novidades em geral referentes ao Governo Federal.
<b>Autopromoção</b>	Nesse critério, foram listados os tweets em que o presidente divulga outros canais de comunicação, como seus perfis no Telegram; compartilha publicações, quase sempre de outros perfis de pouca representatividade mas que sempre trazem postagens elogiosas sobre ele e sobre seu governo.
<b>Polêmica</b>	Publicações que envolvem pautas de costumes com as bandeiras ideológicas defendidas por Bolsonaro - como a política de armamento da população; incitações contra outros poderes e críticas à urna eletrônica e ao processo eleitoral brasileiro.
<b>Família/povo</b>	Publicações de cunho pessoal que fazem alusão aos familiares e momentos da vida privada do presidente.
<b>Outros</b>	Tweets que fogem dos critérios anteriores e abordam assuntos aleatórios.

Fonte: categorias criadas pela autora com base em Traquina (2005)

“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter

## Capítulo V - Descrição e Análise dos Dados

### 5.1 Síntese dos dados coletados

Após a extração dos dados, a leitura das mensagens nos levou ao enquadramento dentro das variáveis apresentadas para que esse detalhamento possibilite avaliar o grau de noticiabilidade das mensagens e, em consequência, o interesse público pela informação). Através da análise quantitativa (tabela 2), verificou-se que dos 505 tweets analisados, **254** publicações, o que representa 50,04% dos tweets da conta presidencial no período estudado, são de divulgação de ações governamentais. Esses posts ressaltam anúncios de nomes que passam a integrar o governo ou obras realizadas, informações sobre obras, leilões de estatais, anúncio de medidas como redução de impostos, lançamento de programas e projetos governamentais.

Em seguida, temos os tweets de autopromoção com posts em que o presidente repercute elogios feitos a ele e à sua gestão. Foram identificados **96** tweets (19,1%) nessa categoria, a segunda mais presente durante o período pesquisado. Temos, ainda, a categoria Polêmicas com **47** mensagens (9,3%); menções diretas aos jornalistas e meios de comunicação aparecem em Imprensa e somam **39** (6,9%); **35** publicações (6,9%) foram listadas em Críticas; Há **11** publicações (2,17%) sobre Política Internacional; A categoria Religião teve **7** (1,3%) publicações; Na variável Família apenas **5** posts no período pesquisado (0,9%); Tweets de Reconhecimento foram **4** (0,79%) e **7** publicações que não foram encaixadas em nenhuma das categorias aparecem em Outros (1,3%)

**Tabela 2 - Percentual por categoria**

<b>Categoria</b>	<b>Tweets</b>	<b>%</b>
<b>Divulgação</b>	254	50,3
<b>Autopromoção</b>	96	19,0
<b>Polêmicas</b>	47	9,30
<b>Imprensa</b>	39	7,72
<b>Críticas</b>	35	6,93
<b>Política Internacional</b>	11	2,18
<b>Religião</b>	07	1,39
<b>Família/Povo</b>	05	0,99
<b>Reconhecimento</b>	04	0,80
<b>Outros</b>	07	1,39
<b>Total</b>	505	100

Fonte: dados da pesquisa

## 5.2 Análise por categoria

Como mencionamos anteriormente, selecionamos 505 publicações para a realização da análise de conteúdo dos dados. Delimitamos as seguintes categorias: **Críticas, Imprensa, Política Internacional, Religião, Reconhecimento, Divulgação de Governo, Autopromoção e Polêmicas**. Aqui, vale uma explicação sobre a criação de uma categoria própria para as menções sobre jornalistas e meios de comunicação. A decisão deve-se à necessidade de avaliar o volume de mensagens dentro da conta presidencial a fazer referências à imprensa, com a ressalva de que jornalistas e meios de comunicação críticos são vetados da conta. Assim, a categorização **Imprensa** reúne exclusivamente as menções do chefe de estado que se referem diretamente à atividade jornalística. Nem todas são críticas, já que o presidente mantém relação amigável com blogs e meios de comunicação, a maioria de pequeno porte e pouca representatividade, que são simpáticos ao governo. Alguns desses veículos ganharam notoriedade na gestão Bolsonaro, transformando-se em porta-vozes presidenciais, como o blog “Pingo nos Is”, usado pelo presidente para a divulgação de informações falsas sobre urnas eletrônicas, como veremos a seguir.

Durante a elaboração do trabalho, levantou-se, ainda, a possibilidade de incluir na categoria **Polêmicas**, os posts que questionam ações dos ministros e do Poder Judiciário, através do Supremo Tribunal Federal, mas fez-se a opção de categorizá-los como **Críticas**, onde podem ser encontrados também menções aos que o presidente considera como adversários políticos.

Em **Polêmicas**, está todo o conteúdo produzido através de pautas ideológicas e morais, além de questionamentos sobre o processo de votação eletrônica implantado e consolidado no país, bem como a convocação para atos anti-democráticos. Este trabalho buscou a interação entre os dados obtidos e sua relação com o contexto em que estão inseridos para que nos conduzam na interpretação dos resultados a partir dos elementos que integram o corpus da pesquisa e o referencial teórico aqui utilizado.

### 5.2.1 Divulgação de governo

No dia 05/08/2021, o presidente usou o Twitter para comunicar a nomeação do novo ministro chefe da Advocacia da União, Bruno Bianchi. O post foi acompanhado de uma foto do novo ministro, no Gabinete do Palácio do Planalto (figura 11).

**Figura 11 - Twitter nomeação de ministros**



Fonte: Twitter

Como visto, a categoria Ações de Governo contém o maior número de publicações. Além do anúncio de nomeações, publicações feitas nos dias 07/07/2021; 08/07/2021; 26/09/2021, trouxeram informações novas. A edição de uma Medida Provisória que impactou o preço do etanol (figura 12); a chegada de 600 mil doses da vacina Pfizer (figura 13).

**Figura 12 - Compra de vacinas**



**Figura 13 - Envio de vacinas**



Fonte: Twitter

Vemos aqui, alguns exemplos de como a conta do presidente no Twitter é relevante para a atividade jornalística. Ao ser impedido de seguir o presidente, o jornalista perde o acesso rápido a informações de interesse público. Vale ressaltar que a prática do uso das redes sociais para a divulgação do que seriam furos de reportagem para os jornalistas é extensiva aos ministros do presidente, ou seja, a prática é generalizada, mesmo sendo os agentes estatais, aqueles que lideram a lista de bloqueios aos críticos. Mesmo fora do corpus da pesquisa, um exemplo está em publicação de Luís Henrique Mandetta: “acabo de ouvir do presidente Jair Bolsonaro o aviso da minha demissão no Ministério da Saúde..[...] (Mandetta, 2020). A informação publicada às 16:17h, no dia 16 de abril de 2020, foi manchete dos principais telejornais naquele dia e revelava a tentativa do presidente de barrar medidas sanitárias contra a pandemia, apoiadas pelo então ministro.

A análise de conteúdo deste estudo aponta também que 19,1 % das publicações da conta presidencial no período da pesquisa entraram na categoria de **autopromoção** por apresentarem situações do presidente Bolsonaro em diferentes momentos como motocicletas, eventos organizados por apoiadores motociclistas, e comícios nas diversas regiões brasileiras (figura 14). Nesta categoria, também se enquadram as publicações de divulgação do canal de Telegram do presidente, que aparecem em 60 das 96 postagens classificadas como autopromoção, atos políticos que não configuram ações de Estado, porém, com alto potencial de noticiabilidade (figura 15).

**Figura 14 – Motociata**



**Figura 15 - Bolsonaro no Google**



Fonte: Twitter

Ainda no espectro dessa categoria, é relevante mencionar, como já apresentado, a conta de Bolsonaro no Twitter foi inflada desde quando ele assumiu a Presidência com um importante aumento do número de seguidores e garantindo-lhe o status de liderança com alto índice de popularidade digital. Em sendo a conta, o principal canal de comunicação da atual gestão, a ferramenta também é utilizada para a divulgação pessoal de Bolsonaro fazendo com que ele conquiste cada vez mais seguidores.

A Constituição Federal em vigor no país não permite o uso do poder estatal para obtenção de vantagens pessoais. Em uma análise baseada no entendimento de que ampliar base de seguidores dá ao presidente maior visibilidade política, o que pode ser revertido em apoio popular, a análise nos leva a perceber que Bolsonaro vem utilizando o arcabouço de atos gerados pelo Estado brasileiro, cuja divulgação se apodera como prerrogativa do cargo que ocupa, para benefício próprio. Porém, à despeito das pesquisas existentes no campo da Ciências da Comunicação e que corroboram com tal entendimento, a falta de regulamentação sobre a conta de redes sociais dos ocupantes da Presidência do Brasil se constitui em uma lacuna que impede, através das ações judiciais, uma resposta que possa

evitar ao administrador da conta presidencial, durante o exercício do cargo, de valer-se de tais vantagens, como se percebe nas figuras 16, 17 e 18. Elas retratam posts de Bolsonaro divulgando o seu canal no aplicativo Telegram, onde possui 1,6 milhões de seguidores (Telegram, 2022), sendo o usuário com maior atividade na rede.

Para a professora Letícia Cesarino (*cit. in* Oliveira, 2022) o aplicativo é um canal tem prevalência de políticos de direita, onde são replicados conteúdos duvidosos. No Brasil, o crescimento da ferramenta tem uma relação direta com “(1) o período em que o WhatsApp alterou suas políticas de privacidade, obrigando os usuários a aceitar os termos atualizados e; (2) criação do canal oficial do Presidente Jair Bolsonaro, que convidou os seus seguidores a se inscreverem no mesmo” (Júnior, *et alii.*, 2021, p. 4)

No corpus da pesquisa, foram encontradas publicações do presidente com o claro objetivo de convidar os seguidores a se inscreverem na conta presidencial. Para o convencimento, ele aponta que o ambiente digital trará ações atualizadas do governo. No dia 17/08/2022, a conta presidencial postou: “para acesso à mais informações todos os dias, inscreva-se em nosso canal” (seguido do endereço no telegram) (figuras 16 e 17).

**Figura 16 - Convite para o Telegram**



Fonte: Twitter

“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter

No dia 06/09//2022, o presidente volta a reforçar o convite prometendo notícias sobre ações de governo: “Todos os dias, muito mais informações sobre ações do governo em nosso Telegram (seguido do endereço no telegram).

**Figura 17 - Outro convite para o Telegram**



Fonte: Twitter

E em 26/10/2021, mais um convite para atrair seguidores com uma publicação em que diz: Em resposta a @OGloboPolitica e à jornalista @BelaMegale. “Agradeço a divulgação, mesmo que os motivos expostos sejam Fake News. Com o intuito de ampliar o leque de redes de informações, siga-nos também em mais esta rede social Telegram: <https://t.me/jairbolsonarobrasil>” (Bolsonaro, 2022)

### Figura 18 - Mais chamada para o Telegram



Fonte: Twitter

Na pesquisa aparecem também os tweets que abordam assuntos polêmicos . Ao todo, foram 47 publicações enquadradas na categoria **Polêmicas**, correspondendo a 9% das publicações. Ameaças às instituições e outras instâncias de poder foram incluídas nessa variável. Nos posts analisados durante o período da pesquisa, Jair Bolsonaro estimula um ambiente de dúvidas e questionamentos sobre temas consolidados no país. Isso ocorre quando o presidente incita a população a participar de atos antidemocráticos, como tem ocorrido por ocasião da passagem do 7 de Setembro, data da Independência do Brasil , ou quando coloca em dúvida o sistema eleitoral brasileiro, ainda que não existam evidências de qualquer tipo de irregularidade no sistema de votação por urnas eletrônicas, em vigor desde 1998. Essa desordem institucional tem sido devastadora para o país, como apresentamos no capítulo que informou sobre a redução da cobertura vacinal e pela evasão dos indivíduos que não completam o ciclo vacinal. O Twitter presidencial tem sido usado para repassar informações duvidosas acerca desses temas até então pacificados no país (figuras 19 e 20).

### Figura 19 - Anúncio de provas sobre supostas fraude na eleição de 2018



Fonte: Twitter

### Figura 20 - Supostos documentos provam fraude nas eleições



Fonte: Twitter

Nesta categoria, destacamos também um caso emblemático de polêmica que envolve o negacionismo do atual governo em relação às questões ambientais. No dia 26/09/2021, Bolsonaro repostou um vídeo (Jornalismo TV Cultura, 2019) de um café da manhã com a imprensa internacional. O post trouxe a legenda: “Amazônia e a cobiça de sempre” e o

“Alguém já viu uma medida minha contra a mídia?”: Potencial de noticiabilidade e comportamento autoritário do perfil do Presidente Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter

vídeo gravado pela TV Brasil, emissora do governo brasileiro, de um café da manhã do presidente com a imprensa internacional. O trecho postado por Jair Bolsonaro reproduz a pergunta feita pelo jornalista Dom Phillips, correspondente do britânico The Guardian (figura 21).

**Figura 21 - Post de vídeo com jornalistas “Amazônia e a cobiça de sempre”**



Fonte: Twitter

Em 2022, meses depois do evento, o jornalista e o indigenista Bruno Pereira foram assassinados, no Vale do Javari, na região amazônica, enquanto produzia uma reportagem. No vídeo do Twitter presidencial, Phillips questiona o presidente sobre ações de proteção à Amazônia.

Os números de desmatamento estão mostrando um crescimento assustador, Ibama tá dando menos multas, menos operações. Os sinais que o governo tá dando para a Europa não são positivos no sentido da proteção do meio ambiente. Por exemplo, o ministro do Meio Ambiente (Ricardo Salles, na época) estava em Rondônia, nesta semana, com uma galera das madeireiras. Como o senhor presidente entende e pretende convencer e mostrar para o mundo que realmente o governo tem uma preocupação séria com a preservação da Amazônia? (TV Brasil, 30/07/2019)

A resposta veio em tom ríspido:

Primeiro você tem que entender que a Amazônia é do Brasil, não é de vocês. [...] Nós preservamos mais do que todo mundo. Nenhum país do mundo tem moral para falar sobre a Amazônia. [...] Para que tanta ONG na Amazônia, já que estão tão preocupados com o meio ambiente e o ser humano, e zero no semi árido nordestino? Responda pra mim isso aí, será que o interesse de vocês é com o ser humano ou é outro interesse futuro nessa área? (Bolsonaro, 2019).

Os ataques à imprensa, que aparecem em categoria própria, como explicado anteriormente, mesclam agressividades, tom jocoso, associação com corrupção, como nas figuras abaixo: “A que nível chega o sistema: o ‘meio de comunicação do bem’ chamado @exame divulga a informação e o atacado é quem leu sua matéria! O alvo será a revista ou o leitor? Precisa responder? Tem método!” (Bolsonaro, 2021).

No dia 12 de setembro (figura 22), Bolsonaro sobe o tom com a publicação de uma reportagem que destaca a pouca presença de aliados em um ato anti-democrático em Brasília. A reação foi com um palavrão “- Alguém sabia desse ‘ato’? - Imprensa de m\*\*\*\*”.

### Figura 22 - Vídeo de participação na conferência da ONU



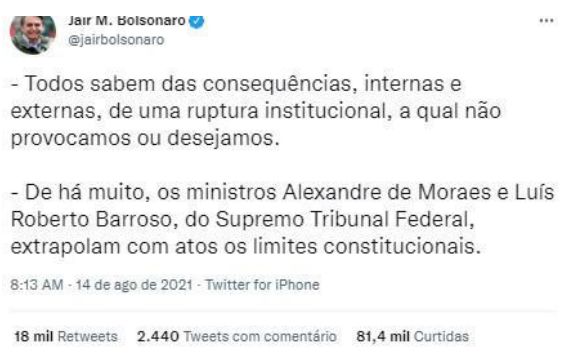
Fonte: Twitter

Palavrões, desdém e discursos que estimulam o ódio aos jornalistas aparecem com frequência nos tweets do presidente Bolsonaro que foram inseridos na categoria **imprensa**. O que encontramos nos posts é uma relação em que jornalistas e meios de comunicação ocupam o mesmo espaço destinado aos inimigos dos demais poderes da República. Sabemos que o mundo caminha no sentido de incluir a inserção da informação como direito fundamental. No Brasil, a imprensa é partícipe ativa do processo que resultou na ampliação do direito à informação e liberdade de expressão, inseridas na Lei Máxima do

país. É sabido, no entanto, que o ambiente digital trouxe outra realidade à atividade jornalística no país, do ponto de vista em que se analisa o acesso às informações de interesse público conduzidas pelo principal líder do país.

A coleta de dados também encontrou no perfil presidencial, **críticas** e acusações a outras instituições brasileiras e seus integrantes. O maior alvo dos ataques é o Supremo Tribunal Federal, com citações nominais aos ministros Alexandre de Moraes e Luís Roberto Barroso (figuras 23 e 24) “Todos sabem das consequências, internas e externas, de uma ruptura institucional, a qual não provocamos ou desejamos. De há muito, os ministros Alexandre de Moraes e Luís Roberto Barroso, do Supremo Tribunal Federal, extrapolam com atos os limites constitucionais” (Bolsonaro, 2021).

**Figura 23 – Sobre ministros do STF**



Fonte: Twitter

**Figura 24 - Impeachment Alexandre de Moraes**



Fonte: Twitter

No dia 4 de agosto de 2021, o presidente utilizou o Twitter para anunciar que divulgaria dados com supostas provas de fraude eleitoral (figura 19). “[...] junto com o deputado @felipbarrost, relator da PEC do Voto Impresso estaremos mostrando fatos relevantes assumidos pelo próprio TRE, sobre ocorrências antes, durante e depois, das eleições de 2018, conforme apurações da @policiafederal” (Twitter, 2021)

Na mesma data (figura 20), Bolsonaro voltou ao perfil presidencial para disponibilizar os documentos que supostamente “comprovam, segundo o TSE, que o sistema eleitoral brasileiro foi invadido e, portanto, é violável” (Twitter, 2021). Bolsonaro teve acesso ao inquérito ao qual se refere, antes da conclusão e, pela divulgação de documentos sigilosos, ele tornou-se alvo de ação no Tribunal Superior Eleitoral por se tratar de assunto de caráter restrito e por causar danos ao sistema eleitoral e ao processo democrático na realização e apuração das eleições (TSE, 2021)

### Figura 25 - Crítica aos ministros do STF sobre auditoria em urnas eletrônicas



Fonte: Twitter

Em outra sequência de tweets, ele volta à polêmica de contestar ações emergenciais feitas pelos governadores no enfrentamento da Covid19 e senadores que integravam a Comissão Parlamentar de Inquérito. As publicações mesclam supostas denúncias, ofensas pessoais em tom jocoso. “- Mesmo com o catastrófico ‘fique em casa que a economia a gente vê depois’ imposto por governadores e prefeitos sem a mínima razoabilidade, o Governo do Brasil sempre se preocupou e agiu nos problemas imediatamente” (Bolsonaro, 2021). Neste sentido, Carreiro e Matos (2019, p. 266) alertam que “a influência na qualidade da

informação que circula na esfera pública afeta direta e negativamente a democracia no contexto político brasileira”

O presidente insiste em se colocar como inimigo de representantes de instituições de poder, como Judiciário e Legislativo, ou melhor, ele coloca senadores e ministros do Supremo Tribunal Federal no lugar de inimigos do povo. O que vemos nas publicações são “declarações de guerra” ao estado democrático que se impõe com equilíbrio de poderes. Há uma desordem institucional, criada com a clara incitação de ódio contra esses representantes do povo. Levitsky & Ziblatt (2018) ressaltam que “não existe um sistema de alarme prévio totalmente segundo para se detectar um governo autoritário” (p.31) mas o discurso desses líderes é um indicador poderoso para se mensurar o grau de risco quanto à tal característica.

A análise do corpus também encontrou críticas aos seus adversários (6,9%) e sobre política internacional (2,7%). A questão sobre o caráter privado da conta de Bolsonaro na rede social envolve os embates jurídicos mas, em relação ao conteúdo, os critérios já mencionados apontam para o contrário. As postagens na categoria **Família** representam um percentual muito pequeno (0,99%) no recorte da pesquisa. Uma delas foi identificada entre os posts do dia 26 de julho, quando o presidente publicou o resultado do teste negativo para Covid19 (figura 26). Embora o tweet tenha sido incluído na categoria daqueles com conteúdo de caráter pessoal, o tema também é de interesse público. Em se tratando de um chefe de Estado e da suspeita de contrair uma doença transmissível, diagnosticada em integrantes da comitiva presidencial, em uma visita aos Estados Unidos. Sobre o tema, o jurista Carlos Ayres Britto, ex-presidente do STF considera que a imprensa tem direito de saber da saúde do presidente (CNN, 2020, s/p)

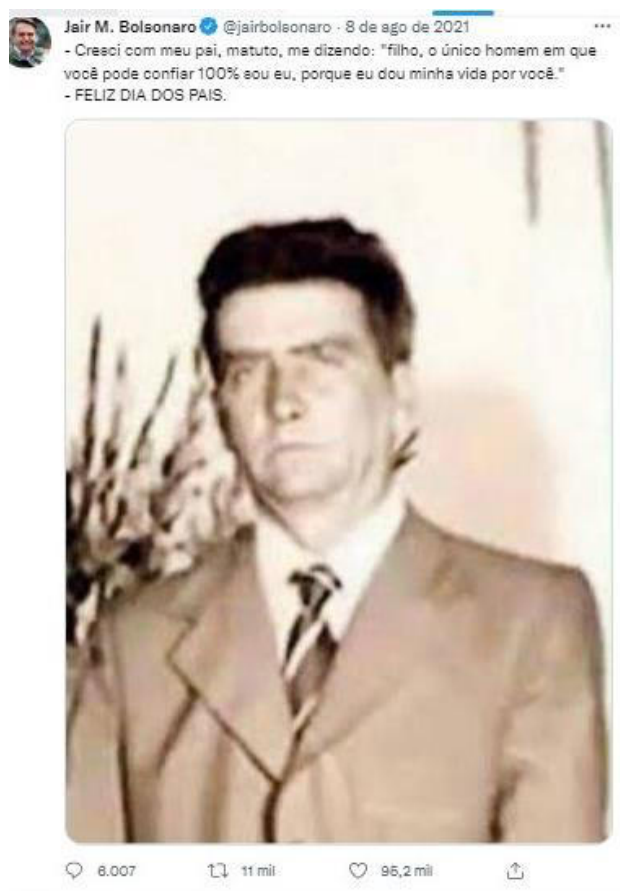
### Figura 26 - Bolsonaro testa negativo para Covid19



Fonte: Twitter

Mesmo conteúdos relativos à família do presidente que se encaixam na categoria podem gerar interesse do público. Foi o que ocorreu com a mensagem em que fez uma homenagem ao seu pai, publicação que teve 92,909 curtidas (figura 27).

### Figura 27 - Post em homenagem ao pai, no dia dos pais



Fonte: Twitter

Os critérios de noticiabilidade fazem da conta presidencial uma fonte primária de difusão de informações de interesse público. Neste quesito, é relevante mencionar que Bolsonaro não é apenas o líder máximo do país mas também uma celebridade digital com reconhecimento internacional. O fato de prestar uma homenagem ao pai, na data que é comemorada nacionalmente pelos filhos, ou quando menciona as monjas redentoristas de Goiás e promete uma visita, tais posts ganham destaque em veículos de comunicação pela notoriedade do ator político.

Como visto, a conta presidencial no Twitter é majoritariamente composta por assuntos de relevante interesse público. O presidente a utiliza para se comunicar com os brasileiros, prestar contas sobre ações que estão sendo desenvolvidas, anunciar a nomeação de auxiliares que passam a compor o governo, dar opiniões sobre o cenário internacional (figura 28) e sobre a política interna.

**Figura 28 – Post sobre prisão de ex-presidente da Bolívia**



Fonte: Twitter

Através do recorte temporal desta pesquisa, a proposta de categorização dos tweets publicados no perfil @jairbolsonaro também busca contextualizar o bloqueio de críticos no Twitter, como parte do relacionamento conturbado com os meios de comunicação e jornalistas. A análise da ação que limita a atividade desses profissionais pode contribuir para entender como tais atos que ocorrem com frequência no Brasil, advindos do núcleo onde se insere do presidente da República, e de que forma podem se configurar em indutores para outros tipos de violência e de estímulo ao discurso de ódio, práticas associadas ao autoritarismo.

Levitsky & Ziblat (2018) avaliam a comunicação política no ambiente digital com todo seu dinamismo e os desafios oferecidos aos pesquisadores das ciências sociais e políticas a partir do papel do que chamam de grades da democracia. Assim, o papel da imprensa torna-se ainda mais relevante do que o que delimita o jornalismo como voz de mediação entre atores políticos e a opinião pública. A presença da imprensa no debate público é

garantia de transparência e legitimidade da mensagem política e esse papel também reflete o quão democrático é um governo.

Embora não exista consenso sobre os limites que podem estabelecer se atores políticos estejam, de fato, promovendo o debate público em um ambiente que também carece de objetividade acerca do seu papel enquanto arena pública ou espaço privado do usuário, a definição da liberdade de expressão tem sido o pilar fundamental para levar a um entendimento que permita avaliar a forma como os atores governamentais se comunicam nas redes sociais. Pesquisas desenvolvidas por Linz (1978 cit in Levitsky & Ziblatt, 2018, p. 32) inspiraram a obra “Como as Democracias Morrem”, *best seller* assinado pelos professores de Ciência Política da Universidade de Harvard, Steven Levitsky e Daniel Ziblatt, onde desenvolvem técnicas para medir os indicadores de comportamento autoritário entre governantes. A medição é feita com o uso de quatro variáveis que mensuram a forma de interação com os seguidores (Tabela 3). São elas:

**Tabela 3 - Indicadores de autoritarismo**

<b>Indicadores de comportamento autoritário</b>	<b>Twitter @JairBolsonaro</b>
1.Rejeição às regras democráticas do jogo (ou compromisso débil com elas)	X
2.Negação da legitimidade dos oponentes políticos	X
3.Tolerância ou encorajamento à violência	X
4. Propensão a restringir liberdades civis de oponentes, inclusive a mídia	X

Fonte: Levitsky e Ziblatt (2018, p. 32-35) inspirados em Linz (1978)

Ao excluir críticos do debate público, desacreditizar a imprensa e estimular ataques contra jornalistas através das redes sociais, Bolsonaro questiona o alicerce da mediação e impõe aos seguidores informação pública unilateral, contestação, e, portanto, isenta do controle de qualidade informativa produzida. Carreiro & Matos (2019) defendem que o conteúdo político não profissional também é desprovido de responsabilidades sociais o que o deixa livre para não incluir diversidade e compromisso com a verdade.

Cada um dos indicadores da tabela tem subdivisões. No primeiro item, que trata da “Rejeição das regras democráticas do jogo” (ou compromisso débil com eles) foram

identificadas dez publicações. Entre os dias 1º e 4 de agosto de 2021, o presidente Bolsonaro fez uma série de posts anunciando que divulgaria provas de suposta fraude nas urnas eletrônicas.

- Dia 1/08 “Eleições somente com contagem pública de votos”.
- Dia 04/08 “ Hoje, às 19h estarei no programa Pingos nos Is junto com o deputado @filipebarrost,relator da PEC do Voto Impresso. Estaremos mostrando fatos relevantes assumidos pelo próprio TSE,sobre ocorrências antes, durante e depois das eleições de 2018, conforme apuração da @policiafederal.
- Dia 04/08 “Conforme prometido em entrevista ao Pingo nos Is, seguem os documentos que comprovam, segundo o próprio TSE, que o sistema eleitoral brasileiro foi invadido e,portanto, é violável. Inquérito 1468 da Política Federal: [bit.ly/2Vym192](https://bit.ly/2Vym192)”.

A divulgação do inquérito inconcluso e que estava em sigilo administrativo na Polícia Federal levou o Supremo Tribunal Federal a investigar o presidente em inquérito ainda em fase de diligências (Ofício GAB-SPR nº 2931/2021, 09 de agosto de 2021).

O inquérito foi instaurado a partir de uma notícia-crime enviada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para investigação das condutas de Bolsonaro, do deputado federal Filipe Barros e do delegado da Polícia Federal Victor Neves Feitosa Campos relacionadas à divulgação de dados de inquérito sigiloso da PF, por meio de perfis verificados nas redes sociais. O objetivo do vazamento, segundo o TSE, seria ampliar a narrativa fraudulenta contra o processo eleitoral, para tumultuar, dificultar, frustrar ou impedir seu pleno funcionamento, “atribuindo-lhe, sem quaisquer provas ou indícios, caráter duvidoso sobre a lisura do sistema de votação no Brasil” (STF, 2022, s/p)

Dias após a divulgação ilegal do relatório, o Plenário da Câmara dos Deputados rejeitou a PEC do Voto Impresso - Proposta de Emenda à Constituição 135/19 - iniciada pela deputada federal Bia Kicis (PSL/DF), aliada de Bolsonaro (Agência Câmara de Notícias, 2021). O projeto tinha como objetivo alterar a Constituição Federal e implantar no país o retorno da votação em papel, que não é mais utilizado desde 1996, quando o país adotou o sistema de votação em urnas eletrônicas. Desde a sua implantação, nunca houve comprovação de fraude nas apurações das eleições no país.

O segundo ponto da tabela apresentada por Levitsky & Ziblatt (2018) para identificar governantes autoritários é negar “a legitimidade dos oponentes políticos” (Levitsky & Ziblatt, 2018, p.33). No dia 15/07, uma publicação no perfil presidencial, usou tom jocoso para se referir aos senadores Renan Calheiros (MDB) , Omar Aziz (PSD) e Randolph Rodrigues ( Rede), que estavam à frente da Comissão Parlamentar de Inquérito que apurou omissão do governo federal no combate à pandemia de Covid-19 . Em 15/07 (figura 29): “No circo da CPI do Renan, Osmar e Saltitante estão mais para três otários que três patetas”

### Figura 29 - Críticas a oponentes políticos



Fonte: Twitter

Os ataques aos senadores que integravam a CPI da Covid seguiram por meses. Em setembro, Jair Bolsonaro voltou a publicar ofensas através de uma entrevista à emissora de Rádio (figura 30). A conta presidencial reproduziu o vídeo acrescido de uma legenda chamativa: “Presidente manda recado duro para Renan Calheiros e Globo”.

### Figura 30 - Vídeo com críticas a oponente político e imprensa



Fonte: Twitter

O post recebeu 5,12 mil comentários, foi curtido por 30,2 mil seguidores e compartilhado por outros 6,6 mil. Embora esta pesquisa não se proponha a investigar a valência das postagens na conta @jairbolsonaro para entender a proposição das reações positivas ou negativas, a título de ilustração, foram incluídos registros entre os seguidores que compartilharam a mensagem, coletados aleatoriamente e de forma direta do Twitter presidencial.

A imprensa voltou a ser alvo do presidente em duas publicações feitas no dia 21/09/21 em que ele reclamou de um protesto de brasileiros em frente ao hotel onde estava hospedado, em Nova Iorque. Podemos relacionar essa publicação a terceira variável de Levitsky & Ziblatt (2018), que aborda publicações que possam tolerar ou encorajar violência, e aparece nas publicações do presidente, relacionadas à tentativa de desacreditar os profissionais de imprensa. Isso ocorre também em duas publicações feitas nos dias 1º e 21 de setembro de 2021, em que o presidente associa a imprensa ao cifrão, símbolo ligado ao dinheiro (figura 31). Em 21/09: “Meia dúzia de acéfalos protestam contra Jair Bolsonaro para delírio de parte da imprensa (\$) brasileira”

**Figura 31 - Crítica a manifestantes em Nova York**



Fonte: Twitter

Em 21/09 (figura 32): “ONU 2021: Presidente Jair Bolsonaro expõe verdades que desesperaram a imprensa e a esquerda (\$)”.

### Figura 32 - Crítica à imprensa e adversários



Fonte: Twitter

A análise do conteúdo extraído da conta presidencial a partir da categorização dos autores de *Como Morrem as Democracias* (2018) encontrou tweets que se enquadram na variável que propaga restrição de liberdade de civis e da imprensa, quarto fator para mensurar o nível de autoritarismo presente no discurso de líderes políticos. No dia 28 de agosto, Bolsonaro criticou um protesto que reuniu indígenas (G1, 2021) na Esplanada dos Ministérios para protestar contra o marco temporal para demarcação de terras, que restringe áreas ocupadas pelos indígenas, defendido pelo governo. Em 28/08: “Esse tipo de gente quer voltar ao poder com ajuda daqueles que censuram, prendem e atacam os defensores da CF [Constituição Federal] e da liberdade”.

A aplicação das variáveis na classificação de tweets da conta presidencial mostra que Jair Bolsonaro pontuou nos quatro itens que identificam práticas autoritárias (tabela 3). Levitsky & Ziblatt (2018) apontam que o discurso dos chamados outsiders políticos - com frequência identificados como autoritários - têm contribuído para enfraquecer as instituições democráticas porque contém elementos que buscam deslegitimar as grades da Democracia, dentre os quais, os partidos políticos, os demais poderes constituídos e a imprensa.

## Conclusão

A sociedade conectada é o epicentro das transformações que alteraram o modo como os indivíduos se relacionam em todos os ambientes que circundam suas vidas. Dos laços familiares às relações de trabalho, a internet impactou, para sempre, a comunicação política. As redes sociais converteram-se em uma nova esfera pública, onde os assuntos de interesse geral possibilitam a inclusão de atores sociais e políticos em torno da construção de um debate plural e inclusivo. Porém, quanto mais os atores políticos investem na autocomunicação, mais distante está a ideia inicial de que as redes sociais tornaram mais acessível a exposição de ideias divergentes e levam à construção da opinião pública. A antítese dessa utopia nos revela um ambiente disruptivo que enfraquece a democracia e tem potencial para difundir mensagens de líderes autoritários (Levitsky & Ziblatt, 2018).

Este trabalho buscou contribuir com um debate em torno dos conflitos que surgem a partir do cenário de transferência da comunicação política no ambiente digital. É sobre um desses conflitos que tratamos no presente estudo que analisou a dinâmica comunicativa do Presidente do Brasil Jair Bolsonaro, na rede social Twitter. A conta presidencial tornou-se canal oficial, sendo utilizada para a divulgação de ações de governo e opiniões do líder brasileiro sobre temas de interesse público. No entanto, as regras que norteiam a arena política de Bolsonaro não são as mesmas às quais deve ser submetida a comunicação pública que contribui para a governança democrática. Atores essenciais da esfera pública, os jornalistas e meios de comunicação críticos são bloqueados pelo presidente e impedidos de acessar diretamente as informações divulgadas pelo governante.

No Brasil, o livre exercício da atividade jornalística é protegido por dispositivos constitucionais que vedam a censura e qualquer forma de cerceamento da liberdade de imprensa. Desde 1988, quando foi promulgada a Constituição Federal em vigor no país, a censura à imprensa é passível de punição. Tais garantias, no entanto, não encontram amparo no ambiente digital disruptivo das redes sociais. A pesquisa nos levou a caminhos que perpassam os campos da Ciências da Comunicação e Jurídicas, posto que, os atos de bloqueios geraram contestações corporativas e jurídicas sem, no entanto, apresentarem as respostas que se fazem necessárias para se estabelecer um consenso sobre o tema.

O 38º presidente brasileiro é um veterano na plataforma digital. Seu acesso ao Twitter deu-se em 2010, período em que o microblog atraiu atores políticos levados, sobretudo, pela influência que a rede social exerceu na campanha eleitoral à Presidência dos Estados Unidos, de Barack Obama, em 2008 (Gomes et alii, 2009). Desde que assumiu a Presidência do Brasil, a popularidade digital de Jair Bolsonaro foi turbinada pela conquista de quase seis milhões de seguidores, entre a data da sua posse, em 1º de janeiro 2019 e o mês de setembro de 2022 (Twitonomy, 2022). No quarto ano do seu primeiro mandato, o político tornou-se líder com o mais alto índice de projeção digital do país e o segundo da América Latina.

A Política é um agente transformador da sociedade. A comunicação política tem a função de informar, seu papel agregador inclui ouvir demandas e expectativas e estimular o sentimento de coletividade (Zémor, 1995). Em uma época de descontentamento político por parte dos representados e do desejo dos representantes de ter maior domínio sobre a mensagem que chega ao cidadão/eleitor, o Twitter tornou-se a plataforma mais atrativa para o discurso político. A plataforma oferece tratamento diferenciado para líderes mundiais assegurando-lhes um lastro maior de liberdade de publicação, sem interferência das regras impostas aos demais usuários. Políticos de diferentes ideologias mantêm contas ativas no microblog, dentre eles, o presidente de Cuba, Miguel Diaz-Canel @DiazCanelB; dos Estados Unidos, Joe Biden @POTUS; instituições, como os governos da Rússia @KremlinRussia\_E e da Ucrânia @ZelenskyyUa e líderes religiosos, como o papa Francisco @Pontifex\_pt compartilham suas rotinas e expõem opiniões para os seguidores.

Se a rede social expande o poder político de personagens com grande habilidade para lidar com o universo digital, do ponto de vista dos seguidores, o acesso fácil, rápido e direto à mensagem política é um dos motivos pelos quais o microblog tem conquistado cada vez mais usuários interessados em informações sobre política. A perspectiva do ambiente digital que estimula a participação cívica dos cidadãos e enriquece o debate público tão caro à democracia (Castells, 2005; Canavilhas, 2009; Lemos & Lévy 2010) esbarra na forma da mensagem repassada pelos atores políticos. Para Bentivegna (2016), o Twitter

funciona como agência de imprensa pessoal do agente político, utilizada com o objetivo de transmitir mensagens e pouca propensão para o debate com críticos.

Este estudo se baseou no contexto de comunicação pública que, tendo à frente o líder máximo do país, restringe o acesso de jornalistas críticos às informações de interesse público. Bolsonaro lidera o ranking de agentes estatais que bloqueiam profissionais de imprensa em redes sociais, uma prática que tem sido contestada através de ações judiciais. Os jornalistas e meios de comunicação recorrem à Justiça pedindo o desbloqueio de suas contas e a garantia de acesso ao perfil @jairbolsonaro amparados por leis que asseguram a liberdade de imprensa no Brasil. Os defensores do presidente, no entanto, rebatem com a premissa da relação privada entre o usuário e a plataforma digital. É fato que o usuário do Twitter tem autonomia sobre a forma como quer se relacionar com os demais usuários, cabendo-lhe a decisão de manter a conta privada ou pública, e configurar, conforme o seu desejo, aqueles que podem acompanhar a atividade. O funcionamento do perfil @jairbolsonaro antecede a data em que assumiu a Presidência, porém, Jair Bolsonaro optou por manter sua conta aberta para divulgar, rotineiramente, informações que impactam a vida dos cidadãos brasileiros. O potencial de noticiabilidade e a centralização das informações neste espaço fazem do Twitter de Bolsonaro a principal fonte de notícias para a cobertura política, o que confirma nossa hipótese inicial, que tal perfil constitui um canal de informação das ações do governo brasileiro, com a função de difundir matéria de interesse público, logo, os jornalistas não podem ser impedidos de acessá-lo.

Todos os jornalistas e meios de comunicação bloqueados pelo presidente Bolsonaro estavam no exercício de sua atividade. Na ausência de jornalistas e críticos do papel que lhes é reservado na esfera pública, cria-se um ambiente propício para a difusão de informações sem comprovação ou deturpadas, cujo crescimento também foi identificado através de agências de checagem de declarações do presidente. Foi o que ocorreu com a mensagem postada na conta presidencial no dia 7 de setembro de 2021. O post trouxe a foto de um protesto com viés anti-democrático e a frase: “poder moderador é o povo brasileiro”. A menção refere-se a um dos poderes que constituíam as instituições do

Império Brasileiro, exercida privativamente pelo imperador, que poderia atuar como juiz ou legislador, conforme seu desejo (1822 a 1889), ou seja, uma informação deturpada que leva a um entendimento falseado da realidade do país. A publicação está entre as mais populares do corpus da pesquisa, tendo sido retweetada 114,822.

Concluiu-se que, além de dificultar o acesso aos jornalistas e meios de comunicação às informações oficiais, os bloqueios são parte de uma estratégia que busca descredibilizar a imprensa. A política de comunicação do governo Bolsonaro foi definida com base no entendimento de que a mídia tradicional e seus profissionais não devem se interpor entre o presidente e a sociedade. Já a comunicação digital, ele apelou de “poder popular”. A expressão foi usada por ocasião do seu discurso de diplomação. Ao longo do mandato, enfatizou sua estratégia de comunicar os atos de governo através das redes sociais e manteve o relacionamento beligerante com a imprensa.

Os posts analisados no escopo desta pesquisa apontam que, quando se refere à imprensa crítica, o presidente o faz através de discursos estigmatizantes, ofensas e xingamentos que são replicados, em larga escala, pelos seguidores. Os dados extraídos da conta através do Twitonomy revelam que a quase totalidade (99%) das mensagens publicadas no período foram retuitadas e gerou um engajamento superior a dois milhões de contas.

O tratamento hostil aos profissionais de imprensa no ambiente online é levado para outros espaços de expressão da autoridade, como entrevistas e palestras. O fenômeno põe em risco a atividade jornalística no Brasil, como demonstrado em diversos relatórios de entidades nacionais e internacionais que apontam o crescimento dos casos de violência contra jornalistas. As entidades identificaram ataques virtuais e exposição de dados privados; no ambiente digital, as mulheres jornalistas são as principais vítimas de perseguição e sofrem ataques à condição de gênero. Na cobertura presencial, agressões físicas, ofensas e xingamentos intimidam, ameaçam e limitam a atividade dos profissionais de imprensa, sobretudo daqueles que atuam na cobertura política

Outro achado deste trabalho foi que o uso da conta presidencial atua para fomentar atritos com setores da sociedade, dentre os quais, membros do poder judiciário e legislativo, apontados como inimigos do país. Quando analisamos os posts a partir dos indicadores de comportamento autoritário definidos por Levitsky & Ziblat (2018) que são: rejeição às regras democráticas do jogo; negação da legitimidade dos oponentes políticos; tolerância ou encorajamento à violência; propensão a restringir liberdades civis de oponentes, inclusive a mídia; observamos que a atuação do presidente no twitter se enquadra em todos.

Paralelo à divulgação dos atos de gestão, a rede presidencial difunde mensagens que propagam ambiente de ódio no país, contra autoridades de outros poderes e contra a imprensa, alvo preferencial das redes sociais do presidente da República. Tais fatos já seriam suficientes para estimular o debate em torno de uma jurisprudência que estabeleça regras a serem seguidas pelos ocupantes de cargos públicos já que a comunicação pública é feita para promover a cidadania, através do diálogo e da tolerância.

Observa-se que, a despeito da robusta legislação protetiva às liberdades no país, o Estado brasileiro não se preparou para lidar com as inovações como as práticas aqui relatadas. Neste aspecto, é importante ressaltar que o presidente Jair Bolsonaro revogou o próprio decreto que delegava à Secretaria de Comunicação do Governo, a administração das suas contas nas redes sociais. O documento, que esteve em vigor entre 2019 e 2020, configura o caráter oficial da conta presidencial nas redes sociais e tornaria mais fácil a interpretação sobre os limites do âmbito da administração pública para além dos espaços físicos.

Ante à escalada de autoritarismo da comunicação política praticada pelo presidente da República, a lacuna normativa sobre as redes sociais da Presidência tem reflexos jurídico, social e ético. Conceitos arcaicos que deixam de levar em conta a migração da esfera pública para o ambiente digital contribuem para o modelo vigente no país. É urgente que o vácuo jurídico seja preenchido, como ensina o ministro Luís Roberto Barroso, “a melhor forma de o Estado lidar com essas inovações e, eventualmente, com a destruição criativa da velha ordem não é impedir o progresso, mas, sim, tentar produzir as vias conciliatórias possíveis.” (Barroso, 2019, cit. *in* Rocha, 2020, p. 3-4).

Como mencionado anteriormente, a hiperatividade na conta presidencial é uma das características da rede social de Jair Bolsonaro no microblog. No recorte desta pesquisa, foi identificada a média de 4.07 tweets por dia. Mesmo sem fazer parte do escopo da pesquisa, identificou-se, através do aplicativo utilizado para a coleta de conteúdo, que entre 15 de maio e 15 de setembro de 2022, em campanha pela reeleição, Bolsonaro aumentou a atividade da conta presidencial passando a uma média de 8.71 publicações por dia. A análise do conteúdo postado nos referidos períodos carece de avaliação aprofundada mas, a partir deste estudo, serve como referência para destacar o limite tênue dos conceitos de público e privado no canal de comunicação pública do principal líder brasileiro. Como o presidente usa uma única conta na plataforma, para os seguidores, as informações de atos do governo disputam espaço com a temática eleitoral. Tal fato reforça a necessidade da regulação do uso de contas oficiais pelos ocupantes da Presidência da República.

## Bibliografia

Abert (2022). *Violações à liberdade de expressão aumentaram em 2021*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/notmenu/violacoes-a-liberdade-de-expressao-aumentaram-em-2021.html>>. [Consultado em 05/10/2022].

Abraji (2018). *Cartilha sobre medidas legais para a proteção de jornalistas contra ameaças e assédio online*. [Em linha]. Disponível em: <<https://abraji.org.br/help-desk/cartilha-sobre-medidas-legais-para-a-protecao-de-jornalistas-contrameaças-e-assedio-on-line>>. [Consultado em 24/08/2022]

Abraji (2021). *Abraji entra com mandado de segurança para impedir que Bolsonaro bloqueie jornalistas no Twitter*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.abraji.org.br/noticias/abraji-entra-com-mandado-de-seguranca-para-impedir-que-bolsonaro-bloqueie-jornalistas-no-twitter>>. [Consultado em 22/05/2022].

Abraji (2021). *Mais de 98% dos tweets do presidente são de interesse público*. [Em linha]. Disponível em: <<https://abraji.org.br/noticias/mais-de-98-dos-tweets-do-presidente-sao-de-interesse-publico>>. [Consultado em 14/07/2022].

Abraji (2021). *Relatório de Monitoramento de Ataques a Jornalistas*. [Em linha]. Disponível em: <<https://abraji.org.br/publicacoes/relatorio-monitoramento-de-ataques-a-jornalistas-no-brasil>>. [Consultado em 05/05/2022].

Abraji (2022). *Ataques contra jornalistas e meios de comunicação crescem 26,9% em 2022*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.abraji.org.br/noticias/ataques-contra-jornalistas-e-meios-de-comunicacao-crescem-26-9-em-2022>>. [Consultado em: 14/07/2022].

Abranches, S. (2020). *O tempo dos Governantes Incidentais*. São Paulo: Companhia das Letras. [Em linha]. Disponível em: <<https://ler.amazon.com.br/reader?asin=B08FVD654R&ref=dbstkr>>. [Consultado em 13/03/2022].

Abreu, T. (2022). *Cercadinho do Alvorada: uma ameaça ao ethos do jornalista e à liberdade de imprensa*. *Revista Miguel*, (6), pp.. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/59455/59455.PDF>>. [Consultado em 29/08/2022]

Academia.Org (2020). *Infodemia*. [Em linha]. Disponível: <<https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/infodemia>>. [Consultado em 06/06/2022].

Agência Amper Energia Humana. *We Are Social e HootSuite - Digital 2021*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. [Consultado em 30/05/2022].

Agência Câmara de Notícias (2022). *Projeto proíbe detentores de mandatos eletivos de excluir ou bloquear seguidores em redes sociais*. [Em linha]. Disponível em:

<<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2313857>>. [Consultado em 14/09/2022].

Agência Câmara de Notícias (2021). *Câmara rejeita proposta que tornava obrigatório o voto impresso*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/792343-camara-rejeita-proposta-que-tornava-obrigatorio-o-voto-impresso/>>. [Consultado em 07/08/2022].

Aldé, A. (2004). *A Construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa* (tese doutoramento). Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. [Em linha]. Disponível em: <[http://doxa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2016/02/ALD%C3%89\\_2001.pdf](http://doxa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2016/02/ALD%C3%89_2001.pdf)>. [Consultado em 20/07/2022]

Aldé, A. (2004). *Jornalistas e internet: a rede como fonte de informação política*. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre, RS, 30 de agosto a 3 de setembro de 2004. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/96155044772969431804498325794537542066.pdf>>. [Consultado em 20/07/2022].

Almeida, R. et al. (2020). *Consórcio de veículos na Covid-19: A imprensa brasileira contra o vírus da desinformação*. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 3 a 6 de Novembro de 2020. [Em linha]. Disponível em: <<https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2725/1386>>. [Consultado em 05/08/2022].

Almeida, V. (2016). *Meios de Comunicação e Mudanças na Política: esses homens poderosos e suas máquinas de comunicar Brasília*. Biblioteca Digital do Senado Federal. [Em linha]. Disponível em: <[https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/539215/ALMEIDA\\_2016?sequence=1&isAllowed=y](https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/539215/ALMEIDA_2016?sequence=1&isAllowed=y)>. [Consultado em 30/06/2022]

Amper Energia Humana (2021). *We Are Social e HootSuite - Digital 2021*. [Em linha]. Disponível em <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. [Consultado em 30/05/2022]

Aos Fatos (2021). *Bolsonaro Bloqueia Aos Fatos e revela intolerância com o contraditório*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-bloqueia-aos-fatos-no-twitter-e-revela-intolerancia-ao-contraditorio/>>. [Consultado em 03/09/2022].

Aos Fatos (2022). *Em 1.375 dias co mo presidente, Bolsonaro deu 6.409 declarações falsas ou distorcidas*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>>. [Consultado em 02/09/2022].

Aras, A.(2019). Parecer AJC/PGR N° 367042/2019. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/ms-pgr-bolsonaro-bloqueio-twitter.pdf>>. [Consultado em 30/07/2022].

Araújo, R. *et alii*. (2015). Democracia digital e experiências de e-participação: webativismo e políticas públicas. *Revista História Ciências e Saúde -Manguinhos*, 22, pp. 1597-1619. [Em linha]. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/RfLVXx4Xr3k77G3H957BTr/?lang=pt>>. [Consultado em 10/07/2022].

Arendt, H. (1958/2007). *A Condição Humana*. Rio de Janeiro, Forense Universitário. [Em linha]. Disponível em: <http://pergamum.ifsp.edu.br/pergamumweb/vinculos/000068/000068f5.pdf>>. [Consultado em 07/08/2022].

Aristóteles (2003). *Política*. São Paulo, Martins Claret.

Assis, C. (2022). *Bolsonaro pode bloquear jornalistas no Twitter? STF julga se autoridades podem bloquear cidadãos nas redes sociais*. [Em linha]. Disponível em: <<https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/bolsonaro-pode-bloquear-jornalistas-no-twitter-stf-julga-se-autoridades-podem-bloquear-cidadaos-nas-redes-sociais/>>. [Consultado em 28/05/2022].

Associação Brasileira de Comunicação Pública (2021). *Guia de comunicação pública*. Brasília. [Em linha]. Disponível em: <[https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Guia\\_de\\_Comunicac%CC%A7a%CC%83o\\_Pu%CC%81blica.pdf](https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Guia_de_Comunicac%CC%A7a%CC%83o_Pu%CC%81blica.pdf)>. [Consultado em 18/06/2022].

Audi, A (2021). *Presidente Censura e ainda manda pagar*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/congresso-em-foco-presidente-censura-e-ainda-manda-pagar/>>. [Consultado em 24/08/2022].

Avelar, L (1992). As Eleições na Era da Televisão. *Revista de Administração de Empresas*, 32 (4), pp. 42-57. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/YX34cybzZcY83TCJkJxHmYQ/?lang=pt&format=pdf>>. [Consultado em 03/07/2022].

B9 (2020). *Estudo do Twitter aponta que 75% dos usuários brasileiros acompanham política na plataforma*. [Em linha]. Disponível em <<https://www.b9.com.br/134596/estudo-do-twitter-aponta-que-75-dos-usuarios-brasileiros-acompanham-politica-na-plataforma/>>. [Consultado em 05/10/2022].

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70.

BCW (2022). *As Brazil's New President Jair Bolsonaro Takes the Top Spot as the Most Engaged World Leader on Facebook, Others Pay to Play to Make an Impact on the Platform*. [Em linha]. Disponível em: <<https://bcw-global.com/newsroom/india/as-brazils-new-president-jair-bolsonaro-takes-the-top-spot-as-the-most-engaged-world-leader-on-facebook-others-pay-to-play-to-make-an-impact-on-the-platform>>. [Consultado em 25/06/2022].

Becari, J. (2021). O que mudou em nosso consumo de informações durante a pandemia. *Interlab*, 2 (2). [Em linha]. Disponível em: <<https://internetlab.org.br/pt/pesquisa/o-que->

[mudou-em-nosso-consumo-de-informacoes-durante-a-pandemia/](#)>. [Consultado em 06/05/2022].

Beck, U.(2016). *A Metaformofose do mundo. Novos conceitos par auma nova realidade..* Rio de Janeiro, Zahar.

Bentivegna S. (2016). Entre a Transmissão e a Interação com Eleitores. Líderes Políticos no Twitter. In: Mendonça et alii (Orgs.). *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político*. Belo Horizonte, Editora UFMG, pp. 155-183.

Bimber, B (1998). The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. *University of Chicago Press*, 31 (1), pp. 133-160. [Em linha].

Disponível em:

<<https://revistas.ufrj.br/index.php/policromias/article/view/46291/26984>>.[Consultado em 06/05/2022]

Bobbio, N. (1986). *O futuro da democracia: Uma defesa das regras do jogo*. Rio de Janeiro-RJ, Ed paz e Terra. [Em linha]. Disponível em:<[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5551654/mod\\_resource/content/1/Boobio%2C%20Norberto%20O%20futuro%20da%20Democracia%20-%20Uma%20defesa%20das%20regras%20do%20jogo.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5551654/mod_resource/content/1/Boobio%2C%20Norberto%20O%20futuro%20da%20Democracia%20-%20Uma%20defesa%20das%20regras%20do%20jogo.pdf)>. [Consultado em 02/02/2022]

Bogdan. R. & Biklen, S. (1994) *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto (Portugal), Porto Editora.

Bites (2019). *100 dias do Governo Bolsonaro*. [Em linha]. Disponível em:<[https://static.poder360.com.br/2019/04/ANA%CC%81LISE\\_BITES\\_100DIAS\\_BOLSONARO-1.pdf](https://static.poder360.com.br/2019/04/ANA%CC%81LISE_BITES_100DIAS_BOLSONARO-1.pdf)>. [Consultado em 10/08/2022].

Bolsonaro, J. (2018). *Projeto Fênix. Proposta de Plano de Governo – Jair Bolsonaro. O caminho da prosperidade*. In Eleições 2018, Propostas de Governo dos Candidatos ao Cargo de Presidente da República. Tribunal Superior Eleitoral. [Em linha]. Disponível em:

<[https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517/proposta\\_1534284632231.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517/proposta_1534284632231.pdf)>. [Consultado em 02/03/2022].

Bonavides, N. (2019). *Bolsonaro bloqueia a deputada Natália Bonavides no Twitter*. [Em linha]. Disponível em: <<https://nataliabonavides.com.br/bolsonaro-bloqueia-deputada-natalia-bonavides-no-twitter/>>. [Consultado em 27/08/2022].

Botero, C. (2011). *Report of the office of the special rapporteur for freedom of expression Site Agência Andi Comunicação e Direitos*. Brasília-DF. [Em linha]. Disponível em <<https://andi.org.br/documento/report-of-the-office-of-the-special-rapporteur-for-freedom-of-expression/>>. [Consultado em 09/06/2022].

Bourdieu (1997). *Sobre a Televisão*. Zahar, Rio de Janeiro. [Em linha]. Disponível em:<[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5658177/mod\\_resource/content/0/BOURDIEU%2C%20Pierre.%20Sobre%20a%20Televisa%CC%83o.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5658177/mod_resource/content/0/BOURDIEU%2C%20Pierre.%20Sobre%20a%20Televisa%CC%83o.pdf)>. [Consultado em 07/06/2022].

Brambilla, A. (2020). *Publicar menos e tomar posição tendências de adaptação do Jornalismo à cultura vigente*. [Em linha]. Disponível em: <<https://orbismedia.org/tomar-posicao-e-publicar-menos-tendencias-de-adaptacao-do-jornalismo-a-cultura-vingente/>>. [Consultado em 04/06/2022].

Brandão, E. (2002). Conceito de Comunicação Pública. [Em linha]. Disponível em: <<https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%BAblica.pdf>>. [Consultado em 20/08/2022].

Caetano et alii. (2020) *Desafios e oportunidades para telessaúde em tempos da pandemia pela COVID-19: uma reflexão sobre os espaços e iniciativas no contexto brasileiro*. *Caderno Saúde Pública*, 36 (5). Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0102-311X00088920>> [Consultado em 22/10/2022].

Canavilhas, J. (2009). *A Comunicação Política na Era da Internet*. *Congresso Lusocom. Lisboa-Portugal*. [Em linha]. Disponível em :<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>>. [Consultado em 13/03/2022]

Canel, J. M. (2006). *Comunicación política una guía para su estudio y práctica*. [Em linha]. Disponível em: <[http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad\\_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf)>. [Consultado em 15/03/2022].

Capelatto, M. L (1997). A propaganda política no varguismo e o peronismo: aspectos teórico-metodológicos de uma análise sobre história política. *História: Questões e Debates*, 4, pp. 196-218. [Em linha]. Disponível em: <<https://repositorio.usp.br/item/001015593>>. [Consultada em 15/10/2022].

Carreira, K. (2021). As profundas transformações da cultura digital. Entrevista com André Lemos. In: *Revista da Fapcom: Comunicação, Tecnologia e capitalismo de vigilância*, 5 (10), pp. 30 -51. [Em linha]. Disponível em: <<https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/482>>. [Consultado em 08/08/2022].

Carreiro, R. & Matos, E. (2019). *Presidente eleito, e agora? Analisando as estratégias de comunicação digital do governo de Jair Bolsonaro*. In: VIII Congresso da Associação Brasileira de pesquisadores em Comunicação e Política, de 15 a 17 de maio de 2019, Universidade de Brasília, Brasília-DF. [Em linha]. Disponível em: <[http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT1/gt1\\_Carreiro\\_Matos.pdf](http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT1/gt1_Carreiro_Matos.pdf)>. [Consultado em 08/07/2022].

Carro, R. (2021). *Relatório de Notícias Digitais de 2021. Digital news Report 2021 Brazil*. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. [Em linha]. Disponível em <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/brazil>>. [Consultado em 08/07/2022].

Carvalho, A. et alii. (2019). *Petição MS 3666 com Pedido de Liminar*. [Em linha]. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5766575>>. Consultado em 08/07/2022]

Castells, M & Cardoso G (2005). *Sociedade em Rede. Do conhecimento à Ação Política* [Em linha]. Disponível em: <[https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf)>. [Consultado em 30/06/2022].

Castells, M. (2014). *A internet e a sociedade em rede*. [Em linha]. Disponível em: <<https://blogacritica.blogspot.com/2014/12/manuel-castells-internet-e-sociedad-rede.html>>. [Consultado em 18/06/2022].

Castilho, M (2019). Palanque digital: as redes sociais como política de comunicação no governo Bolsonaro. *Temática*, 15 (11), pp. 145-159. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/download/48832/28345/>>. [Consultado em 01/02/2022].

Castilho.M. (2019).*Palanque digital: as redes sociais como política de comunicação no governo Bolsonaro*. [Em linha]. Disponível em: <<http://https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/48832/28345>> [Consultado em 04/09/22].

Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) (2009). *Cartilha A juventude no Estado Novo, 1937 a 1945*. [Em linha]. Disponível em <<https://i.redd.it/a97tmnwao1c01.jpg>>. [Consultado 05/03/2022].

Chaia, V. (2007). Investigação sobre Comunicação Política no Brasil. *Ponto e Vírgula - Revista de Ciências Sociais*, (2), pp 160-177. [Em linha]. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/issue/view/2702>>. [Consultado em 10/03/2022].

Cioccari, D. e Persichetti, S. (2018). A política e o espetáculo em Jair Bolsonaro, João Doria e Nelson Marchezan. *Revista Alterjor*, 18(2), pp. 177-200. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/147321>>. [Consultado em 04/09/2022].

Cioccari, D. e Persichetti, S. (2019). A campanha permanente de Jair Bolsonaro. *Dossiê: Comunicação Política, Eleições 2018 e Campanha Permanente*, 13 (3), pp. 135–151. [Em linha]. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/28571>>. [Consultado em 16/09/2022].

CNN (2020). *Saúde de Bolsonaro é de interesse do país*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/saude-de-bolsonaro-e-de-interesse-do-pais-diz-ex-presidente-do-stf-ayres-britto/>>. [Consultado em 16/09/2022].

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (1969). B-32: *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.cidh.oas.org/Basicos/Spanish/Basicos2.htm>>. [Consultado em 28/07/2022].

Constituição Federal (1988). [Em linha]. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. [Consultado em 18/06/2022].

*COVID-19 Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University* (s/d). [Em linha]. Disponível em: <<https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>>. [Consultado em 06/06/2022].

D’Adamo, O. et al. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid. *Revista SAAP. Publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, 3 (2), pp. 487-489. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3871/387136361010.pdf>>. [Consultado em 23/08/2022].

Dav Media (2011). Novo relatório da ONU declara internet como um direito humano. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.devmedia.com.br/novo-relatorio-da-onu-declara-internet-como-um-direito-humano/21381>>. [Consultado em 10.09.2022].

Decreto 9671 . Disponível em :<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ Ato2019-2022/2019/Decreto/D9671.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2019-2022/2019/Decreto/D9671.htm)> [Consultado em: 14/03/2022].

Decreto 10374. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ Ato2019-2022/2020/Decreto/D10374.htm#art6](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2019-2022/2020/Decreto/D10374.htm#art6)> [Consultado em 14/03/2022].

Di Felice, M. (2012). Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. *Revista FAMECOS*, 19(1), pp. 27-45. [Em linha]. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/11339>>. [Consultado em 20/05/2022].

Diário de Notícias (2019). *Há 50 anos enviou o primeiro email da história, agora vê um lado obscuro na internet*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.dn.pt/vida-e-futuro/ha-50-anos-enviou-o-primeiro-email-da-historia-agora-ve-um-lado-obscuro-na-internet-11456892.html>>. Consultado em 10/02/2022].

Dias, G. (2022). Deus, Pátria, Família. De onde vem o lema fascista usado por Bolsonaro? [Em linha]. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/29/deus-patria-familia-lema-de-bolsonaro-tem-origem-fascista-entenda.htm>>. [Consultado em 29/08/202].

Dicionário Etimológico (2008-2022). *Origem da palavra comunicar*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.dicionarioetimologico.com.br/comunicar/>>. [Consultado em 27/06/2022].

Dicionário Michaelis Comunicação | Michaelis On-line. *Comunicação* (s/d). [Em linha]. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/comunica%C3%A7%C3%A3o/>>. [Consultado em 27/06/2022].

Digital Daya (2013). *Ranking Report: World Leader on Twitter*. [Em linha]. Disponível em: <[https://www.digitaldaya.com/admin/modulos/galeria/pdfs/71/157\\_601g3qkp.pdf](https://www.digitaldaya.com/admin/modulos/galeria/pdfs/71/157_601g3qkp.pdf)>. [Consultado em 17/08/2022]

Dourado, J.(2012). *Rede Globo Mercado ou Cidadania?*. Teresina-PI, Ed Edufpi.  
Duarte, J. (2009). Instrumentos da Comunicação Pública. In: Duarte, Jorge (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas.

Dutra, L. & Paulino, F. (2021). O Direito de Acesso à Informação como ferramenta de prevenção à desinformação. In: Scabin, N. & Leite, A. (Orgs.) *Comunicação, Mídia e Liberdade de Expressão no século XXI. Modos censórios, resistências e debates emergentes*. São Paulo, Intercom e Gênio Editorial, pp -30-51. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/comunicacao-midias-e-liberdade-de-expressa-no-seculo-xxi.pdf>>. [Consultado em 17/08/2022].

Farias, E. (2022). Liberdade de Expressão da Atividade Intelectual, artística, científica e de comunicação. In: Leite, G. (Orgs.). *Curso de Direitos Fundamentais*. São Paulo, Thomson Reuters, pp 187-208.

Farias, E. (2008). *Colisão de Direitos : a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação*. Porto Alegre, Fabris Ec. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.irib.org.br/app/webroot/publicacoes/diversos008/pdf.PDF>>. [Consultado em 05/04/2022].

Farias, V. (2019). *Estudo dos Tuítes de Bolsonaro revela o que ele mais ama e mais odeia. Site Congresso em Foco. Brasília*. [Em linha]. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/globo-ministros-preferidos-trump-e-golden-shower-o-que-dizem-os-2-mil-tuites-de-bolsonaro/>>. [Consultado em 05/04/2022]

Ferraz, L. et alii (2019). *A maioria dos seguidores de Bolsonaro é fake*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/05/11/fake-followers-audit-aplicativo-mostra-a-porcentagem-de-perfis-fake.htm>>. [Consultado 05/01/2022].

Fenaj (2021). *A violência contra jornalistas e ataques à liberdade de imprensa no Brasil*. [Em linha]. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/01/FENAJ-Relat%C3%B3rio-da-Viol%C3%Aancia-Contra-Jornalistas-e-Liberdade-de-Imprensa-2021-v2.pdf>>. [Consultado em 14/07/2022].

Fletcher, N. et alii. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. [Em linha]. Disponível em: <[https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR_2020_FINAL.pdf)>. [Consultado em 28/07/2022].

Folha de São Paulo (2022). *Consórcio de Imprensa completa dois anos*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2022/06/consorcio-de-veiculos-de-imprensa-completa-dois-anos.shtml>>. [Consultado em 08/08/2022].

G1 (2019). *Bolsonaro aparece na lista dos '100 mais influentes' da revista 'Time' em 2019*. [Em linha]. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/04/17/bolsonaro-aparece-na-lista-dos-100-mais-influentes-da-revista-time-em-2019.ghtml>>. [Consultado em 16/07/2022].

G1 (2021). *Indígenas ateiam fogo em 'caixões' na Esplanada dos Ministérios em protesto contra marco temporal para demarcação de terras*. [Em linha]. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2021/08/27/indigenas-ateiam-fogo-em->

[caixoes-na-esplanada-dos-ministerios-em-protesto-contramarco-temporal-para-demarcacao-de-terras.shtml](#)>. [Consultado em 05/09/2022].

Galhardi, C. *et alii.*(2022). Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. *Ciência Saúde Coletiva*, 27 (05). [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/PBmHtLCpJ7q9TXPwVZ3kGH/?lang=pt>>. [Consultado em 06/06/2022].

Glossário da Sociedade da Informação (s/d). *Rede de comunicação*. [Em linha]. Disponível em: <<https://apdsi.pt/glossario/r/rede-de-comunicacao/>>. [Consultado em: 06/06/2022]  
Gomes,W. (2014). *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*. São Paulo, Paulus.

Gomes.W. et al.(2009). “Politics 2.0”. A campanha on-line de Barack Obama em 2008. *Revista Social Política*. 17 (34), pp.29-43 [Em linha]. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/328418106\\_POLITICS\\_20\\_A\\_CAMPANHA\\_ON-LINE\\_DE\\_BARACK\\_OBAMA\\_EM\\_2008](https://www.researchgate.net/publication/328418106_POLITICS_20_A_CAMPANHA_ON-LINE_DE_BARACK_OBAMA_EM_2008)>. [Consultado em 15/10/2022].

Google Trends (2022). *Termo Cristão*. [Em linha]. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=crist%C3%A3o>>. [Consultado em 05/10/2022].

Grant, W. *et alii.* (2010). Digital Dialogue? Australian Politicians' use of the Social Network Tool Twitter. *Australian Journal of Politicians Science*, 45 (4), pp.579-604. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10361146.2010.517176>>. [Consultado em 14/07/2022].

Habermas,J.(1984)*Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Habermas,J. (2003) *Consciência moral e agir comunicativo*. 2. ed.Tradução: Guido A. De Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 2003.

Habermas, J. (2008). Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. *Líbero Revista do Programa de Pós Graduação da Faculdade Casper Líbero* (2008), 21 (21), pp. 9-21. [Em linha]. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Comunica%C3%A7%C3%A3o-pol%C3%ADtica-na-sociedade-medi%C3%A1tica.pdf>>. [Consultado em 13/03/2022].

Hidalgo, E. (2018). *O primeiro discurso da Vitória por Facebook Live*. [Em linha]. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778\\_816687.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778_816687.html)>. [Consultado em 03/09/2022].

Horkheimer, M. E Adorno, T. (1947). *Dialética do Esclarecimento*. Fragmentos Filosóficos. Rio de Janeiro. Zahar. [Em linha]. Disponível em: <<http://antivalor.vilabol.uol.com.br>>. [Consultado em 01/02/2022].

Human Rights Watch (2021). *Bolsonaro bloqueia críticos nas redes sociais. O presidente viola liberdade de expressão e direito à acesso à informação*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.hrw.org/pt/news/2021/08/19/379641>>. [Consultado em 19/09/2022].

Hyndara, F. (2020). *STF: Marco Aurélio vota para que Bolsonaro desbloqueie advogado no Instagram Brasília*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.jota.info/stf/do-supremo/stf-marco-aurelio-vota-para-que-bolsonaro-desbloqueie-advogado-no-instagram-13112020>>. [Consultado em 14/07/2022].

Instituto Butantan (2022). *Não vacinados representam 75% das mortes por Covid-19, diz estudo brasileiro*. [Em linha]. Disponível em: <<https://butantan.gov.br/noticias/nao-vacinados-representam-75-das-mortes-por-covid-19-diz-estudo-brasileiro>> [Consultado em 06/06/2022].

Iriarte & Associados (2016). *Sentencia caso Iriarte vs Cateriano. Funcionarios no pudieran bloquear ciudadanos en twitter mientras dura su cargo*. [Em linha]. Disponível em: <<http://iriartelaw.com/IriarteCateriano22092016>>. [Consultado em 06/08/2022].

Jaramillo, J. C.(2003) *Experiencia de la Comunicación Pública. La Iniciativa de Comunicación. Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe*. pp. 96-169. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-797.html>>. [Consultado em 05/09/2022].

Jorge, T. (2013) . *Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet*. Brasília-DF, Editora Universidade de Brasília. [Em linha]. Disponível em: <[https://www.editora.unb.br/downloads/24H/MutacaoJornalismo\\_WEB24H.pdf](https://www.editora.unb.br/downloads/24H/MutacaoJornalismo_WEB24H.pdf)>. [Consultado em 27/06/2022].

Jornalismo TV Cultura (2019). *Don Phillips se encontrou com Bolsonaro em 2019*. [Em linha]. Disponível em: <<https://youtu.be/pbSeqh392h>>. [Consultado em 06/07/2022].

Junior, M. et al. (2021) *Towards Understanding the Use of Telegram by Political Groups in Brazil*. In: Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (webmedia). *Sociedade Brasileira de Computação*, pp. 237-244. Disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia/article/view/17496>>. [Consultado em: 21/10/2022].

Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade. Notas sobre a mentira na era Trump*. Rio de Janeiro, Intrínseca. [Em linha]. Disponível em: <[https://ler.amazon.com.br/?ref=dbs\\_p\\_ebk\\_r00\\_pcb\\_rnvc00&encoding=UTF8&asin=B07GDTWP3M](https://ler.amazon.com.br/?ref=dbs_p_ebk_r00_pcb_rnvc00&encoding=UTF8&asin=B07GDTWP3M)>. [Consultado em 14/09/2022].

Kies, R. (2016). *Deliberação On-Line* In: Mendonça et al.(2016). *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político*. Belo Horizonte, UFMG, pp. 203-232.

Krieger, B. & E Ferreira, A. (2022). *As redes sociais como meio de comunicação oficial do governo e o conflito constitucional e democrático: o presidente da república brasileira e o bloqueio de jornalistas no Twitter*. In: Pinto, M. F (Org.). *Reflexões sobre Direito e Sociedade: fundamentos e práticas*. Ponta Grossa- Paraná, Aya Editora, pp119-134. [Em

linha]. Disponível em: < <https://ayaeditora.com.br/Livro/21063/>>. [Consultado em 18/09/2022]

Kwak, H. *et alii.* (2010). *What is Twitter, a Social Network or a News Media.* In: International World Wide Web Conference Committee, April 26–30, 2010, Raleigh, North Carolina, USA. [Em linha]. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/1772690.1772751>>. [Consultado em 02/08/2022].

Lanza, L & Fide, N. (2019). Política 2.0 y la comunicación en tiempos modernos. *Cuaderno*, 35, pp. 53-63 . [Em linha]. Disponível em: < <https://doi.org/10.18682/cdc.vi35.1732>>. [Consultado em 07/07/2022].

Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Presidência da República. [Em linha]. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm)>. [Consultado em 18/06/2022].

Lemos, A.& Lévy,P. (2010). *O Futuro da Internet: Em direção a uma Ciberdemocracia planetária.* São Paulo: Ed. Paulus.

Lemos, A.(2020). Plataformas, dataficação e Performatividade algorítmica (PDPA): Desafios atuais da cibercultura In: Prata, N. & Pessoa, S. (Orgs). *Fluxos Comunicacionais da Democracia.* São Paulo, Intercom, 2020.pp.107-116 [Em linha]. Disponível em:< <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/fluxos30112020.pdf>>. [Consultado em: 21/04/2022].

Levitsky, S & Ziblatt, D. (2018) *Como as Democracias morrem.* Rio de Janeiro, Zahar.  
Lévy, P.(1999). *Cibercultura.* Rio de Janeiro, Ed 34.

Loiola, E. & Moura, S. (1997) Análise de redes: uma contribuição aos estudos organizacionais. In: Fischer, T. (Org.) *Gestão Estratégica: cidades estratégicas e organizações locais.* Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas.

Lúcia, C. (2020). *Voto MS 36666.* [Em linha]. Disponível em: <<https://www.jota.info/wp-content/uploads/2020/11/4990200.pdf>>. [Consultado em 20/08/2022].

Mariane, D. *et alii.* (2020). *Método defendido pelo governo deixa de fora de boletim 44% das mortes por Covid-19.* [Em linha]. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/metodo-defendido-pelo-governo-deixa-de-fora-de-boletim-44-das-mortes-por-covid-19.shtml>>. [Consultado em 05/08/2022].

Marimow, A. (2019). *President Trump cannot block his critics on Twitter, federal appeals court rules.* [Em linha]. Disponível em:<[https://www.washingtonpost.com/local/legal-issues/president-trump-cannot-block-his-critics-on-twitter-federal-appeals-court-rules/2019/07/09/d07a5558-8230-11e9-95a9-e2c830afe24f\\_story.html?noredirect=on](https://www.washingtonpost.com/local/legal-issues/president-trump-cannot-block-his-critics-on-twitter-federal-appeals-court-rules/2019/07/09/d07a5558-8230-11e9-95a9-e2c830afe24f_story.html?noredirect=on)>. [Consultado em 10/05/2022].

Marques F. (2016) . Internet e Transparência Política. In: Mendonça et alii (Org.). *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político.* Belo Horizonte, UFMG, pp. 55-78.

Marques, A. (2015). Comunicação pública e constituição de cenas de dissenso em contextos institucionais. *Organicom*, 12 (22), pp. 78-91, 2015. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139269>>. [Consultado em 11/10/2022]

Marques, A. (2016). Dimensões do processo comunicativo na deliberação on line. In: Mendonça et alii (Org.). *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político*. Belo Horizonte, UFMG, pp. 233-253.

Marques, F. et al., (2014). *Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção e uso da ferramenta*. Rev. Bras. Ciênc. Polít. (14), pp 201-225. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/G9V7JzMDRVdkBH7wr7PLHbw/?lang=pt>>. [Consultado em: 04/09/2022].

Marques, N. (2021). MS 37.897. Distrito Federal. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stf/1279443797>>. [Consultado em: 07-02/2022].

Martino, L. & Marques, A. (2015). Um olhar múltiplo sobre as teorias da comunicação. In: *Teorias da comunicação: processos, desafios e limites*. Martino, S. & Marques, A. (Orgs). São Paulo: Plêiade, pp. 9-23.

Martino, L. (2014). *O Que é Meio de Comunicação*. In: Conferência ICA de Comunicação na América Latina 2014.. Disponível em: <[https://www.academia.edu/38396604/O\\_que\\_%C3%A9\\_Meio\\_de\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o\\_Martino\\_Escritos\\_sobre\\_Epistemologia\\_da\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o\\_2017\\_pdf](https://www.academia.edu/38396604/O_que_%C3%A9_Meio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_Martino_Escritos_sobre_Epistemologia_da_Comunica%C3%A7%C3%A3o_2017_pdf)> [Consultado em 11/06/2022]

Matos Neto et alii. (2017). @DilmaBR no Impeachment: Uma análise das estratégias de comunicação política de Dilma Rousseff no Twitter. In: 26º encontro Anual da Compós. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2017/papers/-dilmabr-no-impeachment--uma-analise-das-estrategias-de-comunicacao-politica-de-dilma-rousseff-no-twitter>>. [Consultado em 04/09/22]

Mendonça, R.(2016). Deliberação On-Line. In: Mendonça et alii.(2016) *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político*. *Democracia Digital Publicidade, instituições e confronto político*. Belo Horizonte, Editora UFMG, pp. 233-258.

Mello, P. (2020). *Máquina do Ódio Notas de uma repórter sobre fakenews e violência digital*. São Paulo, Companhia das Letras.

Miguel, L. (2004). Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. *Opinião Pública*, 10 (01), pp. 91-111. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/op/a/9rKXZ4p3TwjQkBDnm3fS4cm/?format=pdf&lang=pt>>. [Consultado em 04/09/22].

Miguel, L.(2002). Os Meios de Comunicação e a Prática Política. *Lua Nova*, 55/56, pp. 155-184. [Em linha]. Disponível em: em: <[https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7131/1/ARTIGO\\_MeiosComunicacaoPraticaPolitica.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7131/1/ARTIGO_MeiosComunicacaoPraticaPolitica.pdf)>. [Consultado em: 05/04/2022].

Monteiro, M.(2020). *Democracia Participativa e as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação: Desafios e Perspectivas*.Ed Appris Ltda. Curitiba  
Mora, M. (2019). Amparo en Revisión 1005/2018. [Em linha]. Disponível em: <[https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/listas/documento\\_dos/2019-03/AR%201005-2018%20..pdf](https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/listas/documento_dos/2019-03/AR%201005-2018%20..pdf)>. [Consultado em 22/05/2022].

Morán, J. M. (1981). A comunicação populista – Populismo, totalitarismo e políticas de comunicação: O referencial nazifascista. In: Melo, José Marques de (Coord.). *Populismo e comunicação*. São Paulo, Cortez Editora, pp. 77-84.

Moura, S. (1997). A construção de redes públicas na gestão local: algumas tendências recentes. *Revista de Administração Contemporânea. ANPAD*, 1 (1). [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/FRfpHZKjg657hQtw75dL9wK/?lang=pt>>. [Consultado em 22/05/2022].

Negri, P. (2021). *A censura é um prato que se come frio*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.dfe.uem.br/comunicauem/2021/05/15/a-censura-e-um-prato-que-se-come-frio/>>. [Consultado em 18/06/2022].

Nobre, M. (2013). *Imobilismo em movimento: da abertura democrática ao governo Dilma*. São Paulo, Companhia das Letras, 2013.

OEA. *Liberdade de Expressão e Internet (2021)*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.oas.org/pt/cidh/expressao/docs/publicaciones/Informe%20Liberdade%20de%20Express%C3%A3o%20e%20Internet%20capitulo.pdf>>. [Consultado em 30/05/2022].

Ofício GAB-SPR nº 2931/2021, 09 de agosto de 2021. [Em linha]. Disponível em: <[https://www.tse.jus.br/++theme++justica\\_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/arquivos/oficio-do-tse-sobre-noticia-crime-em-face-do-presidente-da-republica/@@download/file/TSE-oficio-gab-pres-2931-2021-noticia-crime-bolsonaro.pdf](https://www.tse.jus.br/++theme++justica_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/arquivos/oficio-do-tse-sobre-noticia-crime-em-face-do-presidente-da-republica/@@download/file/TSE-oficio-gab-pres-2931-2021-noticia-crime-bolsonaro.pdf)>. [Consultado em 13/09/2021].

Oliveira, F. (2013). Democracia e Internet . A revolução digital e os desafios à representação política. *Revista de Informação Legislativa*, 50 (199), pp.143-161. [Em linha]. Disponível em: em: <[https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/50/199/ril\\_v50\\_n199\\_p143.pdf](https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/50/199/ril_v50_n199_p143.pdf)>. [Consultado em:08/06/2022].

Oliveira, M. (2020). A tensão entre público e privado no exercício das liberdades comunicativas nas redes sociais: o caso estadunidense de mensagens públicas de autoridades governamentais por meio de contas “privadas”. *Libertas: Revista de Pesquisa em Direito*, 06 (02), pp. 1-37. [Em linha]. Disponível em :<<https://periodicos.ufop.br/libertas>>. [Consultado em 03/04/2022].

Oliveira, C (2022). *Bolsonarismo usa o Telegram para desestabilizar as eleições, afirma especialista*. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2022/05/16/bolsonarismo-usa-o-telegram-para-desestabilizar-as-eleicoes-afirma-especialista>>. [Consultado em 21/10/2022].

Open Knowledge Brasil et al. (2021). *Transparência da Vacinação. Uma análise de organizações da sociedade*. [Em linha]. Disponível em: <[https://ok.org.br/wp-content/uploads/2021/03/Nota\\_Tecnica\\_Vacinacao\\_04032021.pdf](https://ok.org.br/wp-content/uploads/2021/03/Nota_Tecnica_Vacinacao_04032021.pdf)> . [Consultado em: 02/09/2022].

Orihuela, J. (2011). Twitter se converteu no sistema nervoso de nossas sociedades . [Em linha]. Disponível em: <<https://www.labic.net/blog/traducoes/twitter-se-converteu-no-sistema-nervoso-de-nossas-sociedades/>>. [Consultado em 14/07/2022].

Parisier, E.( 2012). *O filtro invisível. O que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro, Zahar.

Pena, F. (2005). *Teoria do jornalismo*. São Paulo, Contexto.

Portal dos Jornalistas (2022). *Abraji oferece treinamento gratuito de segurança para jornalistas*. [Em linha]. Disponível em: <https://www.portaldosjornalistas.com.br/abraji-oferece-treinamento-gratuito-sobre-seguranca-fisica-para-jornalistas/>>.[Consultado em 05/10/2022].

Posetti, J. & Bontcheva, K. (2020). Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a COVID-19. [Em linha]. Disponível em: <[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416\\_por?posInSet=2&queryId=1821c3ec-2130-4545-8369-dc186e7f5c9f](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por?posInSet=2&queryId=1821c3ec-2130-4545-8369-dc186e7f5c9f)>. [Consultado em 21/06/2022].

Pragmatismo Político (2011). *Após, 22 anos, Boni admite que Globo armou contra Lula para eleger Collor*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2011/11/apos-22-anos-boni-admite-que-globo.html>>. [Consultado em 03/07/2022].

Quintanilha, T. (2018). 2029 - o fim dos jornais em papel em Portugal? Um estudo longitudinal sobre os principais indicadores de desempenho no sector da imprensa escrita tradicional portuguesa . *Revista Observatório*, pp. 138-155. [Em linha]. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/16580/1/1318-4874-1-PB.pdf>>. [Consultado em 10/05/2022].

Radsch, C. e Pollack, R.( 2016). *Tendências Mundiais sobre Liberdade de Expressão e Desenvolvimento de Mídia*. Título original: *World Trends in Freedom of Expression and Media Development*. [Em linha]. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244708>> [Consultado em 05/09/2022].

Recuero, R. (2005). Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. *Ecompos*, 4. [Em linha]. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/com\\_virtuais.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/com_virtuais.pdf)>. [Consultado em 15/09/2022].

Recuero, R. *et alii*. (2017). Mídia social e Filtros-bolha nas conversações política no

twitter. In: XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Casper Líbero, São Paulo-SP. [Em linha]. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/166193>>. [Consultado em 15/09/2022].

Renó, J. (2022). *Um panorama sobre a crise da mídia impressa no Brasil*. [Em linha]. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/um-panorama-sobre-a-crise-do-jornalismo-impresso-no-brasil/>>. [Consultado em 15/09/2022].

Repórteres sem Fronteiras (2021). Velhos Tiranos, duas mulheres e um europeu. A RSF revela sua edição anual da lista dos predadores da liberdade de imprensa. [Em linha]. Disponível em: <<https://rsf.org/pt-br/velhos-tiranos-duas-mulheres-e-um-europeu-rsf-revela-sua-edi%C3%A7%C3%A3o-2021-dos-predadores-da-liberdade>>. [Consultado em 06/09/2022].

Repórteres sem Fronteiras (2022). O que está em jogo para a liberdade de imprensa e a democracia na eleição no Brasil. [Em linha]. Disponível em: <<https://rsf.org/pt-br/>>. [Consultado em 27/08/2022].

Repórteres sem Fronteiras (2021). *Velhos tiranos, duas mulheres e um europeu. A RSF revela sua edição anual da lista*. [Em linha]. Disponível em: <<https://rsf.org/pt-br/velhos-tiranos-duas-mulheres-e-um-europeu-rsf-revela-sua-edi%C3%A7%C3%A3o-2021-dos-predadores-da-liberdade>>. [Consultado em 06/09/2022].

Resende, I. & Araujo, T. (2021). *Vacinas contra Covid19 no Brasil são alvos de fakenews, aponta estudo*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/vacinas-contracovid-19-sao-principal-alvo-de-fake-news-no-brasil-aponta-estudo/>>. [Consultado em 06/06/2022].

Revista Forum (2019). *Auditoria aponta que mais de 60% dos seguidores de Bolsonaro no Twitter são fake*. [Em linha]. Disponível em <<https://revistaforum.com.br/midia/2019/5/11/auditoria-aponta-que-mais-de-60-dos-seguidores-de-bolsonaro-no-twitter-so-fake-55863.html>>. [Consultado em 22/08/2022].

Ribeiro, E. e Mainieri, E. (2021). A liberdade de expressão silenciada: vozes dissonantes da polarização da mídia In: Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão no século In: Scabin, N. & Leite, A. (orgs.). *XXI: modos censórios, resistências e debates emergentes*. São Paulo, Intercom e Gênio Editorial, pp. 240-262. [Em linha]. Disponível em: <<https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/issue/view/26>>. [Consultado em 08/08/2022].

Ribeiro, L. (2018). *O primeiro ano do governo Trump contado pelo Twitter*. São Paulo. Agência Italiana de Notícias. [Em linha]. Disponível em : <[https://ansabrasil.com.br/brasil/noticias/brasil/entrevistas/2017/12/26/retrospectivao-1-ano-do-governo-trump-contado-pelo-twitter\\_8efd21b2-23c0-4116-b2c2-3ceba33229bb.html](https://ansabrasil.com.br/brasil/noticias/brasil/entrevistas/2017/12/26/retrospectivao-1-ano-do-governo-trump-contado-pelo-twitter_8efd21b2-23c0-4116-b2c2-3ceba33229bb.html)>. [Consultado em 08/08/2022].

Rocha, C.L. (2021). MS 3666. Distrito Federal. [Em linha]. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5766575>>. [Consultado em 08/08/2022].

Rodríguez, G. P. (2011). “La política en tiempos del video. ¿De la transparencia a la evanescencia?”, *Leviathan*, 0 (2), pp. 36-53. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/leviathan/article/view/132270/128375>>. [Consultado em 20/06/2022]

Rommer M. et al. (2020). O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social. *Mediapolis - Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*. Imprensa da Universidade de Coimbra, 10, pp. 65-81. [Em linha]. Disponível em: <[https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_10\\_5](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_10_5)> [Consultado em : 05/08/2022].

Rosa, A. (2012) . As origens históricas da Internet: uma comparação com a origem dos meios clássicos de comunicação ponto a ponto. *Estudos em Comunicação*, 11, pp. 89-116 [Em linha]. Disponível em:<<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/74026/2/76286.pdf>>. [Consultado em 29/05/2022].

Rossini, P. & Leal, P. (2013). Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010. *Revista Compolítica*, 3(1), pp. 7-28. [Em linha]. Disponível em: <<https://doi.org/https://doi.org/10.21878/compolitica.2013.3.1.36>>. [Consultado em: 04/09/22].

Roth, R. (2022). *Relatório Mundial 2022. World Report. Revisão anual dos direitos humanos ao redor do mundo*. Human Rights Watch. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.hrw.org/pt/world-report/2022/country-chapters/380707#603c3a>> [Consultado em: 06/09/2022].

Saconi, J. P. (2018). *Bolsonaro anunciou 14 de 22 ministros no Twitter*. [Em linha]. Disponível em:<<https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-anunciou-14-de-22-ministros-no-twitter-23324123>>. [Consultado em 29/09/2022].

Saliés, T e Franco, G. (2021). *Rede de violência verbal nos tuítes de Bolsonaro: “nós” vs. “eles”*. Policromias – Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som, 6 (3), pp 69-103 [Em linha]. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/v/170149>>. [Consultado em 19/09/2022]

Santaella, L & Nöth, W. (2004). *Comunicação e semiótica*. São Paulo, Hacker Editores

Santos et al.(2020). O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social *Mediapolis - Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 10, pp. 65-82. [Em linha]. Disponível em:<[https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_10\\_5](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_10_5)>. [Consultado em: 25/08/2022]

Sarlet, I. (2022). Considerações acerca da liberdade de expressão e da regulação do discurso de ódio na internet à luz do exemplo do assim chamado German Network Enforcement Act (netzwerkdurchsetzungsgesetz). In: Leite, G. (Org.). *Curso de Direitos Fundamentais*. São Paulo, Ed Thomson Reuters, pp. 209-229.

Sarti, I. (2000). *A construção midiática da política e a crise da representação*. XXIV Encontro Anual da Anpocs. ANPOCS - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa

em Ciências Sociais. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/24-encontro-anual-da-anpocs/gt-22/gt08-18/4787-isarti-a-construcao/file>>. [Consultado em 28/06/2022].

Senado Notícias (2021). *CPI da Pandemia amplifica alcance da TV Senado*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/11/cpi-da-pandemia-amplifica-alcance-da-tv-senado>>. [Consultado em 03/07/2022].

Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo*, 2 (1), pp. 95-107. [Em linha]. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/issue/view/331>>. [Consultado em 28/06/2022].

Wolf, M. (2008). Teorias das comunicações de massa. São Paulo, Martins Fontes. [Em linha]. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/0ByGOj9\\_gW1Y7OWJTeGp5LVJjcFU/view?resourcekey=0-HduziKYUXt3QbLINvnsgrQ](https://drive.google.com/file/d/0ByGOj9_gW1Y7OWJTeGp5LVJjcFU/view?resourcekey=0-HduziKYUXt3QbLINvnsgrQ)>. [Consultado em 28/06/2022]

Weber, M. H (2005). Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2 (1), pp. 13-21. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ln/a/XMzjFjLswVVT7V63rfyH5vv/?lang=pt>>. [Consultado em: 28/06/2022]

Silva, M. (2012). *Comunicação e Autoritarismo no Brasil: a política de comunicação do regime militar*. Cruz das Almas, Editora UFRB Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – EDUFRB. [Em linha]. Disponível em <<http://repositorio.ufrb.edu.br/handle/123456789/767?locale=es>>. [Consultado em 28/06/2022].

Sousa, J. P. (2008). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Porto, Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo. [Em linha]. Disponível em : <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-george-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. [Consultado em : 04/04/2022].

Statista (2022). *Distribution of Twitter users in Brazil as of August 2022*. . [Em linha]. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/1330610/brazil-twitter-users-political-orientation/>>. [Consultado em 05/10/2022].

Sun, V. *et alii*. (2022). Transformação digital e o cenário da telessaúde no Brasil: reflexões sobre a pandemia COVID-19. *Panorama Setorial da Internet*, 1(14). . [Em linha]. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/publicacao/ano-xiv-n-1-a-transformacao-digital-nos-sistemas-de-saude/>>. [Consultado em 06/06/2022].

Super Interessante (2021). *Como se definiu o número de caracteres de um tweet?*. [Em linha]. Disponível em:<<https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/como-se-definiu-o-numero-de-caracteres-de-um-tweet>>. [Consultado em 12/07/2022].

Tecnomundo (2016). *10 frases famosas com previsões absurdamente erradas sobre a tecnologia*. . [Em linha]. Disponível em:

<<https://www.tecmundo.com.br/previsoes/45742-10-frases-famosas-com-previsoes-absurdamente-erradas-sobre-a-tecnologia.htm>>. [Consultado em 04/05/2022].

Teixeira, P. (2021). *Mais de 98% dos tweets do presidente são de interesse público*. [Em linha]. Disponível em: <<https://abraji.org.br/noticias/mais-de-98-dos-tweets-do-presidente-sao-de-interesse-publico>> [Consultado em 11/08/2022].

Thompson, J. (2018). A interação mediada na era digital. *Theory, Culture & Society*, Thousand Oaks, 12 (3), pp.17-44. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matriz/article/view/153199>>. [Consultada em 06/04/2022].

Toffoli, D.(2021). *Medida cautelar MS 37.979*. Distrito Federal. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stf/1232967177/inteiro-teor-1232967181>>. [Consultado em 07/02/2022].

Traquina, N (2005). *Teorias do Jornalismo*. Florianópolis, Editora Insular. [Em linha]. Disponível em : <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod\\_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf)>. [Consultado em 06/6/2022].

Tumasjan, A. *et alii*. (2010). *Predicting elections with Twitter: What 140 characters reveal about political sentiment*. In Fourth international AAAI conference on weblogs and social media. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/view/1441>>. Consultado em 16/09/2022].

Túñez, M. & Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: "La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. pp 210-246. [Em linha]. Disponível em: <[http://www.revistalatinacs.org/11/art/930\\_Santiago/09\\_Tunez.html10.4185/](http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/09_Tunez.html10.4185/)>. [Consultado em 19/08/2022].

Twiplomacy (2020). *Twiplomacy Study 2020*. [Em linha]. Disponível em:<<https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020>>. [Disponível em: 18/08/2022].

Twiplomacy Study 2020 (2021). #Digital Diplomay Intelligence. New York. [Em linha]. Disponível em:<<https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020>>. [Consultado em 15/06/2022].

Twitter (2022). *Como bloquear contas do Twitter*. [Em linha]. Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/blocking-and-unblocking-accounts>>. [Consultado em 28/05/2022].

Twitter (2022). *Como silenciar contas no Twitter*. [Em linha]. Disponível em:<<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/twitter-mute>>. [Consultado em 28/05/2022].  
Twitter Brasil (2018). *Líderes Mundiais no Twitter*. [Em linha]. Disponível em:<[https://blog.twitter.com/pt\\_br/topics/company/2018/lideres-mundiais-no-twitter](https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2018/lideres-mundiais-no-twitter)>. [Consultado em 18/08/2022].

Twitter Inc (2021). *Permanent suspension of @realDonaldTrump*. [Em linha]. Disponível em: <[https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2020/suspension](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension)>. [Consultado em 22/08/2022].

Twitter (2018). *Discurso de Diplomação Jair Bolsonaro*. [Em linha]. Disponível em: <[https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1072306217190649856?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1072306217190649856?ref_src=twsrc%5Etfw)>. [Consultado em 03/09/2022].

Unesco (2016). *Tendências mundiais sobre a liberdade de expressão e o desenvolvimento da mídia*. Unesco. [Em linha]. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244708>>. [Consultado em 16/09/2022].

Unesco (2004). Brasília-DF. [Em linha]. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154071?8=null&queryId=04e251f7-030b-4771-8e7f-5ecdcb4d9d8f>>. [Consultado em 30/05/2022].

Vargas, M. (2020). “Acabou matéria no Jornal Nacional,” diz Bolsonaro sobre atraso em dados da Covid. [Em linha]. Disponível em: <<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,acabou-materia-no-jornal-nacional-diz-bolsonaro-sobre-atrasar-dos-dados-da-covid-19,70003326373>>. [Consultado em 05/08/2022].

Velloso, F (2014). *Informática: Conceitos básicos*. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

Viana, T. & Ferreira, M. (2019). *Caso Trump: uma análise do bloqueio de usuários nas redes sociais por autoridades públicas e o direito humano de acesso à informação*. São Paulo. 2º Congr. Intern. Information Society and Law – FMU. [Em linha]. Disponível em: <[https://www.academia.edu/44678229/Caso\\_Trump\\_Uma\\_an%C3%A1lise\\_do\\_bloqueio\\_de\\_usu%C3%A1rios\\_nas\\_redes\\_sociais\\_por\\_autoridades\\_p%C3%BAblicas\\_e\\_o\\_direito\\_humano\\_de\\_acesso\\_%C3%A0\\_informa%C3%A7%C3%A3o](https://www.academia.edu/44678229/Caso_Trump_Uma_an%C3%A1lise_do_bloqueio_de_usu%C3%A1rios_nas_redes_sociais_por_autoridades_p%C3%BAblicas_e_o_direito_humano_de_acesso_%C3%A0_informa%C3%A7%C3%A3o)>. [Consultado em : 18/04/2022].

Viana, T.(2019). Ação popular com pedido de medida liminar. Brasília-DF . [Em linha]. Disponível em : < <https://www.conjur.com.br/dl/acao-bolsonaro-desbloqueie-pessoas.pdf>> [Consultado em 18/04/2022].

Vieira, A. (2020) Projeto de Lei nº 2630, de 2020. Lei das Fake News. Senado Federal. Brasília-DF. [Em linha]. Disponível em: <[https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944#tramitacao\\_10097166](https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944#tramitacao_10097166)>. [Consultado em 13/03/2021].

Violência de Gênero jornalismo (2022). *Violência de Gênero contra Jornalistas*. [Em linha]. Disponível em: <<https://violenciagenerojornalismo.org.br/>>. [Consultado em 28/07/2022]

Volpato, B. (2021). As redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022; com insights e materiais. [Em linha]. Disponível em: <

<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>.

[Consultado em 10/09/2022].

Relatório Sombra. (2021). Los efectos diferenciados de la violencia contra la prensa: [Em linha]. [Em linha]. Disponível em: <<https://vocesdelsurunidas.org/>>. [Consultado em 19/09/2022].

Websiterating (2022). *50 + twitter estatísticas e fatos para 2022*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.websiterating.com/pt/research/twitter-statistics/>>. [Consultado em 18/08/2022].

Wolf, M (1995). *Teorias da Comunicação de massa*. Lisboa, Editorial Presença.

Werthein, J. (2004). *Novas Tecnologias e a Comunicação Democratizando a Informação*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ue000259.pdf>>. [Consultado em 29/09/2022].

Yahya, H. (2022). *Bolsonaro lidera com folga nas redes com 49 mi de seguidores*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/bolsonaro-lidera-com-folga-nas-redes-com-49-mi-de-seguidores/>> [Consultado em 29/09/2022].

Zémor, P.(1995). *La Communication publique*. Paris, PUF. [Em linha]. Disponível em: <<https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>>. [Consultado em 29/04/2022].