




“CHORA, JORNALISTA”: *TWEETS* DO CLÃ BOLSONARO SOBRE IMPRENSA E JORNALISMO

“CRY, JOURNALIST!”: *TWEETS* BY BOLSONARO’S FAMILY ON PRESS AND JOURNALISM

“LLORA, PERIODISTA!”: *TWEETS* DEL CLAN BOLSONARO ACERCA DE LA PRENSA Y PERIODISTAS

Luiz Felipe Zago¹

Matheus Henrique da Fonseca de Oliveira²

 10.21665/2318-3888.v9n18p297-330

RESUMO

Este artigo descreve e analisa as formas de crítica à imprensa e ataque à identidade profissional de jornalistas existentes em *tweets* de Jair Bolsonaro e seus três filhos, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro. O objetivo é descrever e analisar as críticas à imprensa e os ataques à identidade profissional de jornalistas publicadas nos seus respectivos perfis. Foram arquivadas 621 postagens feitas pelos políticos nos primeiros 15 dias de março de 2020, das quais 135 apresentaram conteúdos pertinentes ao recorte temático proposto. A análise aponta o protagonismo exercido pelas redes sociais digitais na mediação do debate público político. Resgata as relações que têm sido estabelecidas historicamente no Brasil entre o poder político e a imprensa, sobretudo no que toca à identidade profissional dos jornalistas. Reflete sobre a imprensa como instituição que historicamente ocupou o papel de Poder Moderador e supostamente garantidor da democracia. A partir da observação do conteúdo dos *tweets* arquivados, este trabalho identificou três finalidades principais nas publicações do clã: atacar a imprensa tradicional em geral, atacar veículos de comunicação específicos e atacar individualmente jornalistas. Constatou-se que o presidente e seus filhos tentam esvaziar a credibilidade da imprensa e atuam para fazer de seus perfis nas redes sociais os únicos meios fidedignos para informar a população sobre política.

Palavras-chave: Imprensa. Democracia. *Twitter*. Identidade Profissional.

¹ Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação e Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Luterana do Brasil (Campus Canoas). Graduado em Comunicação Social pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2006), Mestre (2009) e Doutor (2013) em Educação pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação da UFRGS. ORCID: orcid.org/0000-0003-4453-5982. E-mail: luiz.zago@ulbra.br.

² Graduado em Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Luterana do Brasil. E-mail: matheusoliveira.hf97@gmail.com.

ABSTRACT

This article describes and analyses the forms of criticism and attack of the press that exist in tweets published online by Jair Bolsonaro and his three sons, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro and Flávio Bolsonaro. The objective is to describe and analyze the critics towards the press and the attacks to the professional identity of journalists in their Twitter accounts. 621 posts posted by them were collected in the first 15 days of March 2020. 135 demonstrated relevance to this research. The analysis points out to the importance of the social media on the public political debate. It retrieves the relations that have been historically established in Brazil between the political power and the press, especially in its relations to the professional identity of journalists. It reflects on the press as an institution that historically acts as a moderating power and supposedly guarantor of democracy. Based on the observation of the collected content, this article identified three main purposes in the family's publications: attack the traditional press in general, attack specific journalism companies and attack journalists individually. It was found that the president and his sons try to undermine the credibility of the press and act to make their profiles on the digital social media as the only way to inform the population on politics.

Keywords: Press. Democracy; Twitter. Professional Identity.

RESUMEN

Este artículo describe y analiza formas de criticar a la prensa y atacar la identidad profesional de los periodistas en los tweets de Jair Bolsonaro y sus tres hijos, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro y Flávio Bolsonaro. El objetivo es describir y analizar críticas a la prensa y ataques a la identidad profesional de los periodistas publicados en sus respectivos perfiles. Se archivaron 621 publicaciones realizadas por los políticos en los primeros 15 días de marzo de 2020, de las cuales 135 presentaron contenido relevante para la temática propuesta. El análisis señala el papel desempeñado por las redes sociales digitales en la mediación del debate político público. Rescata las relaciones que históricamente se han establecido en Brasil entre el poder político y la prensa, especialmente con respecto a la identidad profesional de los periodistas. Refleja en la prensa como una institución que históricamente ocupó el papel de Poder Moderador y supuestamente la garantía de la democracia. A partir de la observación del contenido de los tweets archivados, este trabajo identificó tres propósitos principales en las publicaciones del clan: atacar a la prensa tradicional en general, atacar a medios específicos y atacar a periodistas individualmente. Se descubrió que el presidente y sus hijos intentan vaciar la credibilidad de la prensa y trabajan para que sus perfiles en las redes digitales sean el único medio confiable para informar a la población sobre la política.

Palabras clave: Prensa. Democracia. Twitter. Identidad Profesional.

Introdução

O inegável protagonismo das redes sociais digitais como plataformas de interação entre diferentes tipos de público estabeleceu novas dinâmicas no âmbito da comunicação em geral e, em especial, na comunicação política. No Brasil, um fenômeno que evidencia a mudança na forma como políticos passaram a publicar suas perspectivas foram as eleições de 2018. Eleito presidente em segundo turno, com mais de 57 milhões de votos, Jair Messias Bolsonaro possuía poucos segundos no horário eleitoral gratuito na televisão durante o primeiro período da campanha. Apesar disso, o político se destacou no cenário nacional por seus posicionamentos e falas racistas, homofóbicas e misóginas apresentadas nos seus perfis nas redes sociais *online*, (*Facebook, Instagram, Twitter* e redes de contatos via *WhatsApp*), potencializados pelo grande número de interações e replicações de seus seguidores e apoiadores. Essa situação de contato direto com o público por meio de plataformas da internet desloca a função mediadora das mídias tradicionais e, com isso, implica também na identidade dos profissionais da Comunicação – em especial dos jornalistas.

É nesta conjuntura de protagonismo das redes sociais *online* que Jair Bolsonaro faz de seus perfis oficiais naquelas plataformas como fontes diretas das informações sobre o governo. Ao falar diretamente com o público, ele confere à imprensa tradicional o papel “tumultuar a República”, conforme escreveu em sua conta no *Twitter* no dia 24 de fevereiro de 2020³. Chamando para si e para seu núcleo de governo a responsabilidade de dar publicidade às ações do Executivo, Bolsonaro usa igualmente os meios digitais para desqualificar a imprensa de forma reiterada e colocar em dúvida a identidade profissional dos jornalistas. Nesse jogo, coloca uma parcela dos profissionais de Jornalismo, e também veículos de comunicação específicos, como inimigos da República.

A dinâmica de conflito estabelecida por Jair Bolsonaro em relação à imprensa também é evidenciada em entrevistas concedidas coletivamente na porta do Palácio da Alvorada. No dia 4 de março do corrente ano, após divulgação oficial do crescimento do Produto Interno

³ Fonte: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1232649214905212930>>. Acesso: 31/05/2020

Bruto (PIB) de 2019, que teve um crescimento de 1,1%, o Presidente se dirigiu à imprensa acompanhado do humorista Márvio Lúcio, conhecido como Carioca. Ao descer do veículo oficial, o humorista, caracterizado como o presidente da República, começou a distribuir bananas, em referência ao gesto que Jair já fez para profissionais da mídia em outras oportunidades. Bolsonaro não respondeu às perguntas dos jornalistas sobre o desempenho da economia, e Carioca acrescentou que este assunto deveria ser tratado com Paulo Guedes, ministro da Economia, desdenhando dos questionamentos.⁴

O primeiro episódio com gesto de “banana” para os jornalistas aconteceu no dia 8 de fevereiro de 2020⁵. O Presidente repreendeu a forma como a imprensa tratou sua declaração, do dia 5 de fevereiro, quando afirmou que uma pessoa com HIV representa “uma despesa para todos nós do Brasil”. O segundo caso aconteceu uma semana depois, no dia 15 de fevereiro. Dessa vez, Bolsonaro criticou a reportagem da repórter Bela Megale, do jornal O Globo. O conteúdo noticioso afirmou que a Biblioteca da Presidência de República seria reduzida pela metade para dar lugar a uma sala para a Primeira-Dama, Michele Bolsonaro. O Presidente disse aos jornalistas: “Vocês só se preocupam com besteira. Nenhum livro vai embora. Vai ficar tudo lá”, e deixou a coletiva. Ao chegar ao carro, subiu na porta traseira direita do veículo e realizou o gesto.⁶

Um estudo da Bites (2019), empresa de consultoria e monitoramento digital, indicou que de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019 o perfil oficial de Bolsonaro no *Twitter* produziu 5.708 *tweets*. Destes, 432 trouxeram críticas sobre o trabalho da imprensa e de jornalistas. Entre compartilhamentos, *retweets*, comentários e curtidas, esses conteúdos geraram 51,7 milhões de interações. Outro fator relevante apontado pela pesquisa é o número total de comentários negativos em relação à imprensa produzidos por outros usuários da plataforma ao longo de 2019. Os 130 milhões de brasileiros com acesso ao *Twitter* fizeram cerca de 6,2 bilhões de *posts*, ao todo. Em 39,2 milhões havia conteúdos com a combinação das palavras mídia, imprensa, jornalista e jornalismo. Desse total, 3,2

⁴ Fonte: < <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/bolsonaro-poe-humorista-para-dar-entrevista-e-distribui-bananas-a-jornalistas/>>. Acesso: 31/05/2020

⁵ Fonte: < <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/bolsonaro-se-queixa-da-imprensa-e-faz-gesto-de-banana-para-jornalistas.shtml>>. Acesso: 31/05/2020

⁶ Fonte: < <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/02/15/bolsonaro-repete-banana-contra-imprensa-e-diz-que-michelle-merece-elogio.htm>>. Acesso: 31/05/2020

milhões foram de críticas ao trabalho da imprensa. “Em cada um dos 365 dias de 2019, a mídia profissional sofreu 9 mil ataques (no Twitter), 6 por minuto” (BITES, 2019). O principal movimento de boicote à imprensa se refere ao compartilhamento dos números de telefone de grandes veículos como Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo, com incentivo ao cancelamento de assinatura e leitura dos jornais.

Dado esse contexto, este artigo tem como pergunta norteadora: Quais as formas de enfrentamento à imprensa ou ataque à identidade profissional de jornalistas presentes em *tweets* dos quatro políticos da família Bolsonaro em seus perfis do *Twitter*? O objetivo é descrever e analisar essas críticas à imprensa e os ataques à identidade profissional de jornalistas nos perfis do *Twitter* de Jair Bolsonaro e seus três filhos, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro, sublinhando os temas que são objeto de tensão entre o clã Bolsonaro e a mídia. Além do Presidente, seus filhos mantêm mandatos em exercício, sendo Carlos vereador pelo Rio de Janeiro; Eduardo deputado federal por São Paulo; Flávio senador por São Paulo. O *Twitter* é a plataforma escolhida por ter ganhado significativa relevância no Brasil e por ser o meio pelo qual há a maior propagação de comentários do clã recém-descrito em relação à imprensa. Essa discussão mostra-se fundamental não apenas para evidenciar os meandros de suas estratégias de comunicação mas, principalmente, para discutir as tentativas sistemáticas e reiteradas de desqualificar a identidade profissional dos profissionais de comunicação, posicionados como inimigos da nação.

No que segue, o texto está dividido da seguinte forma: uma seção metodológica; uma seção teórica que aborda as redes sociais *online* como espaço de ação política; outra seção teórica, mais longa, que aborda as relações entre imprensa, poder e identidade profissional de jornalistas; uma seção analítica, composta por 3 subseções, nas quais são analisados os *tweets* selecionados do clã Bolsonaro; e, finalmente, uma seção de Notas Finais.

1. Metodologia

Para a realização deste artigo foram coletados, manualmente, por meio da Busca Avançada⁷ disponibilizada pelo *Twitter*, um total de 621 *tweets* dos perfis oficiais de Jair Bolsonaro, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro, no período entre 1º e 15 de março de 2020. A escolha desse período é estratégica por se tratar do intervalo de tempo em que foi marcada, no Brasil e no mundo, a escalada de novos casos da pandemia de COVID-19. O papel da imprensa profissional se destaca neste cenário na contestação à crescente circulação de notícias falsas e na atualização dos números de infecção e mortes por COVID-19 no país. Evidencia-se, assim, diante de uma pandemia mundial, a necessidade de informações precisas, checadas e, sobretudo, a atuação de profissionais que gozam de credibilidade profissional.

Dentro do recorte estabelecido, foram analisados os *tweets* com conteúdos que atacam de forma direta ou indireta jornalistas e o trabalho desenvolvido pela imprensa profissional. O perfil que mais se destaca pelo número de *tweets* e de ataques é do deputado federal Eduardo Bolsonaro: das 313 postagens feitas por ele, 72 continham ataques à imprensa ou a jornalistas. No perfil do vereador pelo Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro, foram coletados um total de 151 *tweets*, dos quais 52 foram publicados com conteúdos de crítica à imprensa. No perfil de Jair Bolsonaro foram 147 postagens realizadas no período, sendo 8 de ataque à imprensa. Flávio Bolsonaro possui o menor número de postagens, contabilizadas em 10, das quais 3 serviram para propagar ataques à imprensa.

Verifica-se que do total de 621 *tweets* arquivados, 135 foram com conteúdos de ataque ao trabalho e a profissionais da imprensa. Isso que significa que, do total de publicações feitas pelos membros do clã Bolsonaro naquela plataforma no período estabelecido, 21,73% foram usadas exclusivamente para, de forma direta ou indireta, desqualificar jornalistas e o trabalho exercido pela imprensa profissional.

⁷ A busca avançada no *Twitter* é uma ferramenta que permite fazer pesquisas em contas específicas, em períodos específicos, com diversas formas de filtragem. Uma limitação deste recurso é a impossibilidade de visualizar *retweets* que não tenham sido comentados pelas contas que *retweetaram*.

2. O “online” como espaço da ação política

A utilização das plataformas digitais como espaços da ação política passou a ser observada mais atentamente a partir do sucesso eleitoral do então candidato à presidência dos Estados Unidos Barack Obama, em 2008, ainda durante as primárias. “Uma das maiores novidades da disputa consistia no modo como vinham sendo empregadas as comunicações on-line nas funções fundamentais de uma campanha política” (FERNANDES, GOMES, REIS, SILVA, 2009, p. 30). À época, o *Twitter* não representou a ferramenta principal em termos de interações entre as pessoas e o candidato, mas o sinal para a potencialidade da ferramenta foi acesso. A principal novidade citada pelos autores é a utilização do universo digital como via alternativa à campanha feita através dos meios tradicionais de comunicação – principalmente à televisão. Entre as características deste novo *modus operandi* está a participação dos internautas na produção e difusão de conteúdos, processo facilitado pela interatividade proporcionada pela internet. A estratégia conseguiu alcançar uma sofisticada interação entre o político e os eleitores engajados na cultura digital (FERNANDES; GOMES; REIS; SILVA, 2009, p. 40).

A interatividade oferecida pelas diferentes ferramentas que integram o universo da internet se apresenta como uma rica fonte de recursos a ser explorada pela comunicação política. Rossetto, Carreiro e Almada (2013) buscaram entender, a partir do estado da arte, os limites e as possibilidades do *Twitter* para a difusão de mensagens de agentes políticos, justificando ser a plataforma

um local de ressonância de temas e discussões políticas que são divulgadas pelos mais diversos meios de comunicação. Parece ser nas mídias sociais que as questões políticas repercutem e ganham diferentes desdobramentos; o que se acredita ter efeito na opinião dos indivíduos a respeito dos temas em discussão (2013, p. 191).

De acordo com Parlamee e Bichard (2012), conforme citado por Rossetto, Carreiro e Almada (2013, p. 191), o uso do *Twitter* ganha relevância para quem segue personalidades e atores políticos pelos motivos de (i) ser uma fonte de informação rápida e sem nenhum tipo de filtro; (ii) fazer com que os usuários se sintam parte do processo político, tendo a possibilidade de interagir de diferentes maneiras com o conteúdo e não

apenas ser um receptor de informações; (iii) representar uma ferramenta de trabalho para quem atua na área ou para a cobertura de notícias políticas por parte da imprensa. É nesse ambiente de fácil interatividade que os políticos buscam aprimorar seu protagonismo em meio à sociedade, reafirmando seus posicionamentos, esclarecendo polêmicas, prestando contas ao eleitorado, “não apenas com o objetivo de se fazer presente, mas para se aproximar do eleitor, ampliar a visibilidade, detectar os rumores do tema em pauta do momento e até participar ativamente do debate político na arena digital” (NETO; DOURADO; MESQUITA, 2017, p. 63).

Wilson Gomes (2004) define o campo em que circula o intenso fluxo de informações sobre as atividades dos representantes eleitos pelo povo como esfera de visibilidade pública política. A esfera civil passou a ter maior protagonismo e poder de decisão sobre os mandatos quando passou a ter mais acesso à informação, e isso trouxe a necessidade de uma constante construção de imagem por parte dos políticos. “Como opinião e disposição públicas se convertem em votos, há uma virtualidade eleitoral constante a assombrar a esfera política” (GOMES, 2004, p. 113). Surge, a partir disso, a necessidade de saber a cada momento qual a opinião da esfera civil sobre o que está posto no tabuleiro político – conclusão que pode ser alcançada através das interações dos usuários com as ideias ou posicionamentos apresentados através de plataformas digitais. Desta forma, o *Twitter*, assim como outras plataformas, se torna um poderoso campo de debates e exposição de ideias, conforme assinala Gomes (2004, p. 114):

O sucesso eleitoral depende da capacidade que teria o agente emissor do mundo político de identificar e atender percepções, disposições e opiniões da esfera civil. (...) Os mandatários, então, passam a cortejar a esfera civil e a buscar reconhecer seus humores e as suas tendências e a satisfazer seus desejos.

Se, “parte considerável da disputa política tem sido convertida em luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos, bem como em competição pela produção da percepção pública dos interesses e das pretensões que se apresentam na cena política” (GOMES, 2004, p. 239), é razoável afirmar que as mídias digitais proporcionam um canal de comunicação mais aberto e menos dependente dos meios tradicionais, o que abre caminho para o protagonismo destes novos espaços de debate.

Partindo da concepção de que as redes sociais *online* deixaram de ser apenas um meio de circulação de informações e se tornaram arenas essenciais à discussão de temas caros à sociedade, Gomes (2014) apresenta uma nova lógica de esfera pública. Nela, os cidadãos podem identificar os temas predominantes e de maior relevância nas plataformas digitais, e não apenas em conversas em bares, cafés e pubs, e assim interagir com os conteúdos através de curtidas, comentários e compartilhamentos, criando eventuais fluxos de temas predominantes que também passam a ser discutidos e compartilhados por outros que façam parte da sua rede de relacionamento.

Hoje não pode haver problema social, tema ou evento político, opinião ou perspectiva socialmente relevante acerca de qualquer assunto que não se represente na conversação digital alargada que se dá nos *sites* e plataformas de redes sociais. Não importa qual a origem do conteúdo em que se tem interesse, se foi produzido pelos campos profissionais das empresas de jornalismo ou se por um cidadão comum no mundo da vida cotidiana, ele será representado em algum *post* ou comentário no *Twitter* ou no *Facebook*, será replicado, será comentado, discutido, pessoas reagirão e ele de todas as formas possíveis (GOMES, 2014, p. 19).

Essa nova arena de discussão pública também comporta a expressão de ânimos sociais, seja através de palavras, imagens, ou *emojis*, complexificando o teor dos discursos que se propagam pelas redes. Afinal, a interação entre indivíduos não pode ser esvaziada de emoção, mesmo que mediada por plataformas digitais. Estudos recentes apresentam metodologias de análise para mapear o compartilhamento de mensagens com teor político que tenham o ímpeto da emoção ligado ao conteúdo que se produz ou propaga. Entre as conclusões está a de que sentimentos como raiva, medo e ansiedade estão fortemente ligados ao sucesso de narrativas políticas compartilhadas pelos usuários (MALINI, CIARELLI, MEDEIROS, 2017). É esse universo que tem assumido o protagonismo como local de consumo de informação e discussão em público. A participação neste processo pode ser de maior ou menor intensidade, a depender do nível de conectividade de cada cidadão, que é determinado, via de regra, por três fatores: idade, renda e escolaridade. Hoje, é esse ambiente que permite à sociedade reagir diante de fatos e perspectivas dominantes no debate público (GOMES, 2014).

3. Identidade: jornalista – relações entre imprensa, democracia e poder

A imprensa profissional já assumiu o protagonismo em muitos momentos políticos decisivos da história do Brasil. No pós-1930, o período do Estado Novo é marcado pela difusão da ideologia governista através dos meios de comunicação, principalmente o rádio. Nesta nova configuração política, que passou a vigorar no país com a ditadura de Getúlio Vargas, houve o alinhamento de muitos donos de empresas de comunicação com o regime. “Ainda que tenha havido encampação de alguns periódicos, perseguição de outros tantos, houve mais proximidades, acordos e relações conjuntas entre os homens de governo e os homens de imprensa do que divergências” (BARBOSA, 2006, p. 220). Esse exemplo ilustra uma relação entre imprensa e governo que passou a fazer parte da realidade política do Brasil nos anos seguintes. Barbosa (2006) ainda aponta que a atuação profissional de jornalistas durante a ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1985, não foi exclusivamente de resistência e enfrentamento com os militares, mas foi, sobretudo e principalmente, de coexistência negociada – o que implica sugerir que a encarnação do exercício do jornalismo como ato intrinsecamente democrático é uma crença romântica construída a posteriori, depois do período de abertura e redemocratização).

Há estudos que especulam sobre o papel político que caberia à imprensa desempenhar, constituindo uma espécie de Quarto Poder em um sistema democrático – espécie de herança do Poder Moderador do Império. Albuquerque (2009) argumenta que o termo Quarto Poder tem sido utilizado com diferentes significados no Brasil. O autor apresenta três definições com diferentes concepções acerca do tipo de relação que caberia à imprensa manter com os poderes democraticamente instituídos:

De modo bastante simplificado, pode-se dizer que o modelo de *Fourth Estate* descreve a imprensa nos termos de um contra-poder, cujo papel é promover um controle externo do governo, em nome do interesse dos cidadãos. (...) O modelo de *Fourth Branch*, por sua vez, sugere que a imprensa desempenha um papel no exercício do governo, ainda que não oficial, como um instrumento auxiliar, a serviço do sistema de *check and balances*, através do qual os três poderes interdependentes do governo – Executivo, Legislativo e Judiciário – se controlam reciprocamente. Finalmente, o modelo de Poder Moderador concebe a imprensa como

devendo desempenhar uma espécie de superpoder, de arbitragem dos conflitos que se estabelecem entre os três poderes, e da defesa do interesse público para além deles (ALBUQUERQUE, 2009, p. 2).

O autor conclui que é o conceito de Poder Moderador que melhor explica a atuação que a imprensa brasileira se propõe a desempenhar. Em sua análise sobre o papel político das organizações jornalísticas no país, Albuquerque argumenta que a peculiaridade reside na reivindicação de um lugar acima de qualquer forma de partidarismo ou militância. Ou seja, o jornalismo nacional se esforça para demonstrar ser uma voz independente de ideologias governistas, que preza pelo interesse público e pela democracia, reivindicando um mandato simbólico de representatividade perante seu público.

O Poder Moderador foi um dos quatro poderes de Estado instituídos pela primeira Constituição brasileira, criada em 1824, e atribuía ao Imperador o papel de autoridade neutra intermediária, com o compromisso de manter o funcionamento e o equilíbrio entre Executivo, Legislativo e Judiciário. Na prática, o modelo ficou apenas no papel, com um Imperador que comandou a administração e a política. Apesar disso, a preocupação em estabelecer um poder neutro demonstra que historicamente sempre houve a noção de que um Poder Moderador seria necessário para garantir a estabilidade do sistema político. A implantação do regime republicano em 1889 extinguiu a monarquia e, com ela, existência legal do Poder Moderador. Entretanto, permaneceu nos anos que se seguiram a força de sua importância no imaginário cultural, e diferentes grupos e instituições reivindicaram para si o papel de guardiãs da constituição em nome do cidadão. Um elemento histórico ilustre, nesse sentido, é a suposta defesa ou “fiscalização” da democracia brasileira operada por parte das Forças Armadas ao longo do século XX. Em nome da ordem constitucional e diante do que parcelas militares denominaram de “ameaça comunista”, os militares tomaram o poder com o discurso de ser isso uma “intervenção corretiva” da democracia. De acordo com Albuquerque (2009), o papel de Poder Moderador passou a ser assumido pela grande imprensa após sua atuação, muitas vezes ambígua, no período do regime militar (de 1964 até 1985) como “fiadora de democracia e suas instituições” (ALBUQUERQUE, 2009, p. 10).

O conceito de um mandato simbólico de representatividade do povo assumido pela imprensa a partir desse período é explorado por Albuquerque (2013) em análises o modo como os entrevistadores William Bonner e Fátima Bernardes, do Jornal Nacional, se portam durante entrevistas com candidatos à presidência em 2010. As sabatinas aconteceram com os três mais bem colocados nas pesquisas da época, sendo eles José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Marina Silva, do Partido Verde (PV), e Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT). Albuquerque chama a atenção para o papel que a Rede Globo clama desempenhar em processos eleitorais, quase que como uma instituição oficial com o papel de revelar as contradições narrativas dos candidatos e de representar o povo diante da classe política. A ideia de a imprensa ser um Poder Moderador e os jornalistas atuarem como bastiões da democracia; que tais empresas e profissionais transcendem a disputa e o jogo partidário, se evidencia através de quatro aspectos nas entrevistas analisadas:

1) da insistência nas regras do jogo, idênticas para os três candidatos; 2) de um roteiro semelhante (ao menos do ponto de vista formal) de perguntas dirigidas a eles; 3) de uma atitude de questionamento agressivo adotada no tratamento de todos os candidatos (embora não necessariamente no mesmo grau); e, não menos importante, 4) do apelo ao interesse público como fundamento deste tipo de atitude (ALBUQUERQUE, 2013, p. 16).

Embora existam diferentes definições e conceitos aplicados ao papel político exercido pela imprensa brasileira, há um elemento que parece ser reiterado: as mais variadas posições ideológicas do espectro direita-centro-esquerda, quando assumem o poder na forma de governo, tendem a desenvolver uma relação de conflito com a imprensa e com os jornalistas. A dinâmica de descrédito ao desempenho de profissionais atuantes em jornais, revistas e programas de telejornalismo, e as empresas as quais estão vinculados, estabelecida quase que diariamente pelo presidente Jair Bolsonaro, não é uma novidade em nossa República. Com as redes sociais digitais funcionando não apenas como meios em que circula a informação, mas como arenas do debate público contemporâneo (GOMES, 2014), esse discurso ganha amplitude por sua lógica de repetição e passa a ocupar espaço entre os temas sobre os quais se concentra a atenção pública atualmente.

Constantemente criticado por Bolsonaro e seu reduto, o jornal Folha de S. Paulo também foi alvo de duras críticas durante o governo petista de Dilma Rousseff. Exemplo disso repousa na manifestação feita em frente à redação do jornal no dia 30 de agosto de 2016 por um grupo de apoiadores que afirmava ser a grande mídia um dos principais elementos do processo de cassação da ex-Presidente.⁸ Outro grande veículo que também passou a ser considerado por Bolsonaro e seus apoiadores um inimigo do governo é a Rede Globo. Essa narrativa se expressa através de constantes críticas aos produtos jornalísticos e também da popularização do slogan “globo lixo”, que pode ser compreendida como um paralelo à expressão “globo golpista”, amplamente difundida nos governos petistas. É ilustre a posição do ex-presidente Lula, que chegou a atribuir sua prisão a um golpe preparado desde 2013 pela emissora⁹.

Em outra perspectiva, diferente da de Albuquerque, Bucci (2009, p. 61) postula que “O poder não gosta da imprensa – apenas é forçado a conviver com ela”. Se Albuquerque supõe uma continuidade do exercício do jornalismo no exercício do poder quanto Poder Moderador no Brasil, Bucci aposta na lógica de conflito entre imprensa e poder político, que não se limita ao âmbito do Executivo. O Legislativo, historicamente, também acumula tensões em sua relação com os veículos de comunicação. Bucci (2009) analisa a escalada de ataques feita pelo Senado em 2009 à imprensa profissional. Este ano foi marcado por uma série de atos administrativos – que entre outras determinações, aumentavam salários e contratavam funcionários – praticados pela direção do Congresso Nacional que não foram publicados no Diário Oficial da União. Esse fato e seus desdobramentos tomaram conta das manchetes da época, e o então Presidente do Senado, José Sarney, passou a atacar a imprensa. O ápice dessa relação de desgaste foi no dia 15 de setembro daquele ano, quando o político declarou que a mídia havia se tornado inimiga do Congresso e das instituições representativas. Semana após semana, novos escândalos foram revelados e o jornal Estado de S. Paulo, que teve uma das atuações mais contundentes em relação aos “atos secretos”, acabou sofrendo censura judicial. A decisão

⁸ Fonte: < <https://csalignac.jusbrasil.com.br/noticias/380626491/5-momentos-em-que-a-rede-globo-agiu-a-favor-do-golpe-parlamentar>>. Acesso: 31/05/2020

⁹ Fonte: < <https://www.brasil247.com/poder/lula-minha-prisao-e-resultado-de-um-golpe-preparado-pela-globo>>. Acesso: 31/05/2020

da Justiça, a pedido de Sarney, foi de impedir a publicação de reportagens que citassem o nome do político.

Bucci (2009) traz os desdobramentos da época e defende o direito à livre expressão, argumentando contra a censura prévia com base no direito à liberdade de discurso e na necessidade de levar ao cidadão assuntos que são do interesse público.

(...) a imprensa como instituição é maior – e mais preciosa – do que o mero somatório dos veículos. Por isso, quando o poder agride um único veículo, está fazendo sangrar a instituição da imprensa como um todo. Está enfraquecendo todo o sistema democrático. Está atentando contra os direitos fundamentais de cada cidadão (BUCCI, 2009, p. 75).

Explorando o pensamento da filósofa Hannah Arendt, Bucci (2018) evidencia que a democracia tem o dever de zelar pela divulgação de informações a partir da imprensa, e não da política ou de políticos – o que configuraria um flerte com o autoritarismo e até mesmo com o totalitarismo. Partindo do entendimento de que a verdade factual se trata de uma descrição enxuta dos acontecimentos, esvaziada de invenções e falsidades, o autor argumenta que cabe à política se valer da verdade factual, mas não cabe a ela produzir ou propagar esta verdade. Distinguem-se, então, dois domínios: o da política, de um lado, e o da esfera “em que os fatos são apurados, investigados, pesquisados, narrados, historiados” (BUCCI, 2018, p. 25), que caberia à imprensa livre de censura e aos profissionais que dela fazem parte. É nesse contexto proposto que cabe à política tomar decisões baseadas em fatos, e não tentar dar lógica aos fatos a partir de pautas governamentais. Esse comportamento, em sua essência, serviria até mesmo para salvar a política de si mesma e da possibilidade de que ideias se tornem fanatismos irracionais.

Para que a política seja mesmo a política nos marcos da democracia, seus agentes não haverão de dispensar as vozes problematizadoras da imprensa, que rabisca impressões ou flagrantes passageiros sobre os eventos e estimula os debates em torno da interpretação dos mesmos eventos (BUCCI, 2018, p. 26).

Há, portanto, uma tensão teórica (e também ética) entre as concepções de Bucci, de um lado, Albuquerque e Barbosa, de outro, acerca da relação entre imprensa e governo, além o papel que parte dos profissionais de jornalismo reivindica desempenhar na democracia brasileira. O primeiro evidencia que há um conflito constante entre a esfera política e a imprensa tradicional; os segundos defendem que a imprensa se coloca acima de ou coextensiva a qualquer disputa político-partidária, chamando para si a função de ser uma instituição que defende o interesse público mediante os outros poderes. Não objetivamos, aqui, dar um veredicto quanto a essa discussão polêmica; é a sua própria polêmica que nos interessa explorar nas análises sobre as críticas e ataques do clã Bolsonaro ao exercício do jornalismo e à identidade profissional dos jornalistas.

4. Análise: opiniões do clã Bolsonaro sobre imprensa e jornalistas

Esta seção apresenta análises dos conteúdos publicados no *Twitter* pelo perfil de Jair Bolsonaro e de seus três filhos, Carlos Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro, entre os dias 1º e 15 de março de 2020. De um total de 621 *tweets* coletados, 135 demonstraram ter relevância para esta pesquisa por possuírem conteúdos de ataque à grande imprensa, veículos e jornalistas, ou por estabelecerem interações com *tweets* de terceiros que se aproximam desse recorte. Após a observação dos 135 *tweets* selecionados, foi possível identificar recorrências no material, o que permitiu a criação de três categorias:

1) Ataque à grande imprensa: publicações em que as críticas são feitas à imprensa profissional de forma genérica, sem a citação de veículos específicos ou jornalistas. De forma geral, são conteúdos que questionam a credibilidade do jornalismo profissional e atribuem à “grande mídia” o papel de propagar *fake news*. Enquadram-se nesta categoria 47 *tweets*, sendo quatro de Jair Bolsonaro, 12 de Carlos Bolsonaro, 29 de Eduardo Bolsonaro e dois de Flávio Bolsonaro.

2) Ataque a veículos: postagens que sejam endereçadas a um ou mais veículos de comunicação específicos. De forma geral, buscam atribuir aos grandes jornais o status de esquerdistas e manipuladores da opinião pública. Enquadram-se nesta categoria 46 *tweets*, sendo três de Jair Bolsonaro, 14 de Carlos Bolsonaro, 28 de Eduardo Bolsonaro e um de Flávio Bolsonaro.

3) Ataques pessoais: conteúdos que respondam diretamente às publicações de jornalistas ou que façam menção a profissionais específicos, com respostas, ofensas ou ataques pessoais. Enquadram-se nesta categoria 42 *posts*, sendo um de Jair Bolsonaro, 15 de Eduardo Bolsonaro e 26 de Carlos Bolsonaro. Flávio Bolsonaro não publicou, no período compreendido pela pesquisa, conteúdos que se enquadrem nesta categoria.

A seguir serão apresentadas as categorias e as postagens que melhor exemplificam as divisões de análise propostas para o desenvolvimento do argumento deste artigo.

4.1 A “mídia *fake news*”

O *tweet* do Presidente Jair Bolsonaro, na figura 1, se dá após a confirmação de que seu exame para diagnóstico de infecção pelo covid-19 havia sido negativo. A *Fox News*, empresa norte-americana de notícias, afirmou ter recebido informações de Eduardo Bolsonaro de que o teste havia dado positivo. Veículos brasileiros repercutiram a notícia e, após já ter sido amplamente difundida nas redes sociais digitais, Bolsonaro usou suas contas nas plataformas para desmentir a informação e divulgar que o teste feito pelo Hospital das Forças Armadas (HFA) havia dado negativo.

Figura 1 – print de tweet de Jair Bolsonaro.



Fonte: *Twitter.*

Tendo a notícia sido reproduzida pela maioria dos grandes veículos de comunicação do Brasil, o *tweet* de Bolsonaro atinge de forma geral a imprensa. Chama a atenção o uso da caixa alta e os pontos de exclamação, que representam gritar ou falar alto em texto escrito. Bolsonaro usa o termo “mídia” seguido da expressão “*fake news*”, indicando uma relação direta entre a imprensa tradicional e informações enganosas. O Presidente descarta qualquer importância que possa ser atribuída à imprensa quando afirma “são eles que precisam de vocês” sugerindo, implicitamente, que a população não precisa da imprensa, nem de jornalistas. Essa última frase, ainda coloca de lados opostos profissionais de jornalismo e leitores, espectadores e internauta, numa clara relação de hierarquia.

Figura 2 – print de tweet de Flávio Bolsonaro.



Fonte: *Twitter.*

Na Figura 2, acima, Flávio Bolsonaro compartilha o *tweet* em que o Presidente divulga o resultado de seu teste para Covid-19. Na imagem, Bolsonaro faz o gesto de “banana” para os jornalistas na entrada do Palácio da Alvorada. A bandeira do Brasil, utilizada por Flávio no *tweet*, se tornou um símbolo representativo de Bolsonaro desde a campanha

presidencial e é utilizada por seus apoiadores em protestos que defendem pautas do governo. O *re-tweet* de uma publicação do pai sugere o endosso de Flávio sobre a mensagem. As bandeiras do país dão um indício do discurso nacionalista que permeia os ataques à imprensa a aos jornalistas dos quatro integrantes do clã, num movimento que procura descolar os interesses nacionais da atuação da mídia e de seus profissionais, opondo-os e antagonizando-os – conforme mostraremos a seguir.

Figura 3 – print de tweet de Eduardo Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Na Figura 3, Eduardo (que usa, também, uma bandeira brasileira para caracterizar seu nome de usuário no *Twitter*) utiliza uma imagem do humorista Carioca caracterizado como Presidente e faz menção ao episódio em que foram distribuídas bananas aos jornalistas. O deputado sugere que há uma perseguição da imprensa em relação ao governo Bolsonaro ao afirmar que há indignação quando o presidente recebe um humorista, mas que os veículos se calaram mediante erros de outros governos – nomeadamente os governos do Partido dos Trabalhadores (PT). Eduardo aponta a conivência do jornalismo profissional com os supostos crimes cometidos durante o governo de Luís Inácio Lula da Silva: vinculação com “terroristas” e “criminosos” que roubaram bilhões do “povo brasileiro”. Além de ser uma tentativa de representar a imprensa tradicional como defensora de governos de esquerda, mais uma vez aparece um forte elemento nacionalista neste *tweet*, na medida em que Eduardo sugere que a

conivência da imprensa tradicional com os supostos crimes de Lula a coloca contrária aos interesses do “povo brasileiro”. Ainda, a atitude de deboche à atuação dos jornalistas pela aparição de um humorista para responder às perguntas dos profissionais é minimizada, e a “indignação” da imprensa é relativizada: sugere-se que essa “indignação” é também falsa, posto que em situações “criminosas” dos governos do PT havia silêncio por parte da mídia.

Figura 4 – print de tweet de Carlos Bolsonaro.



Fonte: *Twitter.*

Na Figura 4, Carlos compartilha um vídeo em que o ministro da Cidadania, Onyx Lorenzoni, acompanhado do Presidente, afirma que 2019 foi o ano em que foi pago o maior valor ao programa social Bolsa Família, pois, então, Bolsonaro havia decidido adicionar uma décima terceira parcela ao auxílio. O ministro também ressalta que na data de divulgação do vídeo ingressaram novas 185 mil pessoas no programa devido às famílias que tiveram melhora em seu quadro e deixaram de receber os valores. Carlos classifica a grande imprensa como “mídia porca” e dá ênfase à ideia de que o jornalismo não noticia o que seriam as ações positivas do governo, mas antes estaria preocupado apenas em tecer críticas ao Presidente.

Figura 5 – print de tweet de Eduardo Bolsonaro.

Fonte: *Twitter*.

Outro *tweet* pertencente a esta categoria é de Eduardo, do dia 10 de março. O político caracteriza a imprensa tradicional como “extrema imprensa”, em um jogo de sentidos com as expressões extrema-direita e extrema-esquerda que remetem à prática de um totalitarismo ditatorial. As palavras escolhidas por Eduardo, além da manchete na imagem compartilhada, indicam que há uma tentativa de convencer seus seguidores de que há uma perseguição contra o Presidente e seu governo, com um suposto silêncio por parte da imprensa para assuntos considerados positivos para a população. Tanto no *tweet* de Carlos, da Figura 4, quanto neste, da Figura 5, há uma tentativa de classificar a mídia tradicional como abjeta (“porca”) e oportunista.

Em todos os *tweets* há, de forma explícita ou implícita, a ideia de que a imprensa tradicional é mentirosa. Nesse sentido, para o clã a imprensa decididamente não ocupa um papel de Poder Moderador, conforme sustenta Albuquerque (2009). Afirmar que a imprensa oculta informações de interesse público, conforme sugere Carlos, e que está alinhada com a extrema esquerda, como diz Eduardo, evidencia uma estratégia de colar a mídia profissional a uma posição dentro do espectro político-ideológico direita-centro-esquerda. A ideia de um Poder Moderador que transcende a disputa e o jogo partidário em nome de uma mediação justa entre as instituições do Estado (ALBUQUERQUE, 2013) é, precisamente, objeto de disputa para o clã. Para eles, não apenas a imprensa tradicional tem um lado: esse lado não é o mesmo deles; esse lado é o da convivência com “crimes” e

“terrorismos” de governos passados; é de identificação com um lugar de extremismo; é de divulgação de mentiras para atacar o presidente e manipular as audiências. Poder-se-ia afirmar que, em vez de um Poder Moderador de fiscalização dos Três Poderes, para o clã a imprensa tradicional e seus profissionais exerceriam um Poder Opressor contra o qual os quatro integrantes se colocam. É nesse jogo que o clã usa suas *timelines* como estratégia para apresentarem-se como verdadeiros defensores da democracia e dos interesses do “povo brasileiro” contra as instituições midiáticas, supostamente comprometidas com a manipulação de suas audiências – e, portanto, inimigas do país.

A tentativa do clã de desprezar a credibilidade da imprensa tradicional e usar de suas plataformas nas redes sociais *online* para informar diretamente a população, sem a mediação historicamente desempenhada pela mídia, aproxima-se de um modo de comunicação que é indicado por Bucci (2018) como sendo um flerte com o autoritarismo a divulgação de informações a partir de políticos e não da imprensa. A lógica de constante conflito estabelecida por Bolsonaro e seus filhos em relação à imprensa remete à concepção de Bucci de que a relação entre jornalismo e o poder é conflitante (BUCCI, 2009); porém, o conflito expresso pelo clã não é somente entre a família Bolsonaro e a imprensa e seus profissionais, mas é entre o próprio país e seus cidadãos.

4.2 Ataque a veículos: “por que a Folha não foi convidada para o jantar?”

Na Figura 6, Bolsonaro publica um *print* de uma notícia veiculada no *site* do jornal Folha de S. Paulo. Não há nenhum comentário em relação à imagem. O jornal é um dos mais criticados pelo presidente e o *tweet* reforçando a exclusão da cobertura é uma forma sarcástica de reafirmar o desdém com que o veículo tem sido tratado pelo Planalto.

Figura 6 – *Print de tweet de Jair Bolsonaro.*



Fonte: *Twitter.*

Na Figura 7, abaixo, Carlos responde a uma publicação da Revista Istoé na qual se afirma que a ex-secretária da Cultura, Regina Duarte, teria assumido o cargo “levando pancadas” da ala ideológica do governo (sobretudo, por Carlos), que estaria sob ameaça de demissão e que restava saber por quanto tempo permaneceria no cargo. Em sua resposta, Carlos diz que é “mais uma mentira”, ou seja, sugere que outras já foram contadas pelo veículo. Há aqui também a personificação de uma linguagem ofensiva comumente utilizada pelo vereador em outros *tweets* arquivados por esta pesquisa. “Cú da mãe de quem escreveu” a matéria é um ataque explícito que usa de linguagem escatológica para degradar a prática do/a profissional que redigiu a matéria – e, em última instância, para injuriar a classe jornalística.

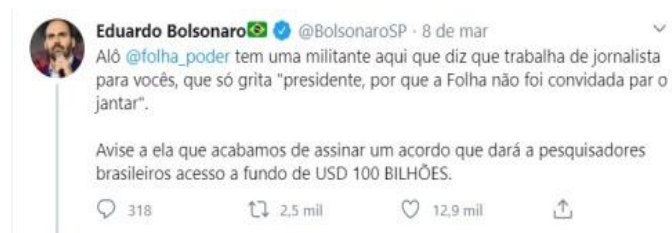
Figura 7 – *Print de tweet de Carlos Bolsonaro.*



Fonte: *Twitter.*

A Figura 8, abaixo, traz um *tweet* de Eduardo Bolsonaro que trata do mesmo tema do *tweet* do pai, da Figura 6. Trata-se da exclusão de profissionais da Folha de S. Paulo da cobertura do jantar entre o presidente norte-americano Donald Trump e o Presidente brasileiro. O deputado federal ironiza a situação de exclusão da cobertura de uma jornalista da Folha, caracterizando-a como “militante” e reduzindo sua atuação como jornalista à pergunta “por que a Folha não foi convidada para o jantar?”. Há, nesse sentido, um esvaziamento da função de cobertura de eventos diplomáticos importantes por parte de jornalistas. Ainda, o deputado dá a informação de um acordo supostamente firmado com o governo dos Estados Unidos que traria vultuosa quantia para financiamento de pesquisas. É precisamente essa prática de fornecer informações diretamente por meio de seus perfis que desloca a imprensa tradicional de sua função não exatamente Moderadora, mas mediadora entre o governo e os públicos leitores, cidadãos. Ainda, há a sugestão de que em sua atuação “militante” a jornalista estaria deixando de informar sobre uma conquista importante para a Ciência brasileira – opondo, portanto, os jornalistas em relação aos interesses nacionais.

Figura 8 – *Print* de *tweet* de Eduardo Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Na Figura 9, abaixo, Flávio compartilha um *tweet* do general Augusto Heleno, ministro do Gabinete de Segurança Institucional (GSI) de Bolsonaro. A publicação do general traz críticas a uma matéria da Revista Crusoé, que trata de uma suposta Agência Brasileira de Inteligência (ABIN) paralela dentro do governo, que estaria a mando dos filhos do presidente. Por mais de uma vez a revista tratou do assunto, com depoimentos de ex-integrantes do governo. A crítica compartilhada por Flávio é contundente e sugere que não há seriedade no trabalho da revista. Ainda, por meio da estratégia de inserir bandeiras

do Brasil em seu *tweet* sem nenhum texto complementar (tal como na Figura 2, alhures), Flávio não apenas endossa a publicação do general, como sugere, por meio desse símbolo nacional, a afirmação de que ele e o general estão do lado do país – e, por isso, a Revista *Crusoé* estaria contra o Brasil.

Figura 9 – *Print de tweet* de Flávio Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

A polêmica envolvendo o resultado do exame de Covid-19 do Presidente também rendeu publicações de ataque a veículos feitas por Eduardo Bolsonaro, na figura 10, abaixo. No dia 13 de março, o político compartilhou uma notícia do Portal Uol e reforçou que nunca comunicou ninguém da imprensa sobre o resultado do exame. O político dá destaque à ideia de que é preciso segui-lo no *Twitter* para que os cidadãos obtenham informações consistentes.

Figura 10 – *Print de tweet de Eduardo Bolsonaro.*



Fonte: *Twitter.*

Conforme demonstra Bucci (2009), o conflito entre o domínio político e os veículos de imprensa não depende da ideologia de quem governa e não é um fenômeno promovido com exclusividade pelo clã Bolsonaro. Pelo contrário, são diversos os registros históricos que demonstram embates existentes entre governo e imprensa. No entanto, os *tweets* destacados demonstram que o clã altera essa lógica, atacando com virulência veículos específicos, em especial a Folha de S. Paulo. Isso caracteriza um ataque sistemático, com objetivo de minar o papel da imprensa como uma instituição cujo funcionamento livre de censura, e de acordo com os princípios de apuração e checagem, são partes importantes da condição democrática. As publicações do Presidente e de Eduardo demonstram que há ataques reiterados ao jornal Folha de S. Paulo e há um certo paralelo com a censura quando impedem o veículo de fazer uma cobertura que foi permitida a outros veículos. Os *tweets* de Carlos e Flávio seguem uma estratégia ligada à desqualificação dos veículos, com questionamentos quanto à honestidade e veracidade dos conteúdos reproduzidos pelos jornais – apelando, no caso de Carlos, à linguagem escatológica. Conforme Bucci (2009), o ataque de um poder a um único veículo enfraquece todo o sistema democrático e atenta contra os direitos fundamentais de cada cidadão porque a imprensa como instituição representa algo muito além de um somatório de veículos – representa um garantidor do funcionamento da política dentro dos parâmetros da democracia.

4.3 A “laia” dos jornalistas

Na Figura 11, abaixo, o Presidente utiliza um *print* de uma reportagem de 2014, da jornalista Patrícia Campos Mello, da Folha de S. Paulo. A imagem publicada traz uma manchete que se refere ao financiamento de um porto em Cuba pelo governo da época, de Dilma Rousseff. Ao apresentar a reportagem, questiona se seu público sabe quem é a jornalista “tão defendida por seus pares”. Bolsonaro associa a imagem da profissional à defesa de pautas ligadas à esquerda e ao dito “comunismo cubano”; logo, por tal associação não haveria credibilidade em um trabalho comprometido com o espectro político oposto ao representado pelo governo.

Figura 11 – *Print* de *tweet* de Jair Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Ao dizer que Patrícia é defendida por seus pares, Bolsonaro se refere à defesa da classe em favor da jornalista em um contexto em que o presidente havia insinuado que Patrícia teria se oferecido sexualmente a uma fonte em troca de uma reportagem contra ele. Bolsonaro fez alusão ao jargão jornalístico “furo”, que significa publicar em primeira mão uma notícia, quando disse à imprensa e seus apoiadores, na saída do Palácio da Alvorada no dia 18 de fevereiro: “Ela queria um furo. Ela queria dar o furo a qualquer preço contra mim”.¹⁰ Essa foi uma das mais explícitas e evidentes afirmações violentamente misóginas

¹⁰ Fonte:

<https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/02/18/interna_politica,1122655/bolsonaro-ofende-jornalista-patricia-campos-mello-ao-citar-depoimento.shtml>. Acesso em 11/06/2020.

do Presidente; interessa para nosso argumento a associação entre prática do jornalismo, por meio da expressão “furo”, e seu investimento sexual que sugere que a jornalista não executaria seu trabalho e, sim, desejaria praticar sexo com o Presidente. A declaração repercutiu negativamente, e em meio a isso se deu a publicação destacada na Figura 11. A vinculação de Patrícia com o jornal Folha de S. Paulo também atribui um sentido negativo ao trabalho desempenhado pela jornalista, uma vez que, conforme já mostramos, o veículo é alvo de constantes críticas e ataques do presidente e seus filhos.

A Figura 12, abaixo, traz a resposta de Carlos Bolsonaro ao *tweet* do jornalista da revista Veja, Robson Bonin. Na postagem, o jornalista diz que Jair Bolsonaro tirou proveito do fanatismo de seus seguidores para convocar atos do dia 15 de março, enquanto outros eventos coletivos ao redor do mundo eram cancelados pelo agravo da pandemia de covid-19. Carlos coloca entre aspas a palavra “jornalista” ao responder Bonin, indicando que há a suspensão do sentido da própria profissão ao qualificá-lo como tal. Ao se referir à classe profissional, o político usa em tom pejorativo a palavra “laia”, evidenciando uma concepção de que quaisquer outros profissionais da imprensa que compartilhem daquela opinião são, na verdade, “jornalistas”. Retomamos, aqui, a expressão “mídia porca” usada também por Carlos, na Figura 4. O vereador também afirma que, dadas as críticas ao governo de seu pai, o Brasil “corre sérios riscos de não avançar” devido ao trabalho desempenhado por esses “jornalistas”. Nessa estratégia, Carlos opõe o trabalho de jornalistas ao desenvolvimento do país, sugerindo mais uma vez uma oposição excludente entre exercício do jornalismo, de um lado, e pertencimento nacional, de outro.

Figura 12 – *Print* de *tweet* de Carlos Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Na Figura 13, abaixo, Eduardo Bolsonaro compartilha um *tweet* em que aparecem *prints* de previsões equivocadas do jornalista Ricardo Noblat, da Veja, que tem uma postura crítica em relação ao governo Jair Bolsonaro ao sugerir que o “verdadeiro” Presidente do Brasil é o vice, general Hamilton Mourão. Como forma de ridicularização do trabalho desse jornalista, Eduardo cita a obra literária do Sítio do Pica-Pau Amarelo, de Monteiro Lobato, e compara Noblat à personagem Dona Benta para sugerir que suas especulações são ficções.

Figura 13 – *Print* de *tweet* de Jair Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Nesta categoria analítica, cabe ainda dar destaque para a publicação de Carlos Bolsonaro no dia 13 de março, na Figura 14, abaixo. Sob a repercussão da notícia de que Jair Bolsonaro teria testado positivo para covid-19, o jornalista Ricardo Noblat ironizou, antes dos exames se confirmarem, que o vice-presidente já teria tomado o lugar de Bolsonaro. Carlos faz um *re-tweet* da publicação de Noblat e, como comentário, posta uma imagem com um desenho que representa um exame de próstata e a frase “ejaculação precoce”. O uso de linguagem escatológica por Carlos em seus *tweets* já foi sublinhada anteriormente. Nesta Figura, contudo, há outros sentidos endereçados a um jornalista individual, Ricardo Noblat. Na imagem usada por Carlos, aparece a inserção de um dedo no ânus de um homem, que toca a próstata. A expressão “ejaculação precoce” sugere que, devido à penetração anal e o toque da próstata, haveria o estímulo sexual que culminaria com a ejaculação. Há aí o acionamento de uma série de preconceitos, estereótipos e violências; o que enfatizamos é o modo explícito, escatológico, o qual especialmente Carlos emprega

em sua *timeline* para defender as posições do governo cujo chefe é o pai contra a mídia tradicional e os jornalistas.

Figura 14 – *Print* de *tweet* de Carlos Bolsonaro.



Fonte: *Twitter*.

Em sua análise sobre as relações entre imprensa e poder no Brasil após o ano 1930, Barbosa (2006) chama a atenção para a idealização do papel dos jornalistas durante o período em que se estendeu a ditadura militar. Mais do que a censura prévia por parte de generais, a autora afirma que houve a autocensura por parte das próprias redações e dos jornalistas; isto é, nem todos os profissionais da imprensa lutavam pela democracia e se posicionavam publicamente em contrariedade ao regime. Esta romantização se construiu *a posteriori*, segundo Barbosa. O que se verifica no atual cenário político brasileiro é uma inédita lógica de enfrentamento à imprensa e igualmente a seus profissionais, com ataques pessoais feitos publicamente aos jornalistas, conforme demonstram os *tweets*. Por parte do clã Bolsonaro, não há imprensa, nem jornalista, que esteja “acima” dos Três Poderes exercendo um Poder Moderador, nem há imprensa e jornalistas cuja credibilidade seja inquestionável no exercício da profissão. Nesse embate, só há espaço para o choque permanente entre o exercício do jornalismo e as perspectivas político-ideológicas do clã – que reiteradamente coloca a mídia e seus profissionais numa posição antagônica àquilo que chamam de “interesses do povo brasileiro”. Há efetivamente um conflito entre o atual governo e a classe, embora seja importante de registrar que nem

todos os veículos, e nem todos os jornalistas, sejam alvo de ataques da família Bolsonaro. Os *tweets* desta categoria apontam um enfrentamento que não busca apenas a censura, conforme se verificou no regime de exceção, mas, sim, a perda de credibilidade por meio da desqualificação dos jornalistas e pela degradação de suas identidades profissionais. Este enfrentamento do clã em relação aos jornalistas representa uma ameaça ao exercício da política nos marcos da democracia, tendo em vista que, conforme Bucci (2018), não cabe aos agentes políticos dispensar as vozes problematizadoras da imprensa.

Outro ponto interessante a ser avaliado é a diversidade de formatos utilizados nas Figuras 11, 12, 13 e 14, que respectivamente são um *tweet* autoral, uma resposta a um *tweet*, um compartilhamento de *tweet* comentado e o uso de uma imagem, sem comentário. Isso demonstra uma apropriação bem-sucedida da rede social *online* pelo clã Bolsonaro, que possibilita variados formatos de criação de conteúdo, para propagação de ataques à imprensa. Foram 42 *posts* de ataques pessoais feitos pelo clã em um período de 15 dias, o que demonstra a assiduidade com que tentam deslegitimar jornalistas. Essa lógica de repetição faz com que o tema ganhe amplitude e passe a chamar a atenção dos cidadãos, conforme a nova lógica de esfera pública mediada pelas plataformas digitais proposta por Gomes (2014).

Os *tweets* destacados em cada uma das três categorias demonstram a variedade de formatos que os ataques direcionados à imprensa adquirem. A desqualificação do trabalho dos veículos tradicionais e dos jornalistas, e a tentativa de taxar o que é produzido como *fake news*, são os pontos de convergência de todo material empírico coletado por esta pesquisa. É necessário observar que a lógica de conflito estabelecida pelo clã também tem o objetivo de definir as plataformas digitais dos próprios políticos como únicas fontes confiáveis para se obter informação sobre as ações do governo. Assim, a concepção de que a imprensa brasileira historicamente tenha desempenhado a mediação entre o governo e os cidadãos através da cobertura política, assim como a ideia de uma imprensa cujo funcionamento fortaleceria sistema democrático (BUCCI, 2009), se desconfiguram no cenário criado pelo clã Bolsonaro. Nem mais a imprensa é mediadora, nem mais seu funcionamento é democratizador; agora, o veículo e o jornalista que critica o governo ocupam um único lugar: inimigos da nação.

Esta construção narrativa de guerra à imprensa é adotada pelos quatro políticos com frequência em suas manifestações públicas e, especialmente, a partir da apropriação do *Twitter* e de suas possibilidades de linguagem e interação. Nesse sentido, é oportuno voltar à concepção de Gomes (2014, p. 19) quando ele sugere que o uso das redes sociais da internet é uma forma de dar amplitude a determinado tema: “As redes sociais digitais não apenas capturam, agregam e condensam os temas sociais, como também são meios de amplificação das questões, isto é, meio de aumentar-lhes eco, intensidade e volume”. Aqui, o tema repetido em refrão é o da suposta falta de credibilidade da imprensa e seus profissionais para mediar a relação entre o governo e a população.

Considerações finais

A narrativa de guerra aos meios tradicionais adotada pelo clã Bolsonaro acontece principalmente através das redes sociais *online*, dentre as quais se destaca o uso do *Twitter*. Este tipo de postura dos políticos indica que as plataformas da internet deixaram de ser apenas um espaço onde há circulação de informações e se tornaram arenas essenciais ao debate público. Por isso, o cuidado com a produção e circulação de conteúdos nessas esferas são essenciais.

O material avaliado durante a pesquisa indicou que o clã rejeita a ideia de que a imprensa tradicional está acima de partidarismos e militâncias. Há também uma ruptura do consenso de que a imprensa é uma das instituições garantidoras da democracia. Os ataques à imprensa e à identidade profissional dos jornalistas verificados neste trabalho são conteúdos que buscam desqualificar e desacreditar a cobertura política feita pelos profissionais da Comunicação. As publicações também demonstram que o clã empreende esforço em taxar a imprensa de “esquerdista”. As expressões “mídia *fake news*” e “extrema imprensa” sintetizam os sentidos que a família tenta atribuir ao trabalho do jornalismo profissional, ressignificado como mentiroso e sem credibilidade para fazer o intermédio entre o governo e a população cidadã.

No que se refere aos ataques endereçados para veículos de comunicação, repete-se a lógica de taxá-los como mentirosos e propagadores de *fake news*. Dentro do grupo de *tweets* analisados, evidenciou-se o conflito entre o clã e o jornal Folha de S. Paulo, um dos veículos de maior alcance e relevância do país. Verifica-se aqui a concepção defendida pela família de políticos de que é preciso segui-los na internet, e não buscar notícias sobre eles nos veículos de imprensa, para que os cidadãos obtenham informações verdadeiras a respeito do governo. Os ataques pessoais a jornalistas também são marcados pela tentativa de associar os profissionais à defesa de pautas ligadas à esquerda. Há um elemento importante a ser destacado nesta categoria de análise, que é a sugestão clara por parte do clã de que os profissionais trabalham contra o desenvolvimento do Brasil. O conflito com jornalistas também assume um aspecto de ridicularização, misoginia e linguagem escatológica, que degrada a identidade dos profissionais.

Por fim, é preciso registrar que foi possível evidenciar que os ataques não são fortuitos e desordenados, mas o contrário disso: há uma estratégia, um padrão seguido pela família em suas postagens de crítica à imprensa e ataque aos profissionais de jornalismo. O embate histórico entre as partes ganha novos contornos nesta conjuntura, com a tentativa de minar o papel de uma instituição fundamental para a manutenção da democracia.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. As Três Faces do Quarto Poder. In: **Anais** do XVIII Encontro da Compós, 2009. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1068.pdf> Acesso em 28 de abril de 2020.

_____. Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidenciais ao Jornal Nacional. **E-Compós**, v. 16, n. 2, 21 dez. 2013. Disponível em <<https://doi.org/10.30962/ec.813>> Acesso em 25 de maio de 2020.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imprensa e poder no Brasil pós-1930. **Em Questão**, UFRGS, Porto Alegre, 2006, vol 12, n. 2, p. 215-234. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465645955002>> Acesso em 28 de abril de 2020.

BITES. **Redes sociais e a mídia em 2019** – a relação do presidente Bolsonaro, da opinião pública digital e do Congresso Nacional com veículos e jornalistas. 2019. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1nsFbpId9myFwAwHXyzJH9aR9tn1XdeGc/view>>. Acesso em 05 de junho de 2020.

BUCCI, Eugênio. Quando só a imprensa leva a culpa (mesmo sem tê-la). **Estud. av.**, São Paulo, v. 23, n. 67, p. 61-78, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142009000300007&lng=en&nrm=iso> Acesso em 25 de maio de 2020.

_____. Pós-política e corrosão da verdade. **Revista USP**, n. 116, p. 19-30, 2018. Disponível em <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p19-30>> Acesso em 25 de maio de 2020.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão; NETO, Eurico Oliveira Matos; MESQUITA, Pedro. @DILMABR NO IMPEACHMENT: Uma análise das estratégias de comunicação política de Dilma Rousseff no Twitter. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, vol. 39, n. 3, p. 61-77, 2017. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7830/6099>> Acesso em 12 de outubro de 2019.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **A política na timeline**: crônicas de comunicação e política em redes sociais digitais. Salvador: EDUFBA, 2014.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcizio. "Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, Oct. 2009.

MALINI, Fabio; CIARELLI, Patrick; MEDEIROS, Jean. O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos twets sobre o impeachment de Dilma Rousseff. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.13, n.2, p. 323-342, 2017. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4089/3400>> Acesso em 28 de abril de 2020.

ROSSETO, Graça; CARREIRO, Rodrigo e ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Revista Compolítica**, n. 3, vol. 2, 2013, p. 189-216. 2013. Disponível em <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/49/51>> Acesso em 28 de abril de 2020.

Recebido: 27.07.2021
Aprovado: 27.08.2021