

## JORNALISMO NO TWITTER:

### Um estudo sobre a circulação de notícias envolvendo a facada em Jair Bolsonaro

Amanda Nascimento<sup>1</sup>

**Resumo:** Os usuários do Twitter atuam como receptores ativos dos produtos jornalísticos publicados por grandes veículos de comunicação, como G1, Folha de São Paulo e Estado de São Paulo. Neste artigo são analisados três tweets, um de cada veículo, que informaram o episódio da facada no então candidato à presidência Jair Bolsonaro. Inicialmente todas as respostas dos tweets foram classificadas e avaliadas individualmente, e depois em conjunto, para compreender o que motiva cada comentário e que sentidos predominam na circulação desses conteúdos jornalísticos.

**Palavras-chave:** Facada em Jair Bolsonaro. Twitter. Jornalismo. Redes Sociais Digitais.

**Abstract:** Twitter users act as active audience of journalistic products published by major media outlets, such as G1, Folha de São Paulo and Estado de São Paulo. In this article, we analyzed three tweets, one from each newspaper, in which informs the episode of the stab at the presidential candidate Jair Bolsonaro. Initially, all responses to the tweets were classified and evaluated individually, and then together, to understand the reason for each comment and what the predominant meanings in the circulation of these journalistic contents.

**Keywords:** Stab in Jair Bolsonaro. Twitter. Journalism. Digital Social Media.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a plataforma de *microblogging* Twitter foi mudando. Do que inicialmente era para ser, como o nome já indica, um espaço para os usuários utilizarem como um diário online, postando sobre seu dia-a-dia e suas ideias, transformou-se em um espaço de rápida disseminação de informação, com o jornalismo como grande suporte dessa instantaneidade.

Com o limite máximo de 280 caracteres por *tweet*, os usuários se tornam receptores ativos, podendo mostrar suas opiniões sobre o assunto abordado na notícia sem nenhum tipo de censura, através das respostas, *retweets* e curtidas.

Roseli Fígaro e Rafael Grohmann apontam que atualmente os estudos sobre recepção não

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado pela acadêmica ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo. Artigo produzido sob a orientação do professor Dr. João Vicente Ribas.

se referem apenas à acepção literal da palavra, mas também a um olhar mais epistemológico para a comunicação como um todo: “importam os sujeitos e os sentidos do que eles consomem, produzem e circulam em suas relações de comunicação” (FÍGARO; GROHMANN, 2017, p. 156). A partir desta constatação, nota-se que não se trata mais de apenas de estudar a recepção das telenovelas, por exemplo, mas sim das diferentes formas de usos midiáticos dos sujeitos e como os sentidos são produzidos e apresentados através destes usos.

Essa constatação é vista principalmente quando se trata de assuntos que envolvam a aceitação de políticos, e, a partir dela, neste artigo faremos uma pesquisa sobre a recepção de notícias envolvendo o atentado à vida do então candidato à presidência Jair Bolsonaro, em setembro de 2018.

Jair Messias Bolsonaro é um capitão reformado, político e o atual presidente do Brasil. Ele já foi deputado federal durante sete mandatos, entre 1991 e 2018, e foi filiado a diferentes partidos ao longo de toda a sua carreira. Foi eleito presidente enquanto ainda estava no Partido Social Liberal (PSL), aliança que terminou em novembro de 2019.

O político foi anunciado como pré-candidato à presidência em março de 2016, inicialmente pelo Partido Social Cristão (PSC), porém, anunciou sua filiação ao PSL, sendo o nono partido político desde o início de sua carreira em 1988. A campanha presidencial foi lançada em agosto de 2018, com o general reformado Hamilton Mourão como seu vice na chapa. Bolsonaro sempre deixou clara a sua posição como um candidato conservador e defensor dos valores familiares tradicionais.

Jair Bolsonaro causou polêmica na mídia desde que lançou sua pré-candidatura às eleições presidenciais que ocorreriam em 2018. O Brasil estava vivendo um momento muito delicado para a política, com o movimento antipetista cada vez mais forte na busca de retirar representantes do Partido dos Trabalhadores (PT) do poder.

No período de sua campanha eleitoral, foi cometido um atentado contra o candidato, durante sua caravana política na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais, no dia 6 de setembro de 2018. O autor foi Adélio Bispo de Oliveira, de 40 anos, natural de Montes Claros em Minas Gerais, que deu um golpe de faca em Bolsonaro.

Apesar de complicações causadas pela facada e da abrupta mudança na agenda de

compromissos do candidato, que precisou ser impedido de frequentar as ruas e diversos eventos e debates, Jair Bolsonaro foi eleito Presidente da República, sendo o candidato mais votado no primeiro turno, em 7 de outubro, com 46,03% dos votos. Disputou com o candidato Fernando Haddad o segundo turno, que ocorreu em 28 de outubro, quando Bolsonaro foi eleito com 55,13% dos votos válidos.

Neste artigo, serão avaliados quais os sentidos e opiniões que os usuários do Twitter reproduzem e colocam em circulação a partir do enunciado publicado pelos veículos de comunicação na plataforma Twitter e das matérias publicadas na íntegra nos respectivos veículos de abrangência nacional do Brasil, sendo eles, G1, Estado de São Paulo e Folha de São Paulo.

A partir desta análise se busca compreender o perfil dos usuários que responderam o tweet, compreender qual é a narrativa apresentada por cada usuário e qual foi o recurso que o fez comentar a publicação do veículo (texto publicado no site, abordagem realizada pelo veículo na publicação do Twitter ou posicionamento político).

## **2. METODOLOGIA**

A pesquisa inicia com revisão bibliográfica. Foram utilizados dois artigos produzidos recentemente, que abordam o tema do jornalismo e do Twitter. Primeiro, o artigo produzido por Rafael Grohmann, intitulado como *Em busca dos fãs do Bolsonaro no Twitter: reflexões epistemológicas e metodológicas sobre circulação de sentido e pesquisa em mídias sociais*, propõe diversas reflexões similares às que serão abordadas nesta pesquisa. Grohmann analisou a circulação de sentidos como lugar epistemológico para os estudos de recepção e, a partir disso, reflexões metodológicas sobre desafios da pesquisa em recepção em mídias sociais, através de um relato de processo de pesquisa exploratória, a busca de fãs do político Jair Bolsonaro no Twitter. O estudo apresenta sentidos e valores em disputa em relação ao político e à própria expressão “fã”. O autor faz uma vasta explicação do que significa o termo e a importância que ela agrega ao político.

Grohmann centralizou toda a sua análise na circulação de sentidos em relação à expressão “fã” relacionada ao político. Apresenta uma vasta pesquisa acerca do termo, que é o que embasa toda a sua análise. Foi então neste artigo que encontrei a melhor metodologia para operar no meu

artigo.

Com Fuchs (2016 apud GROHMANN), o autor defende a perspectiva da crítica ideológica para análise das mídias sociais, a partir das seguintes etapas em relação ao Twitter:

1) identificar macro tópicos ideológicos; 2) procurar tweets que representam esses macro tópicos; 3) analisar a estrutura ideológica de cada macro tópico; 4) observar os macro tópicos adicionais e os tweets associados; 5) analisar como a ideologia online está relacionada ao contexto social mais amplo, ou seja, as relações dos elementos semióticos on-line com o contexto social mais amplo; 6) identificar maneiras pelas quais a ideologia é ou pode ser desafiada no Twitter (FUCHS, 2016 apud GROHMANN, 2018, p. 10).

Para a realização desta pesquisa ficou definido o método abordado por Fuchs como o ideal para as necessidades apresentadas pelos problemas de pesquisa. Será somente retirado o item número 6, pois ele aborda uma questão mais centralizada no político, que não é o que buscamos.

O autor ainda faz uma vasta explicação sobre ideologia e circulação, ideias que estão muito presentes também nesta pesquisa.

Compreendida como “lugar de embates”, a recepção pode ser entre-vista por meio da circulação. Dentre as diferentes abordagens para a noção (Lelo; Grohmann, 2014), falamos aqui em “circulação de sentidos”, tal qual em Silverstone (2002; 2006), como circulação de símbolos e significados por meio de processos comunicacionais, que são sociais e discursivos (por meio de interdiscursividades e intertextualidades, por exemplo) (GROHMANN, 2018, p. 3).

Já o artigo produzido pelas pesquisadoras Carla Candida Rizzotto, Aléxia Saraiva e Louize Nascimento, intitulado como *#ELENÃO: conversa política em rede e trama discursiva do movimento contra Bolsonaro no Twitter*, apresenta um estudo sobre o movimento contra o então candidato à presidência Jair Bolsonaro, identificado nas redes sociais pela *hashtag* #EleNãO, que foi responsável por levar milhares de pessoas às ruas de 114 cidades do Brasil e do mundo no dia 29 de setembro de 2018. O artigo busca mapear as redes de discussão política e analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos usuários do Twitter. A partir da pesquisa foi possível compreender os argumentos, recursos e o posicionamento dos sujeitos engajados. Os resultados apresentam a existência de uma restrita rede política, que ressaltou o protagonismo das mulheres no movimento, e reforçou o sentido de pertencimento coletivo.

As pesquisadoras realizaram uma coleta de *tweets* no dia que o movimento foi às ruas, dia 29 de setembro de 2018, a fim de traçar estratégias e recursos utilizados pelos usuários. Foram selecionados para a codificação manual somente *tweets* originais, excluídos *retweets* e *replies*, o

que gerou uma amostra de 585 postagens.

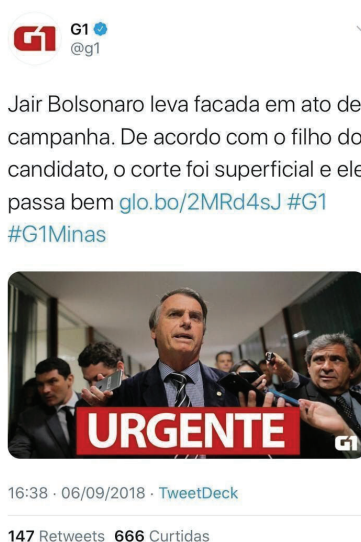
A análise dos tweets buscou verificar, além da temática específica abordada, as estratégias persuasivas da qual lançam mão os ativistas, bem como os recursos – sejam eles argumentativos ou técnicos - que utilizam para tanto, e o posicionamento em relação à manifestação #EleNão (RIZZOTTO; SARAIVA; NASCIMENTO, 2019, p. 8).

A partir da ideia desses artigos, selecionamos para nossa análise *tweets* dos jornais G1, Estado de São Paulo e Folha de São Paulo. A escolha foi feita pela quantidade de *retweets*, curtidas e comentários terem números parecidos. Apesar do conteúdo dos *tweets* realizados pelos veículos de comunicação abordarem o mesmo fato, eles foram publicados com uma média de 1h30 entre cada um, o que apresenta a evolução das investigações, dando a possibilidade de analisar também como foi a recepção do acontecimento por parte dos usuários ao longo do dia.

Neste artigo serão analisadas todas as respostas às publicações dos três veículos, que serão pré-classificadas em categorias específicas, inicialmente classificadas por *tweet*, e posteriormente analisadas como um todo.

Para a análise individual de cada postagem, foram coletados os dados de curtidas, *retweets*, engajamentos e comentários, dados que são fornecidos pela própria plataforma Twitter.

Figura 1: G1



Fonte: Twitter, 2020.

O primeiro recolhimento de dados foi feito no *tweet* publicado pelo canal de notícias da Globo, o G1. O post possui 147 retweets e 666 curtidas até o momento<sup>2</sup>. O conteúdo dos comentários estava bem variado, mas com muita presença de discurso de ódio como “cara burro nem pra enfiar direito”. Outros especulando que o ato era uma armação “Sei nao, ta cheirando a armação, será muito bom p ele” e alguns preocupados: “Forças presidente”.

A reportagem produzida foi publicada no site do portal no dia 06/08/2018 às 16h13 e contava com a assinatura do veículo. O conteúdo publicado focava no gênero informativo, apresentando informações sobre o acontecido de forma clara, além de dados sobre o suspeito. A matéria contava com informações sobre o que estava acontecendo no momento do atentado, o estado de saúde do candidato e informações sobre quem foi o autor do crime. Além disso, ainda apresentava imagens do momento da facada, da arma do crime, alguns infográficos mostrando onde se localiza Juiz de Fora e imagens onde constava que o suspeito era ex-filiado ao PSOL.

**Figura 2:** Estado de São Paulo



**Fonte:** Twitter, 2020.

Em seguida, foram analisados os dados apresentados e gerados pelo *tweet* do jornal Estado

---

<sup>2</sup> Dia da coleta de dados, 14/05/2020. (Fonte: autora)

de São Paulo. O post possui 180 *retweets* e 820 curtidas, a maioria das respostas também apresentam desconfiança, “E o prêmio de melhor ator vai para .....”, e questionam a falta de paramentação dos profissionais: “Eu acho que cirurgiões n se vestem assim e até pra um sutura se usa luvas”.

A reportagem produzida pelo veículo foi publicada no dia 06/08/2018 às 17h49 e atualizada no mesmo dia às 21h53 e também está assinada com o nome do Jornal. O conteúdo apresentado foca muito mais no estado de saúde atual do candidato, explica sobre os ferimentos e quais procedimentos estão sendo realizados no paciente. O jornal utiliza como fontes o hospital em que o candidato está internado, o deputado Flavio Bolsonaro, filho do candidato, e o governador de Minas Gerais Fernando Pimentel, que informou que o governo daria todo o auxílio na apuração dos fatos. Além do texto, a reportagem apresentava imagens do momento da facada e da arma do crime.

**Figura 3:** Folha de São Paulo



**Fonte:** Twitter, 2020.

E por fim, o *tweet* selecionado foi da Folha de São Paulo. O post conta com 174 *retweets* e 744 curtidas. As respostas são mais agressivas, e criticam a abordagem da matéria: “Pense numa matéria/tweet inútil...”. Também apresentava críticas à esquerda, “E é mentira? AFINAL O FACEBOOK DO ASSASSINO É CLARAMENTE DE ESQUERDA”, e apoio ao candidato,

“Forças Bolsonaro. O Brasil é contigo!”.

Já a reportagem produzida pela Folha de São Paulo foi publicada no dia 06/08/2018 às 18h45 e conta inicialmente com uma introdução sobre o atentado, apresentando como aconteceu, onde e qual o estado de saúde do candidato e informações básicas sobre o suspeito. O trecho publicado no *tweet* analisado pertence ao empresário, co-fundador e proprietário da Havan, que é reconhecida como uma das maiores redes de lojas de departamento do Brasil. A fala foi retirada de um dos muitos depoimentos que foram publicados nas redes sociais de políticos e pessoas influentes de todo o Brasil.

### **3. JORNALISMO E MÍDIA SOCIAIS DIGITAIS**

Quando avaliamos as práticas jornalísticas e sua representatividade social, existem duas teorias básicas tradicionais que se contrapõem na definição do campo e suas repercussões. De um lado, temos a notícia como um espelho da realidade e do outro temos os que veem a notícia como uma construção da realidade.

A teoria que mais se aplica nos dias atuais, e neste estudo, é a que aborda a notícia como construção da realidade. É uma vertente que tem a percepção que a atividade jornalística pode ser entendida como tendo um “papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes” (ALSINA, 1996). Sob esta perspectiva acredita-se que o jornalista é aquele que pode captar os acontecimentos e temas importantes para a sociedade e dar a eles sentido. E apesar deste processo depender do conteúdo e da prática discursiva do jornalismo, ele necessita da participação ativa do público.

O ponto de partida para compreender o jornalismo realizado nas mídias sociais é o entendimento dos fenômenos causados pelo jornalismo pós-industrial, esclarecendo que a partir deste ponto, as organizações jornalísticas passam a não ter mais controle sobre as notícias e sobre o que é divulgado. Conforme citado no relatório sobre jornalismo pós-industrial da edição comemorativa de aniversário da Revista de Jornalismo ESPM em 2013, o grau de defesa do interesse público cresceu muito, fazendo cidadãos, governos, empresas e até redes com elos fracos passarem por uma mudança permanente, que as organizações jornalísticas precisaram se adaptar. Um dos exemplos citados no artigo é o da retirada dos manifestantes do movimento



*Occupy Wall Street* de uma praça em Nova York em novembro de 2011.

A notícia não foi veiculada primeiro pela imprensa tradicional, mas pelos próprios acampados, que avisaram sobre a ação da polícia por SMS, Twitter e Facebook. Participantes do protesto geraram mais fotos e vídeos do episódio do que meios tradicionais, em parte porque a esmagadora maioria das câmeras estava nas mãos de manifestantes e, em parte, porque a polícia barrou helicópteros da imprensa do espaço aéreo sobre a praça. Repórteres no local escondiam crachás de meios de comunicação, pois o cidadão comum tinha mais acesso à cena dos fatos do que gente credenciada da imprensa (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 74).

Este fenômeno é notado claramente até os dias de hoje através de plataformas como o Twitter, que passou a receber uma grande demanda de informações sendo produzidas por seus usuários, que com o fácil acesso ao público, fotos e informações extras passou a lidar com a informação de maneira completamente nova. Porém, existem contrapontos, já que também nasceu disso a disseminação de *fake news*<sup>3</sup>.

O Twitter é uma das redes sociais mais utilizadas pelos jovens desde sua criação, em 2006. Ele é um servidor para *microblogging*, que permite que os usuários enviem e recebam atualizações de outros usuários, com o limite de textos de até 280 caracteres. As atualizações são feitas em tempo real e tem como característica principal a instantaneidade. Foi criado em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, com a ideia inicial de ser uma espécie de “SMS da internet”, com a limitação de caracteres de uma mensagem de celular.

Segundo Raquel Recuero, sites de redes sociais (SRS) com características similares ao Twitter surgiram a partir de uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação oferecidas pelo computador. Para a pesquisadora, os SRS são “sistemas que permitem a construção de uma persona através de perfil ou página pessoal, a interação através de comentários e a exposição pública da rede social de cada ator” (2009, p. 102). Já Maireder e Ausserhofer (2014, p.306) classificam o Twitter como uma plataforma que possui um sistema de conscientização que dissemina informações de maneira imediata, rápida e difundida,

---

<sup>3</sup> Notícias falsas que consistem na distribuição deliberada de desinformação ou boatos via plataformas que utilizam a linguagem do jornalismo, com maior foco nas mídias digitais e redes sociais (Fonte: Educa+Brasil).

apresentando uma larga gama de notícias, opiniões e emoções.

Os usuários têm o poder de ir aonde quiserem, coletando informações. Eles podem, a partir de um bloco de informações, acessar um arquivo de áudio, um banco de dados, um gráfico, um resumo, um vídeo, um arquivo e, em seguida, desaparecer num link externo para outro site. Isso não significa que todos os usuários agem dessa forma, mas eles podem se assim quiserem (WARD, 2007, p. 125).

A instantaneidade oferecida quase que exclusivamente pelo Twitter vem cada vez mais se fazendo presente na rotina do jornalista atual. Zago salienta que “a rapidez de acesso, combinada com a facilidade de produção e disponibilização de conteúdo, faz com que na web as notícias possam ser dadas praticamente em tempo real” (2008, p. 55).

Canavilhas (2007) apresenta o jornalismo on-line envolto em três aspectos básicos: hipertextualidade, multimidialidade e interatividade/usabilidade. Já Mielniczuk (2003) insere mais um aspecto na equação, a atualização contínua, ideia que também é compartilhada por Palacios.

A rapidez de acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse (PALACIOS, 2003, p. 20).

Observa-se que nos últimos anos o Twitter recebeu cada vez mais uma leva de novos usuários que utilizaram a plataforma como uma maneira de divulgar as ações propostas pelo governo Bolsonaro. Tanto políticos como indivíduos passaram a utilizar o site para compartilhar diferentes pontos de vista. Fazendo com que o Twitter forneça ao usuário uma série de opiniões sobre debates políticos simultaneamente (YARD; BOYD, 2010).

Importante salientar também que atualmente tornou-se uma prática acessível produzir e distribuir notícias falsas, principalmente por meio de redes sociais como o WhatsApp, Facebook, Twitter e Instagram, a criação e propagação das *fake news*. Através destas plataformas é possível fazer uso de ferramentas conhecidas como *bots*, que potencializam a réplica de ações básicas, como seguir pessoas, postar e direcionar mensagens, inserir *links* ou *hashtags*. São sistemas

programados que utilizam contas falsas e são muito utilizados para multiplicar as informações publicadas nas redes, passando-se até por contas de pessoas reais, na maioria das vezes públicas. Quando deparados com os produtos criados pelos *bots*, os usuários reais acabam replicando essas informações e aumentando a divulgação de notícias falsas.

Segundo a revista científica *Exame*, no dia 6 de setembro de 2018, o tópico Jair Bolsonaro chegou nos assuntos mais mencionados do Twitter em 12 países. A revista recolheu dados apurados pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas (FGV Dapp), que monitora estes debates no Twitter.

Após o atentado com faca ao candidato à Presidência Jair Bolsonaro (PSL) em Juiz de Fora (MG), o volume de referências a ele chegou a 808,4 mil, entre as 16h e as 18h desta quinta-feira (06). Das 14h às 16h, o candidato tinha sido citado cerca de 34 mil vezes na rede. Entre as hashtags mais utilizadas nas postagens, destacam-se #bolsonaropresidente17 (0,6%), #bolsonaro (0,5%), #urgente (0,5%), #eleições2018 (0,4%) e #forçabolsonaro (0,3%) (EXAME, 2018).

Ainda, às 18h do mesmo dia, dentre os dez termos mais mencionados no Brasil, quatro deles envolviam o candidato, sendo eles violência (216 mil menções), arma (123 mil), Juiz de Fora (88 mil) e facada (83 mil).

O tópico Jair Bolsonaro esteve presente nos assuntos mais comentados de 12 países, entre eles, Argentina, Chile, Vietnã e Espanha.

O conteúdo dos *tweets* variava muito. Grande parte da população, tendo posicionamentos de direita ou não, estava preocupada e procurando saber como o candidato estava passando. Porém, havia uma parcela de pessoas que também estava fazendo piadas com o atentado e publicando afirmações com discurso de ódio. Vários políticos também apresentaram solidariedade com o acontecido.

#### **4. ANÁLISE**

Para a organização desta pesquisa, foram desenvolvidas duas grandes categorias ideológicas, e dentro delas, oito subcategorias.

Inicialmente discutiremos sobre as subcategorias que envolvem a agressividade por parte dos usuários, podendo ser a ideia transmitida pelo *tweet* considerada agressiva, ou a maneira que o usuário abordou, demonstrando raiva e descontentamento.

Nesta categoria se encontram as subcategorias *agressividade, destinada ao candidato, aos veículos de comunicação, a partidos políticos de direita e a partidos políticos de esquerda*. Os *tweets* foram separados inicialmente por veículo e posteriormente somados no todo.

A segunda categoria foi intitulada como *não-agressividade*, porém, apesar de os comentários serem mais contidos, ainda assim podem apresentar algum descontentamento perante a situação. As subcategorias são *preocupação, apoio ao candidato, suspeita da veracidade dos fatos* e envolvendo a liberação do *porte de armas*.

Tabela 1: Classificação para análise

<b>Categoria</b>	<b>Subcategorias</b>
Agressividade direcionada a	Candidato
	Veículos de comunicação
	Partidos de esquerda
	Partidos de direita
Não-agressividade direcionada a	Preocupação
	Apoio
	Suspeita da veracidade dos fatos
	Porte de arma

Fonte: Elaborado pela autora

#### 4.1 Tweet do G1

Como mencionado anteriormente, na reportagem abordada pelo G1, seu conteúdo era exclusivamente informativo, pois o fato ainda era muito recente para trazer grandes informações que pudessem causar um impacto maior na opinião pública.

Foram recolhidas 78 respostas ao *tweet*. Seu conteúdo era mais calmo do que o apresentado pelos usuários dos próximos itens. A população ainda estava muito confusa quanto à seriedade do ferimento e parecia ainda não ter absorvido exatamente o que havia acontecido.

Antes de iniciarmos a apresentação dos dados recolhidos, é importante também ressaltar o

momento político que estávamos vivendo no momento que esta facada aconteceu. Jair Bolsonaro foi apresentado ao Brasil como se fosse um herói que iria tirar o Brasil da corrupção e miséria que vinha passando nos últimos anos. Ao mesmo tempo, a imprensa já estava passando por momentos muito delicados com o aumento significativo das *fake news* e ataques destinados ao jornalismo.

Estes aspectos não são vistos de maneira clara na reportagem publicada pelo G1, pois o tweet apresenta muitas características de jornalismo informativo, ou seja, apenas informando o fato, sem apresentar opinião explícita ou dados mais profundos que pudessem causar uma reação mais agressiva dos leitores. O uso de imagem tampouco colaborava para a agressividade, pois não foram utilizadas fotos do momento do atentado, mas sim uma imagem de arquivo.

A categoria *agressividade* não foi muito percebida no momento, sua maior concentração foi destinada *ao candidato*, com uma reincidência de 13 respostas. Como exemplos “temos esperando a proxima facada (gif Gretchen)”, “q bom q foi superficial imagina se eh serio e ele cresce nas pesquisas rs”, além de algumas tentativas de piada com o assunto, “Alguém sabe dizer se a faca passa bem?”

Destas respostas, 4 foram direcionadas aos *veículos de comunicação*, 6 a *partidos de esquerda* e 3 a *partidos de direita*.

A categoria predominante foi a de *não-agressividade*, com 16 respostas mostrando *preocupação* com o estado de saúde do candidato, enviando desejos de melhora e busca por justiça. Exemplos: “Um absurdo o atentado contra o Bolsonaro, não existe a menor possibilidade de eu votar nele mas o responsável tem que ser punido a já combalida democracia brasileira leva mais uma estocada”, “Isso é inaceitável. Triste que algumas pessoas não encaram o debate.”

A subcategoria *suspeita da veracidade dos fatos* também teve grande recorrência, com 17 respostas. Alguns exemplos são: “Engraçado que o paninho para estancar o sangue já estava a postos né? #bolsonarona” e “Facada, cadê o sangue? Teatro para tentar reverter o cenário desfavorável à ele no segundo turno!”

Outra subcategoria de destaque foi a de *apoio* ao candidato, com 14 respostas, como “Capitão foi de colete. Melhoras ao futuro presidente dp Brasil!” e “Mais motivo de que ele é o

caminho certo”. A subcategoria com menos recorrência foi a de *porte de armas*<sup>4</sup>, com apenas 4 itens.

### 3.2 Tweet do Estado de São Paulo

O que mais chamou atenção dos usuários neste *tweet* específico foi a imagem que o veículo optou por utilizar, com o candidato deitado em uma maca e os médicos ao redor, o que foi apontado pelas pessoas como falta de paramentação cirúrgica.

Por esta reportagem já ser algum tempo após o acontecimento, a população já estava mais inteirada dos fatos. O *tweet* obteve mais respostas do que o analisado anteriormente. Foram 106 *tweets* coletados das respostas diretas ao que o veículo publicou, ou seja, sem contar a interação entre usuários.

Nesta reportagem o enunciado apresenta uma atualização do caso: “Após facada, Jair Bolsonaro passa por cirurgia em Juiz de Fora”. O título em sua essência parece não apresentar nenhuma opinião política clara, porém nas respostas já vemos os usuários claramente tomando partido, duvidando das intenções do candidato, assumindo que era tudo um golpe para subir nas pesquisas. Nota-se que os posicionamentos passam a ser cada vez mais claros e radicais.

A categoria *agressividade* esteve menos presente neste caso, com 8 mensagens direcionadas *ao candidato*. Por exemplo: “Bandido bom é bandido morto né, mesmo serve para político que destila o ódio” e “Ate pena q n morreu”.

A subcategoria *veículos de comunicação* recebeu 4 críticas, como “E ainda tem gente acreditando nesse protótipo de jornalismo desse perfil? Procurem lugares melhores para se informar” e “Vocês não têm vergonha de publicar uma foto dessas?”. Já *partidos de esquerda* obteve 3 menções e *partidos de direita* nenhuma.

A categoria *não-agressividade* obteve 5 respostas que falavam sobre a preocupação com o candidato, como “Deus vai tira vc dessa meu presidente”. A subcategoria *apoio* obteve 14 menções, como “Acabaram de Eleger Jair Bolsonaro como Presidente do Brasil. O que não mata,

---

<sup>4</sup> Durante sua campanha eleitoral para a Presidência da República em 2018, o candidato Jair Bolsonaro utilizou como uma de suas propostas a flexibilização do porte de arma para civis. (Fonte: G1)

fortalece!” e “Tentou esquerda mas não deu.... É Jair no primeiro turno”.

A subcategoria que mais teve envolvimento neste *tweet* foi a que abordava as *suspeitas da veracidade dos fatos*, com 62 menções, dando um destaque extremamente grande na vestimenta e falta de equipamentos dos médicos. Houve respostas como “Medicos sem luvas, chegou andando sem manchas de sangue na camisa”, “Mas ele não estava usando colete? Se forçar mais, caga.” e “Vejo isso com reservas. Não acredito que um agressor saísse de uma situação dessas sem ser linchado! Observemos!”.

A subcategoria *porte de armas* obteve mais destaque também, com 10 aparições, como “Violência só gera mais violência, tanto defendeu o porte de armas que acabou ferido por uma arma, sorte dele que o porte de arma de fogo não é liberado senão provavelmente ele nem estaria vivo ainda...”.

### **3.3 Tweet da Folha de São Paulo**

A reportagem produzida pela Folha de São Paulo tinha como abordagem central a opinião de diversas personalidades da política brasileira sobre o fato. Foram declarações postadas em redes sociais, notas oficiais, etc. A frase “Facada foi dada pela 'esquerda maldita', diz empresário da Havan, aliado de Bolsonaro”, que dava a manchete no *tweet* produzido pelo veículo, causou muitos comentários.

A reportagem apresentada pela Folha de São Paulo, diferente das citadas anteriormente, apresenta uma opinião muito clara escolhida como citação para encabeçar a notícia. Essa escolha editorial pode ser criticada por apresentar uma afirmação sem nenhum embasamento como a primeira coisa que os leitores terão acesso, e isso reflete claramente nas respostas. Este *tweet* foi o que obteve mais interação de usuários nas respostas, tanto que foi o veículo que obteve mais críticas.

Ao todo foram coletados 113 *tweets*, novamente foram escolhidos somente os que eram respostas diretas ao veículo, evitando as conversas entre usuários.

Na categoria *agressividade* direcionada *ao candidato* foram obtidas 8 respostas, com comentários como “Queria metralhar mas nao aguenta uma faquinha??? Frouxo” e “Podia ter morrido esse bolsomerda”. Por conta da manchete escolhida, as críticas ao *veículo de*

*comunicação* cresceram bastante em comparação com os analisados anteriormente, com 14 respostas envolvendo o assunto. Por exemplo: “porra folha tá parecendo tio em grupo de zap da família” e “Folha de S.Paulo mídia podre comprada!#BolsonaroPresidente2018# Deus acima de todos!”. Outra subcategoria que obteve mais destaque foi a *agressividade direcionada a partidos de esquerda*, com 19 respostas sobre o assunto. Exemplificando este conjunto, destacam-se: “É verdade! A esquerda tem que acabar, seita satânica!” e “Esquerda com certeza, ato covarde, extrema esquerda, chavista e comunista, resolvem as coisas na base de invasões, corrupção, saques nas estatais etc. #bolsonaropresidente”. *Partidos de direita* obtiveram somente 2 críticas.

Já a categoria *não-agressividade* também obteve grande número de respostas, porém a preocupação com o estado de saúde do candidato não obteve nenhuma menção neste momento. Na subcategoria *apoio* também foram inseridas as mensagens direcionadas ao dono da empresa Havan, Luciano Hang, que é um grande apoiador do candidato, com 26 respostas como “Agora eu só vou comprar na Havan! Virou meu ídolo! Desmascarado a intolerância esquerdista fdp do krlho” e “Concordo. Bolsonaro tá encomendando tanto que o desespero bateu. Agora fizeram esse atentado. Por isso, sou Bolsonaro. #forcabolsomito #ForcaBolsonaro17”

A subcategoria *suspeita da veracidade dos fatos* também obteve muita repercussão, com 43 respostas, como “Com certeza essa FACADA foi planejada por esses vermelhos acefaloides” e “Isso me lembra a bolinha de papel do Serra ...Armação ! Molina vem aí ...”. Já a subcategoria *porte de arma* obteve apenas 2 aparições.

### **3.4 Conjunto de tweets**

Somando todos os *tweets* recolhidos dos veículos de comunicação mencionados anteriormente, chegamos à soma total de 297 respostas, reunidas em oito subcategorias, o total da soma das subcategorias em cada categoria foi: agressividade 83 e não agressividade 214.

A categoria *agressividade* permaneceu com um destaque menor na contagem geral, obtendo 29 menções *ao candidato*, 21 *aos veículos de comunicação*, 28 *a partidos de esquerda* e 5 *a partidos de direita*.

Já a categoria *não-agressividade* obteve maior destaque nos itens avaliados, somando 24 menções demonstrando *preocupação*, 53 *apoio*, 123 *tweets* que sugeriam *suspeita sobre a*



*veracidade dos fatos* e 14 menções ao *porte de arma*.

#### 4. CONCLUSÃO

Quando esta pesquisa foi iniciada, o maior questionamento era como funcionava o comportamento dos usuários perante notícias que envolviam o então candidato e atual presidente da república Jair Bolsonaro, e se o Twitter era uma plataforma onde predominaria a agressividade.

Apesar dos dados recolhidos terem mostrado que a não-agressividade foi a categoria predominante, com uma diferença grande entre as duas categorias, com agressividade somando 83 e não-agressividade 214, devemos lembrar que mesmo na categoria não-agressividade também constavam comentários hostis e até mesmo de caráter irônico sobre a facada, com o exemplo da resposta ao tweet do Estado de São Paulo: “E o prêmio de melhor ator vai para.....”.

É importante também ressaltar como o comportamento dos usuários foi mudando conforme o tempo passava, com novos desdobramentos do fato. No primeiro tweet, apresentado pelo G1, que foi logo após a facada, nós vemos o público muito mais em choque e preocupado. Foi possível notar também que não houve muita diferença de números entre as subcategorias, estando empatadas com 18 menções os itens *preocupação* e *suspeita sobre a veracidade dos fatos*.

Porém, na reportagem publicada pelo Estado de São Paulo uma hora depois, os usuários já estavam mais dispersos e muito receosos, com a subcategoria *suspeita sobre a veracidade dos fatos* em 62, enquanto os outros itens não obtiveram mais do que 14 menções. Isto também pode se dar devido à imagem escolhida pelo veículo, que mostrava o candidato deitado em uma maca aparentando dor, com médicos sem luvas ao seu redor, que embasou a suspeita da maioria dos *tweets*.

Em relação à reportagem da Folha de São Paulo, deduz-se que as respostas sejam muito mais um reflexo do que foi apresentado pelo próprio veículo de comunicação. Pois apresenta uma narrativa de ódio direcionado a partidos de esquerda com a afirmação “Facada foi dada pela 'esquerda maldita” feita pelo empresário Luciano Hang, e o público reage dando apoio a essa ideia com respostas como “E falou a mais pura verdade! @lucianohang @havan parabéns pela coragem de expressar sua opinião, que é a de todo o povo de bem! #ForçaBolsonaro” e

“Comunismo precisa ser criminalizado no Brasil e a esquerda PRECISA SER EXTINTA”. A partir da análise foi possível notar que apesar da subcategoria *suspeita sobre a veracidade dos fatos* ainda se manter a mais frequente, houve um aumento no *apoio*, que passou a não ser somente ao candidato, mas também ao empresário Luciano Hang.

Nessa reportagem da Folha de São Paulo foi possível notar também o aumento da *agressividade* nas respostas. Isso pode ter se dado devido à narrativa presente na reportagem e também ao fato de já terem passado algumas horas desde o momento do atentado. Portanto, os usuários puderam entrar em contato com diversas informações e até mesmo debater o assunto, o que pode ter tornado seus posicionamentos mais incisivos e depreciativos.

Com a categoria *suspeita sobre a veracidade dos fatos* estando em primeiro lugar em todos os veículos analisados, também foi possível perceber como na plataforma Twitter o público passa a ser muito mais observador e questionador, não se contentando somente com as informações explícitas nas matérias. Desta forma, abre-se espaço para debates e discussões nos comentários<sup>5</sup>.

Assim a circulação da produção jornalística acaba estimulando novas leituras e a formação de opiniões em um território político disputado. Quando as manchetes das notícias apelam a posicionamentos agressivos, a resposta tende a ser no mesmo tom. Já quando os tweets dos jornais seguem uma linha mais informativa, as reações tendem a se diversificar.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos**. In: REVISTA DE JORNALISMO ESPM. abr. mai. jun. 2013, n° 5, ano 2.

CALEIRO, João Pedro. **Facada em Bolsonaro gera 800 mil menções no Twitter em duas**

---

<sup>5</sup> Apesar de não fazer parte da análise, foi possível notar ao fazer o recolhimento dos dados que os usuários utilizavam a plataforma também para conversar entre si e debater ideias.

**horas.** Exame, 2018. Disponível em:  
<https://exame.abril.com.br/brasil/facada-em-bolsonaro-gera-800-mil-mencoes-no-twitter-em-duas-horas/>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. **A recepção serve para pensar: é um “lugar” de embates.** Palabra Clave. V. 20, n. 1, p. 142-161, 2017.

GROHMANN, Rafael. **EM BUSCA DOS FÃS DO BOLSONARO NO TWITTER: reflexões epistemológicas e metodológicas sobre circulação de sentido e pesquisa em mídias sociais.** Porto Alegre: XXVII Encontro Anual da Compós, 2018.

**G1. Bolsonaro anuncia decreto para facilitar posse de arma a quem não tem antecedente criminal.** Disponível em:  
[g1.globo.com/politica/noticia/2018/12/29/bolsonaro-diz-que-por-meio-de-decreto-pretende-garantir-posse-de-armas-a-cidadaos-sem-antecedentes-criminais.ghtml](http://g1.globo.com/politica/noticia/2018/12/29/bolsonaro-diz-que-por-meio-de-decreto-pretende-garantir-posse-de-armas-a-cidadaos-sem-antecedentes-criminais.ghtml). Acesso em: 10 de junho de 2020.

MAIREDER, A.; AUSSERHOFER, J. **Political discourses on Twitter: Networking topics, objects, and people.** In: Twitter and Society. New York: Peter Lang, p. 305-318, 2014.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIZZOTO, Carla Candida; SARAIVA, Aléxia; NASCIMENTO, Louize. **#ELENÃO: conversação política em rede e trama discursiva do movimento contra Bolsonaro no Twitter.** Porto Alegre: XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019.

SILVA, Gabriele. **O que são fake news?** Disponível em:  
<https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/o-que-sao-fake-news/> Acesso em: 10 de junho de 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo I: Por que as notícias são o como são?**  
Florianópolis: Insular, 2005.

YARDI, S.; BOYD, D. Dynamic debates: Na analysis of group polarization over time on twitter.  
**Bulletin of Science, Technology & Society**, v.30, n. 5, p. 316-327, 2010.