

Ataques à imprensa no Twitter e a relação com a ascensão do governo Bolsonaro¹

Girliani Martins da SILVA²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo versa sobre a ascensão do governo Jair Bolsonaro e a relação com os ataques à imprensa no Twitter, de 2019 a 2022. Embora a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) mostrem que em seu mandato houve aumento de casos gerais, essas entidades apresentam incipiência de dados no cerne digital. Em virtude disso, o estudo analisa como esses ataques estão associados ao crescimento político de Bolsonaro enquanto líder populista. No contexto populista, o ex-presidente e seus apoiadores constroem narrativas em que a imprensa é colocada como elite/inimiga do povo. Os objetivos analisam como essa ruptura reforça a descredibilização e o cerceamento da liberdade de imprensa. Além disso, os resultados trazem os principais episódios de ataques, períodos de picos e táticas utilizadas.

PALAVRAS-CHAVE: ataque; imprensa; liberdade de expressão; populismo; comunicação.

INTRODUÇÃO

Durante o mandato de Jair Bolsonaro, de 2019 a 2022, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) contabilizou 1.442 ataques à imprensa. Desses, sozinho, ele foi responsável por 547 episódios.

Antes da ascensão de Bolsonaro ao poder, seus antecessores, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, também tinham uma relação de animosidade com a imprensa tradicional, contudo, sob outro contexto. No primeiro mandato de Lula, por exemplo, de 2003 a 2006, não existiam Facebook, Twitter e tampouco WhatsApp no Brasil. A primeira plataforma chegou em 2007, enquanto a segunda popularizou-se apenas em 2008.

O WhatsApp (aplicativo de mensagens), em contrapartida, foi lançado em 2009. As críticas à mídia ficavam concentradas em blogs e sites de esquerda. Nesse período,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Estudos Culturais da EACH-USP, e-mail: girliani@usp.br.

havia apenas o Orkut, que ganhou uma versão em português em 2005, com perfis pessoais, comunidades e fóruns de discussão.

Em 2010, durante a campanha presidencial do qual o Partido dos Trabalhadores (PT) era representado por Dilma Rousseff, Lula disse em um comício que a vitória de sua companheira de legenda não compreendia apenas derrotar o adversário José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), mas “alguns jornais e revistas que se comportam como se fossem partido político e não têm coragem de dizer que são partido político e têm candidato”. A fala de Lula é uma referência ao PiG (Partido da Imprensa Golpista), termo criado em 2007, por internautas brasileiros, para designar “o jornalismo praticado pelos grandes veículos de comunicação do Brasil (grande imprensa), que seriam demasiadamente conservadores e que estariam tentando derrubar o presidente Lula” (AMORIM, 2008).

A ascensão de Jair Bolsonaro e do bolsonarismo

A ascensão do bolsonarismo está associada a três grandes movimentos: as manifestações de 2013, que ficaram posteriormente conhecidas como as Jornadas de Junho, a Operação Lava Jato, em 2014, e o impeachment de Dilma Rousseff, em 2016 (PETRARCA, 2021; SOLANO, 2019).

O primeiro deles nasceu em junho de 2013, momento em que a população brasileira foi às ruas para manifestar-se contra o reajuste da tarifa do transporte municipal.

Petrarca (2021, p.349) explana que a deflagração da Operação Lava Jato “absorveu as insatisfações contra o sistema político, a pauta anticorrupção e contribuiu para fortalecer o antipetismo e o discurso antissistema, constituindo-se em um verdadeiro partido”, o dos defensores do lavajatismo, cujo qual Bolsonaro era um deles.

As denúncias de corrupção aumentaram a perda de confiança da população no sistema político e nos partidos tradicionais. Em março de 2015, movidos por esse escândalo, aproximadamente 1 milhão e 350 mil pessoas protestaram contra o governo da presidente Dilma Rousseff nas ruas das principais cidades brasileiras. Bolsonaro e seus filhos, Flávio, Eduardo e Carlos, costumavam marcar presença em vários desses atos.

Além do antipetismo, os apoiadores da Lava Jato aderiram a um discurso antissistema, com ataques diretos à classe política e ao STF (PETRARCA, 2021, p.363-364). Enfraquecida, sem apoio majoritário no Congresso, Dilma tornou-se alvo de mais um grande protesto em 2016, que reivindicou a sua saída e a prisão de Lula.

Construção do líder populista

Jair Bolsonaro soube ler o clamor ecoado nas ruas para lançar um projeto conservador nas eleições de 2018. Solano (2019, p.315), inclusive, frisa que sua campanha à presidência da República ficou marcada por uma lógica antagônica, antissistema e antipartidária.

Declarando-se um outsider, uma figura que não se enquadrava no perfil da velha política, adotou um discurso populista anti-establishment. Em virtude de ter apenas oito segundos de campanha televisiva, seu foco passou a ser o WhatsApp e as redes sociais, sendo estas últimas gerenciadas por seu segundo filho, o vereador Carlos Bolsonaro. Nessas plataformas, comumente tinha um comportamento moralista: defendia a família tradicional brasileira, criticava o aborto, as feministas, os gays e as lésbicas, bradava pela ampliação da posse e porte de armas, assim como atacava a esquerda, sintetizada por Lula e o PT, e o sistema político como um todo, bem como os veículos de imprensa que o criticavam. Chamado de mito, afirmava ser capaz de lutar contra todo esse sistema e a elite corrupta.

O populismo não tem um conceito fechado na literatura (MUDDE, 2017; *et al.*). Para Laclau (2013, p.181), não se trata de uma ideologia de esquerda ou direita, como vários teóricos defendem, o populismo é uma lógica política que divide as pessoas em dois campos antagônicos: o povo puro e o “outro”, uma elite corrupta.

Para termos o “povo” do populismo, precisamos de algo mais. Precisamos de uma *plebs* que reivindica ser o único *populus* legítimo, uma parcialidade que quer funcionar como totalidade da comunidade (...). No caso de um discurso institucionalizado, vimos que a diferencialidade reivindica ser o único equivalente legítimo: todas as diferenças são consideradas igualmente válidas no contexto de uma totalidade mais ampla. No caso do populismo, essa simetria é rompida: existe uma parte que se identifica com o todo (LACLAU, 2013, p.134-135).

Populismo digital

O populismo digital consiste em uma estratégia de mobilização política muito utilizada com eficácia, principalmente pela nova direita (também chamada de direita radical), em meios digitais, e que prima pela construção discursiva de equivalência entre dois eixos: o líder e seu ‘povo’ contra uma elite, inimiga da nação (CESARINO, 2019).

Em vários países, lideranças têm usado a internet e as plataformas digitais para apresentar uma disputa antagônica do “nós” (povo) contra “eles” (elite corrupta). O líder utiliza os recursos digitais como ferramenta de mobilização para atrair apoiadores, criar

teorias de conspiração e incitar sua base para atacar organizações.

Imprensa como inimiga do povo

Ao argumentarem que existe um cenário antagônico entre povo e elite, as lideranças populistas tendem a alimentar a existência de um inimigo a ser derrotado, que “subentende grupos mais ou menos específicos – os políticos, os intelectuais, a mídia, o judiciário – ou, de forma mais geral, aqueles que gozam de certas vantagens em relação ao povo” (RICCI; IZUMI; MOREIRA, 2021, p.4).

Desde a sua campanha presidencial, Bolsonaro referia-se à imprensa como comunista, inimiga da nação e apoiadora do PT, e que se fosse eleito, a primeira medida seria cortar a verba publicitária de alguns veículos. Semanalmente, realizava lives no Facebook, hábito que manteve depois de eleito. Nesse espaço dizia mostrar “sua versão” dos fatos e apontar supostas mentiras da mídia tradicional.

Mídia tradicional e/ou independente pode ser entendida por jornais, sites, canais de tv, emissoras de rádio, etc. que contam com um aparato jornalístico de apuração. Em contrapartida, mídia hiperpartidária caracteriza-se por englobar discussões políticas por meio “da produção de conteúdo que não tem compromisso com as normas éticas do jornalismo, utilizando, frequentemente, informações falsas ou manipuladas com objetivos políticos” (BENKLER *et al.*, 2018 *apud* RECUERO; SOARES; ZAGO, 2021), como eram os casos do site Terça Livre (extinto em 22 de outubro de 2021), página Olavo de Carvalho no Facebook, entre outros.

No primeiro ano do governo Bolsonaro veio à tona a existência do que a imprensa batizou de “Gabinete do ódio”, nome dado ao grupo formado por três servidores ligados ao vereador Carlos Bolsonaro: José Matheus Sales Gomes, Mateus Matos Diniz e Tércio Arnaud Tomaz. Em resumo, os alvos preferenciais eram todos que pudessem ser considerados adversários do presidente.

METODOLOGIA

A metodologia está dividida em quatro partes: 1) Após consulta em sites de notícias e em relatórios da Abraji, Fenaj, ONG Repórteres sem Fronteiras (RSF) e Instituto Tecnologia e Sociedade (ITS), foram selecionadas hashtags no Twitter ligadas a ataques na gestão de Jair Bolsonaro; 2) Com as hashtags definidas, o programa Twitter Crawler levantou tweets com essas palavras-chave; 3) Após a filtragem dos tweets, foi

possível identificar quais hashtags que se sobressaíram em cada ano e os episódios relacionados, e 4) Por uma questão de recorte acadêmico, para cada ano de mandato, optamos por descrever os dois principais episódios de ataques e mencionar as táticas utilizadas. Logo, ao todo, são oito casos analisados.

Como ataques, neste contexto, pode-se considerar declarações que descredibilizam jornalistas ou veículos, intimidações, ofensas, ameaças e discursos estigmatizantes (Fenaj, 2020). Jair Bolsonaro ingressou no Twitter em 2010 e atualmente possui mais de 11 milhões de seguidores. Costuma utilizá-lo para compartilhar opiniões, resgatar ações de seu mandato, comparando-as com as gestões de Lula, e atacar opositores. Em virtude da plataforma ter relevância no cenário político brasileiro, é o objeto deste estudo.

As palavras-chave definidas para cada ano levaram em consideração a relevância em sites de notícias e no próprio Twitter. Assim, ao todo, são 15 hashtags, sendo que duas delas, #globolixo e #folhalixo, aparecem nos quatro anos de governo Bolsonaro devido à pertinência de episódios.

Twitter Crawler

Diariamente, os usuários do Twitter geram cerca de meio bilhão de tweets. Muitos deles estão disponíveis para pesquisadores e desenvolvedores por meio de API's públicas. O Twitter Crawler é um desses softwares. Em geral, permite extrair, salvar e gerar relatórios.

Quadro 1 – Hashtags utilizadas em ataques de 2019 a 2022

Hashtags de ataques			
2019	2020	2021	2022
#globolixo	#globolixo	#globolixo	#globolixo
#folhalixo	#folhalixo	#folhalixo	#folhalixo
#estadaomentiu	#cnnbrasilixo	#cnnlixo	#cnnlixo
#imprensaliixo	#imprensaliixo	#imprensaliixo	#veravergonhadojornalismo
#miriamleitaoterroristasim	#folhaputinhadopt	#extremaimpresa	
	#majumentirosa	#estadaofake	
	#patriciacamposmello	#vejalixo	
	#verafakenews		

Fonte: elaborado pela autora.

Táticas selecionadas

No aparato de ataques à imprensa, muitas táticas podem ser utilizadas. Neste estudo, estão incluídas quatro: astroturfing, doxing, fake news e firehosing, que nos auxiliarão a compreender o modus operandi de ataques contra a mídia tradicional brasileira.

Astroturfing: Diferentemente dos grassroots, que são os movimentos sociais ou políticos com alguma base de apoio popular realizados nos EUA, o AstroTurf, marca de grama sintética da Monsanto, criada na década de 60, originou o termo astroturfing, utilizado para simular apoio com o objetivo de manipular a opinião pública contra cidadãos ou instituições (KOLIVOS; KUPERMAN, 2012).

Doxing: De acordo com a “Cartilha sobre Medidas Legais para a Proteção de Jornalistas Contra Ameaças e Assédio Online”, produzida pela Abraji e o Observatório da Liberdade de Imprensa do Conselho Federal da OAB (2020, p.6), elucida que é “a prática de procurar e divulgar informações privadas ou de identificação pessoal de um indivíduo, como seu telefone, e-mail ou endereço, em um ambiente que encoraja ou culmina na intimidação da pessoa exposta”.

Fake news: Embora não haja um consenso na literatura acadêmica sobre o termo, Lazer *et al.* (2018) definem fake news como informações fabricadas para parecerem reais ao menos na forma, e não no processo ou intenção organizacional.

Firehosing: Em uma alusão à mangueira de fogo (fire + hose), o firehosing é utilizado para disseminar informações, muitas vezes falsas, sobre um determinado assunto ou indivíduo, de modo rápido, em larga escala, repetidamente, em multicanais, e que pode misturar informações verdadeiras com falsas (PAUL; MATTHEWS, 2016).

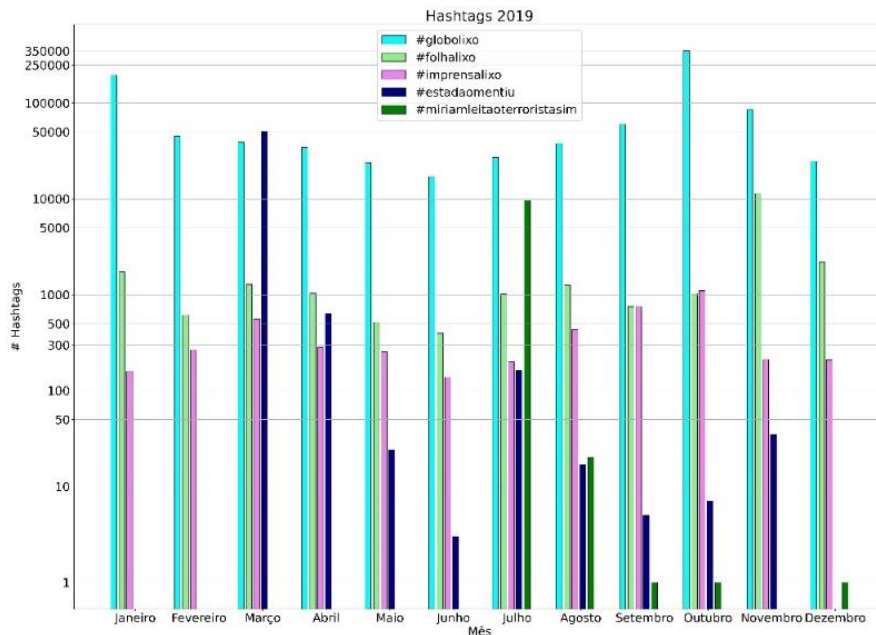
ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com o Twitter Crawler, em quatro anos, as hashtags selecionadas movimentaram 4 milhões de tweets, associados a 453.655 perfis.

Primeiro ano de gestão

Em 2019, primeiro ano de Jair Bolsonaro no poder, as duas palavras-chave mais utilizadas foram #globolixo, que teve o pico em outubro, com 350.182 mil tweets, seguida por #estadaomentiu, com pico em março, resultando em 50.825 tweets.

Gráfico 1 – Hashtags utilizadas nos ataques em 2019



Fonte: elaborado pela autora.

Episódios

#globolixo: Reportagem do JN sobre o caso Marielle Franco

Uma reportagem do Jornal Nacional, divulgada em 29 de outubro, mostrou que Élcio de Queiroz, suspeito de assassinar a vereadora Marielle Franco, entrou no Condomínio Vivendas da Barra, no Rio de Janeiro, para se reunir com outro acusado, Ronnie Lessa. O encontro ocorreu horas antes do crime, em 14 de março de 2018. Além de Lessa, Jair Bolsonaro também reside no local. Em depoimento à polícia, o porteiro contou que Élcio de Queiroz iria à casa 58, pertencente ao então deputado na época. Ao interfonar para o imóvel, o porteiro disse ter ouvido a voz do parlamentar. No entanto, registros da Câmara dos Deputados mostraram que ele estava em Brasília.

Antes mesmo da reportagem ir ao ar, Bolsonaro fez um tweet, chamando a emissora de “canalhas”, que gerou mais de 12 mil compartilhamentos (retweets). O conteúdo jornalístico teve ampla repercussão nas redes sociais. No Twitter, a #globolixo ficou entre os destaques. A maioria dos tweets criticou o trabalho da emissora e questionou a credibilidade dela.

#estadaomentiu: Constança Rezende

Em março de 2019, Constança Rezende, do jornal O Estado de S. Paulo, foi alvo de uma acusação falsa divulgada pelo blog francês Club de Mediapart, do site Mediapart.

Um homem chamado Jawad Rhalib publicou o texto “Para onde vai a imprensa?” e uma gravação telefônica em que a repórter teria demonstrado intenção de arruinar Flávio Bolsonaro e o presidente.

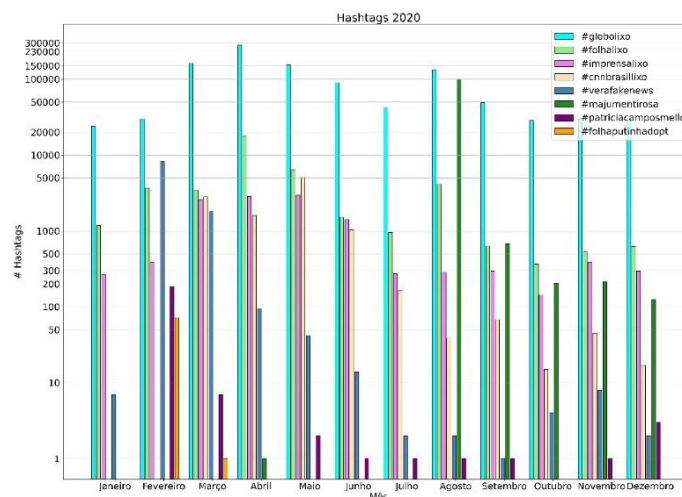
A voz que aparece na gravação é de Constança, mas em nenhum momento ela fez essa declaração. O autor do artigo explica que o áudio, em inglês, foi extraído de uma conversa entre a profissional e um estudante de uma universidade britânica.

A “notícia internacional” e a gravação tiveram destaque no site Terça Livre e no Twitter. Grupos que apoiam o presidente difundiram, amplificaram a acusação e fizeram ameaças à Constança, movimentando a #estadaomentiu. O presidente compartilhou o conteúdo em seu perfil, reforçando que “querem derrubar o governo com chantagens, desinformações e vazamentos”. O tweet dele, publicado em 10 de março, foi o que mais engajou, com 23 mil curtidas, 7 mil retweets e 5,3 mil comentários.

Segundo ano de gestão

Os picos de hashtags em 2020 aconteceram em abril, com a #globolixo, no qual movimentou 282.440 tweets, e em agosto, com a #majumentirosa, responsável por gerar 99.561 tweets.

Gráfico 2 – Hashtags utilizadas nos ataques em 2020



Fonte: elaborado pela autora.

Episódios

#globolixo: Cobertura dos primeiros meses de pandemia

Logo no primeiro quadrimestre do ano, durante a pandemia de Covid-19, o presidente criticou a cobertura da imprensa, especialmente o trabalho realizado pelo

Grupo O Globo, e afirmou que havia um exagero de informações, com a intenção de enganar a população.

Em 02 de abril, o líder do Executivo usou o perfil no Twitter para responder à emissora, mas de forma indireta: “Não há mudança de tom quando se fala em salvar vidas após alertar sobre histeria, como sugere determinada emissora (...)”. A postagem recebeu quase 7 mil retweets e fomentou a base bolsonarista, que impulsionou a #globolixo como forma de mostrar apoio. Ao final do mês, mais precisamente em 30 de abril, em entrevista concedida em frente ao Palácio da Alvorada, ameaçou cortar verbas do grupo e não renovar a concessão: “Essa imprensa lixo, porcaria! Não vou dar dinheiro para vocês. Globo, não tem dinheiro para vocês! Não é ameaça, não...”. A declaração foi bem recebida entre os eleitores que o acompanhavam no “cercadinho”. Horas depois, eles levantaram a hashtag.

#majumentirosa: Maju Coutinho

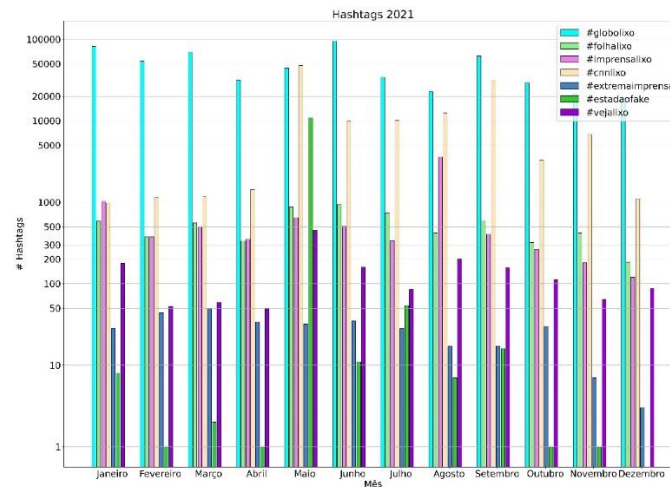
Na tarde de 24 de agosto de 2020, Maju Coutinho, que apresentava o Jornal Hoje, noticiou que durante o evento “Brasil Vencendo a Covid”, nem as autoridades presentes, tampouco o presidente prestaram solidariedade às vítimas da pandemia e aos seus familiares. À noite, Bolsonaro rebateu a notícia no Twitter e afirmou que a TV Globo mentiu a seu respeito.

Embora não tenha citado diretamente o nome da jornalista, destacou a imagem dela. Após esse tweet, a profissional ficou entre os assuntos mais comentados da rede social na manhã de 25 de agosto por meio da #majumentirosa, que descredibilizava-a. Um dos usuários ressaltou que, diante da repercussão, ela recorreria ao discurso vitimista, sendo assim, diria que foi vítima de racismo.

Terceiro ano de gestão

Em 2021, as duas principais hashtags foram #globolixo, em junho, com 95.015 tweets, bem como #cnnlixo, que apresentou 47.792 tweets em maio.

Gráfico 3 – Hashtags utilizadas nos ataques em 2021



Fonte: elaborado pela autora.

Episódios

#globolixo: Ações de Jair Bolsonaro na pandemia

Na semana em que o Brasil atingiu 500 mil mortes decorrentes de Covid-19, Bolsonaro continuou sem utilizar máscara e a defender o uso de hidroxicloroquina e ivermectina para tratar o vírus, mesmo sem comprovação científica. As ações do mandatário ganharam destaque na mídia tradicional, e em uma visita ao município de Guaratinguetá, no interior de São Paulo, em 21 de junho, ao ser questionado pela repórter Laurene Santos, da TV Vanguarda, afiliada da TV Globo, sobre não ser adepto de máscara em locais públicos, respondeu: “Cala a boca (...) a Globo é imprensa podre. Vocês fazem um jornalismo canalha que não ajuda em nada. Vocês não prestam”.

Naquele momento, ele estava com a proteção no rosto, mas irritado, acabou tirando-a em frente aos jornalistas. As ofensas de Bolsonaro estiveram entre os assuntos mais comentados do dia. No Twitter, políticos e outros usuários se solidarizaram com Laurene Santos, em contrapartida, bolsonaristas apoiaram o discurso do presidente, subindo a #globolixo. É viável ressaltar que, em junho, o governo federal ficou, ainda, envolvido em suspeitas de fraude em torno da compra de vacinas contra a Covid-19, algo em voga no noticiário brasileiro e que gerou conflitos com outros profissionais da imprensa. Quando Victória Abel, da Rádio CBN, integrante do Grupo O Globo, indagou-lhe sobre o caso, recebeu como resposta que “voltasse para a universidade”. Ele também pediu para que os repórteres parassem de fazer perguntas estúpidas.

#cnnlixo: Manifestação pró-Bolsonaro no Rio de Janeiro e Daniela Lima

Em 23 de maio, ainda durante a pandemia, apoiadores de Bolsonaro organizaram uma manifestação no Rio de Janeiro para criticar medidas de lockdown e pedir intervenção militar. O presidente, o ex-ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, e o ministro da Infraestrutura, Tarcísio de Freitas, compareceram. O repórter da CNN, Pedro Duran, que cobria o ato, foi alvo de xingamentos e precisou ser escoltado pela polícia. Os manifestantes gritavam “CNN lixo”, que se tornou uma hashtag forte no Twitter. Para os bolsonaristas, a emissora foi à manifestação para tentar prejudicar a imagem do presidente, visto que iriam mostrá-lo sem máscara, em aglomeração e com um discurso contra o isolamento.

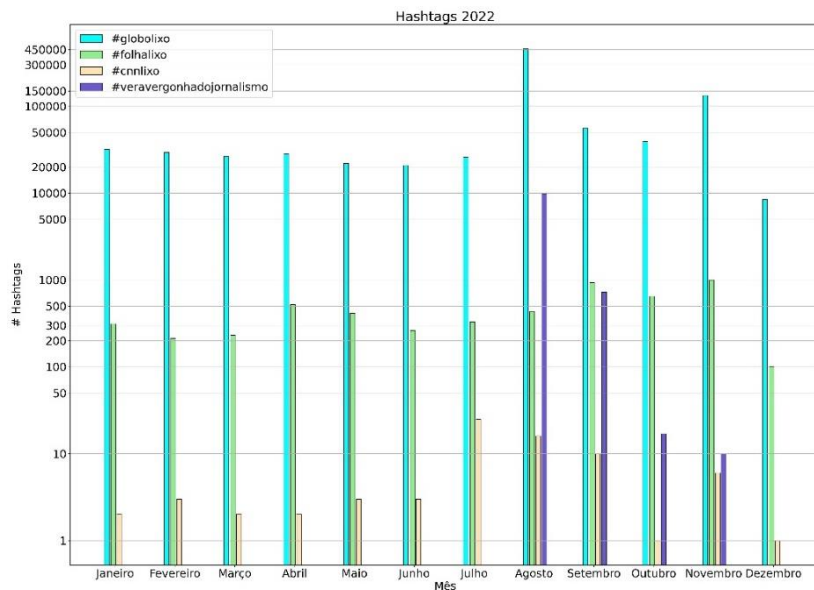
Alguns dias depois desse episódio, entre 26 e 27 de maio, a #cnnlixo voltou ao trending topics no Brasil, dessa vez, associada à âncora Daniela Lima, do telejornal CNN 360°. Ao comentar sobre o mercado formal de empregos em abril, utilizou o seguinte trecho: "Não saia daí porque agora, infelizmente, a gente vai falar de notícia boa, mas com valores não tão expressivos". A primeira parte da frase foi distorcida no Twitter, como se ela torcesse contra o governo. O comentário não soou bem entre os bolsonaristas, que passaram também a compartilhar o vídeo em outras redes sociais e no WhatsApp.

Na semana seguinte, em Brasília, Bolsonaro comentou o episódio com os apoiadores: “É uma quadrúpede. Afinal de contas, acho que não preciso dizer de quem ela foi eleitora no passado, né?. Ao vinculá-la como eleitora do PT, ele deixa implícito que Daniela faz parte de uma mídia hegemônica de esquerda que tem interesse em mantê-lo distante do poder.

Quarto ano de gestão

O ciclo ficou marcado pelo último ano do mandato de Jair Bolsonaro e pelas eleições de 2022, repercutidas nas redes sociais. As hashtags mais utilizadas no ano foram #globolixo e #veravergonhadojornalismo. Ambas aparecem em agosto, mês de debates presidenciais. A primeira palavra-chave registrou 458.443 tweets, já #veravergonhadojornalismo somou quase 10 mil tweets.

Gráfico 4 – Hashtags utilizadas nos ataques em 2022



Fonte: elaborado pela autora.

Episódios

#globolixo: Entrevista de Jair Bolsonaro no Jornal Nacional

O Jornal Nacional (JN), transmitido pela TV Globo, abriu a série de entrevistas com os presidentes em 22 de agosto. Bolsonaro foi o primeiro sabatinado, enquanto Ciro Gomes, Lula e Simone Tebet continuaram a agenda. No Twitter, os eleitores do presidente reclamaram da postura de William Bonner. Durante a sabatina, Bolsonaro disse que o apresentador do JN espalhou fake news ao noticiar que ele xingou ministros do Supremo Tribunal Federal.

Renata, por sua vez, indagou-lhe sobre as ações na pandemia e citou a queda de quatro, dos cinco ministros, que ocuparam o Ministério da Educação. Todas as perguntas foram rebatidas pelo entrevistado que, em seu perfil, afirmou que Bonner fez um pronunciamento: “Na medida do possível, com muita humildade, pudemos esclarecer e levar algumas informações que raramente são noticiadas em sua emissora (...)”. Durante e após a sua participação no telejornal, os eleitores e simpatizantes subiram a #globolixo e chamaram a atenção para o que chamaram de “imparcialidade” dos jornalistas.

#veravergonhadojornalismo: Vera Magalhães

No primeiro debate entre os presidentes, promovido pela TV Cultura, em 28 de agosto, a jornalista Vera Magalhães perguntou a Ciro Gomes “em que medida que a desinformação difundida pelo presidente pode ter agravado a pandemia de Covid?”.

Na dinâmica, Bolsonaro poderia comentar a questão. Assim, aproveitou para dizer que as acusações eram mentirosas e que defendiam um posicionamento político: “Você (Vera) tem alguma paixão por mim. Não pode tomar partido em um debate como esse. Fazer acusações mentirosas ao meu respeito. Você é uma vergonha para o jornalismo”.

A âncora não pôde responder às ofensas na transmissão, por outro lado, políticos como Ciro Gomes e Simone Tebet, além de jornalistas, saíram em defesa dela. O comentário de Bolsonaro apresentou viés misógino. Além disso, para invalidar a credibilidade da apresentadora, recorreu também à premissa de que ela era imparcial e militava a favor de um lado, nesse caso, da esquerda, narrativa fomentada por bolsonaristas no Twitter por meio da hashtag apontada.

Quadro 2 – Táticas utilizadas em ataques de 2019 a 2022

Ano	Hashtag predominante	Episódio	Tática (s)
2019	#globolixo	Reportagem no JN sobre o caso Marielle Franco	fake news
2019	#estadaomentiu	Constança Rezende	astroturfing, fake news e firehosing
2020	#globolixo	Cobertura dos primeiros meses de pandemia	fake news
2020	#majumentirosa	Maju Coutinho	fake news e firehosing
2021	#globolixo	Ações de Jair Bolsonaro na pandemia	fake news
2021	#cnllixo	Manifestação pró-Bolsonaro no Rio de Janeiro e Daniela Lima	fake news
2022	#globolixo	Entrevista de Jair Bolsonaro no Jornal Nacional	fake news
2022	#veravergonhadojornalismo	Vera Magalhães	fake news

Fonte: elaborado pela autora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das retóricas adotadas por Jair Bolsonaro em sua gestão presidencial foi enxergar a imprensa tradicional como um adversário a ser derrotado, pois ela pertenceria a um grupo cultural hegemônico de esquerda.

Como figura populista, o ex-presidente estabelece um discurso que opõe o povo aos “outros”. Laclau (2013) conceitua que as raízes populistas estão concentradas em um povo representado por um líder carismático que se posiciona como antissistema em uma fronteira antagônica.

Contudo, o “povo” que Bolsonaro defende não está associado aos componentes totalitários de uma nação, mas grupos em consonância com seus posicionamentos. Nesse sentido, seu “povo” representa um ideal de pureza, composto por cidadãos de bem, evangélicos e mulheres anti-feministas. Em contrapartida, os “outros” (Estado, imprensa e partidos políticos) integram uma elite cultural corrupta, que detém certos privilégios.

A direita bolsonarista nasce de uma insatisfação generalizada com as instituições públicas, e é formada por indivíduos que não se sentiam representados pela ordem vigente e passam a se articular no meio digital, inicialmente em sites e blogs, e posteriormente, nas redes sociais, onde conseguem se mobilizar.

Para Gerbaudo (2017, p.7), as redes sociais são espaços que deram voz “aos de baixo” e amplificaram suas visões. Nas plataformas digitais, esses cidadãos mantêm um discurso anti-establishment, que pode gerar protestos e demais ações, como ataques a determinados indivíduos ou à imprensa.

Desde o início do mandato, Bolsonaro utilizou as redes sociais para atacar a mídia tradicional, principalmente quando era questionado ou estava envolvido em pautas polêmicas, entre elas, comportamento na pandemia, irregularidades na compra de vacina contra Covid-19, queda de ministros, etc.

Dos oito episódios de ataques analisados neste estudo, apenas dois (Constança Rezende e Manifestação pró-Bolsonaro no Rio de Janeiro) não foram iniciados pelo político. Os casos englobam, ainda, uma ou mais táticas utilizadas pelos apoiadores. Em todos os anos, a hashtag #globalixo predominou, o que evidencia uma relação conflituosa com o Grupo O Globo.

Em suma, ao colocar a imprensa como inimiga do povo, ele colabora para que sua base descredibilize o trabalho de veículos tradicionais e de seus profissionais, assim como representa uma ameaça à democracia brasileira.

REFERÊNCIAS

AMORIM, P. H. Neste país, a imprensa é irresponsável. **Revista Ser Médico**, ed. 42, 2008. Disponível em: <<https://www.cremesp.org.br/?siteAcao=Revista&id=345>>. Acesso em: 07 mar. 2023.

CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, 2020. Disponível em: <<https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/Como-vencer-uma-eleic%C3%A7%C3%A3o-sem-sair-de-casa.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2023.

GERBAUDO, P. **The Mask and the Flag: Populism, Citizenism, and Global Protest**. New York: Oxford University Press, 2017.

LACLAU, E. Populism: What's in a Name?. In: PANIZZA, F. **Populism and the Mirror of Democracy**. Phronesis. London: Verso Books, 2005.

_____. **A razão populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LYCARIÃO, D.; MAGALHÃES, E.; ALBUQUERQUE, A. Noticiário “objetivo” em liquidação: a decadência do padrão “catch-all” na mídia comercial. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 1-19, 2018: Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/28384/1662>>. Acesso em: fev. 2023.

MUDDE, C.; K, C. R. **Populism: a very short introduction**. New York: Oxford University Press, 2017.

_____. **The Populist Radical Right: A Reader**. London: Routledge, 2017.

PETRARCA, F. R. Uma janela no tempo: a ascensão do Bolsonarismo no Brasil. **Revista Tomo**, edição n° 38, pp.339-371, 2021. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/view/14356/>>. Acesso em: 16 abr. 2023.

RICCI, P.; IZUMI, M.; MOREIRA, D. O populismo no Brasil (1985-2019): Um velho conceito a partir de uma nova abordagem. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.36, n.107, 2021.

SOLANO, E. **A bolsonarização do Brasil**. Democracias em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - Relatório 2018. **FENAJ**, 2019. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2019/01/relatorio_fenaj_2018.pdf>. Acesso em: 01 jan.2023.

Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil- Relatório 2019. **FENAJ**, 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_fenaj_2019.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2023

Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - Relatório 2020. **FENAJ**, 2021. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2023.

Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - Relatório 2021. **FENAJ**, 2022. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/01/FENAJ-Relat%C3%B3rio-da-Viol%C3%A2ncia-Contra-Jornalistas-e-Liberdade-de-Imprensa-2021-v2.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2023.