

Corrida Eleitoral Brasileira: Análise Do Twitter Do Candidato À Presidência no Segundo Turno Jair Messias Bolsonaro Na Primeira Semana Pós Campanha Eleitoral De 2022¹

Ketheryn Nathally FISTAROL²

Valéria Casaroto FEIJÓ³

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo analisar a comunicação política via twitter do candidato ao pleito eleitoral de 2022, Jair Messias Bolsonaro, na semana pós eleições do segundo turno. Para tanto, foi utilizado as teorias contemporâneas da comunicação como base de estudos: cibercultura, teoria das redes, redes sociais e vigilância e sociedade do espetáculo. Assim se obteve como resultado das pesquisas e análises comunicacionais que, a comunicação verbal e não verbal realizada por Bolsonaro e sua equipe foram construídas estrategicamente para atrair seus leitores com discursos de cunho militar, conservador e religioso.

PALAVRAS-CHAVE: política; comunicação; twitter; eleições; estratégia.

CORPO DO TEXTO

Em 2017 nos Estados Unidos da América (EUA) Trump se elege presidente carregando consigo uma estratégia política inteligente e efetiva, utilizando como principal palanque político redes sociais, movendo pessoas a defender suas ideologias de forma assídua e firme. Após o mundo perceber e entender a estratégia utilizada por ele, começaram a ocorrer fenômenos muito semelhantes em países da América.

No Brasil quem carregou consigo o mesmo método de comunicação política foi o então deputado federal Jair Messias Bolsonaro, quando se candidatou à presidência nas eleições de 2018 e contou com uma equipe de diversos admiradores para disseminar informações a seu respeito, nas mais diversas redes sociais, algumas como Facebook, Telegram, Whatsapp e o Twitter.

Jair Messias Bolsonaro nasceu em 1955 (atualmente tem 67 anos de idade), no estado do Rio de Janeiro. Assim que completou seus 18 anos se lançou na carreira militar a qual permaneceu até 1988 quando, depois de uma prisão e muitas polêmicas dentro do exército brasileiro, decidiu começar sua vida política. Se candidatou à câmara de vereadores do Rio de Janeiro assumindo o cargo em 1989, após dois anos viu uma

¹ Trabalho apresentado na DDT/IJ – 08 Estudos Interdisciplinares da Comunicação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNOCHAPECÓ, email: kekafistarol@unochapeco.edu.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNOCHAPECÓ, email: valeria_f@unochapeco.edu.br.

oportunidade eleitoral para o cargo de deputado federal, ganhou e permaneceu no cargo de 1991 até 2018, se elegendo por 9 mandatos consecutivos. Em 2019, após uma campanha eleitoral pautada dentro das redes sociais e internet, ganhou o pleito eleitoral no segundo turno tornando-se, presidente do Brasil entre os anos de 2019 a 2022, perdendo a reeleição para o candidato Luiz Inácio Lula da Silva.

Sua ideologia política sempre foi clara, extrema direita, conservadorismo social e liberdade mercadológica. A religião foi uma base forte para suas ações e posicionamentos, deixando isso claro em seu slogan de campanha e futuramente norteadora de seu mandato: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Para selar essa estratégia construiu laços fortes com o militarismo, tendo como vice-presidente o general do exército brasileiro Hamilton Mourão.

Jair Messias Bolsonaro, ingressou no twitter em março de 2010, conta com 9,7 milhões de seguidores (analisado dia 01/12/2023), na sua bio podemos perceber o esforço, que já citamos anteriormente, em se aproximar do exército brasileiro: “Capitão paraquedista do Exército Brasileiro. Presidente da República Federativa do Brasil. Candidato à reeleição com o número 22”.

A capa de seu perfil traz um banner seguindo as cores da bandeira brasileira, verde, azul e amarelo, símbolo ao qual se apropriou em 2018 com o argumento de ser um homem patriota. Porém as cores são pensadas estrategicamente com a mensagem que deseja passar.

Segundo a psicologia das cores, o verde carrega consigo significados muito alinhados à estratégia política geral de Bolsonaro, em linhas gerais transparece sentimento de cura, calma, perseverança, autoconsciência, orgulho, saúde, boa sorte, renovação, juventude, vigor e generosidade. Na sua primeira campanha eleitoral o então candidato à presidência usou-se do discurso de renovar a política brasileira, onde seu principal argumento era que o Partido dos Trabalhadores ficou por 12 anos no poder, assim a cor verde cumpre com o seu objetivo ao ser usada pela equipe comunicacional de Bolsonaro.

A cor amarela é utilizada com o intuito de trazer a sua campanha sabedoria, conhecimento, alegria, felicidade, otimismo, idealismo, imaginação e esperança. Cores muito alinhadas com o discurso e construção pessoal de “o único homem que pode salvar o país”, frase utilizada corriqueiramente por seus apoiadores.

Por fim, a cor azul vem carregada de sentimentos de fé, espiritualidade, contentamento, lealdade, paz, tranquilidade, calma, estabilidade, harmonia, unidade, confiança, verdade, segurança, limpeza, ordem e céu. Uma campanha ligada fortemente a grupos religiosos, o azul é pensado estrategicamente para passar à população o sentimento do candidato com questões espirituais e religiosas.

Segundo a designer Vivien Vila Flor, criadora de todo o visual da campanha:

[...] Sabe-se o quão é importante para o Presidente Bolsonaro representar as cores presentes na bandeira do Brasil, isso sempre foi relevante em suas campanhas, por isso, não desfiz desse gosto e peguei as cores e montei uma paleta de acordo, ou seja, tons referentes aos que simbolizam o país. Do mesmo modo, incluí ao conjunto tons a partir das cores que são do Partido PL. Como principal objetivo simbolizar o seu amor à pátria e o seu atual partido, o qual irá se reeleger neste ano de 2022. (FLOR, Villen.2022).



Fonte: Twitter @jairbolsonaro (acessado dia 01/12/2022)

Bolsonaro foi derrotado nas urnas pelo candidato Luiz Inácio Lula da Silva com aproximadamente 2 milhões de votos a menos (dados obtidos e analisados segundo o aplicativo “Resultados”). Após isso, o silêncio caiu como uma névoa sobre muitas de suas redes sociais, principalmente o twitter, onde realizava em torno de 20 tweets por dia. Na primeira semana pós eleições postou apenas um tweet.

A única postagem realizada pelo presidente foi um trecho em formato de vídeo de sua live com duração de 2 minutos e 26 segundos, onde pede para que os

manifestantes que estavam obstruindo rodovias por todo o país cessassem com esse formato de manifestações, ainda diz achar válido outros tipos de protestos, “faz parte do jogo democrático” diz Bolsonaro que termina o vídeo dizendo “ Ao longo desse tempo todo a frente da presidência colaborei para ressurgir o sentimento patriótico, o amor à pátria, nossas cores verde e amarelo, amor à família”.

O vídeo chegou a 6,9 milhões de visualizações rapidamente, seus eleitores esperavam uma pronúncia ainda no dia 31 de outubro, quando saiu os resultados das urnas, porém Bolsonaro permanece em silêncio sobre os resultados e só fez a primeira postagem no dia 2 de novembro, quando em nenhum momento cita o resultado das urnas, apenas pede para que seus apoiadores cumpram o direito de ir e vir de cidadãos ao desobstruir vias federais.



Fonte: Twitter @jairbolsonaro (acessado dia 01/12/2022)

Ao analisar de forma mais detalhada alguns aspectos do vídeo, percebemos claramente a mensagem que Bolsonaro quer passar nas entrelinhas. Em nenhum momento sorri, suas expressões faciais são duras e rígidas, testa franzida, lábios curvados para baixo, o ambiente é escuro, fechado, sem entrada de luz natural, suas roupas e acessórios são escuros. Elementos que passam a sensação de medo, imposição, dureza, tristeza.

No quadro atrás predomina a cor azul, assim passando sabedoria e espiritualidade para o que está dizendo. Em sua maioria não há oscilações no seu tom de voz, porém quando fala “[...] estou com vocês e tenho certeza que estão comigo[...]

entona de forma decisiva, valente e orgulhosa. Percebemos longas pausas entre uma frase e outra, gerando ansiedade, angústia e expectativa para quem está ouvindo.

Após a publicação do vídeo, não postou mais nada no Twitter no resto da semana, permaneceu em absoluto silêncio, não curtiu e nem comentou outros tweets. Um ponto muito importante que temos que levar em consideração ao analisar sua comunicação é que ela não se dá apenas dentro de seus perfis pessoais, mas sim por perfis de pessoas próximas, as quais o defende veementemente, inclusive muitas das pessoas que acompanham o presidente no Twitter, também são seguidoras de seus filhos, que seguindo os passos de seu pai, ocupam diferentes cargos políticos.

No Twitter de Eduardo Bolsonaro (filho de Jair Messias Bolsonaro), na primeira semana pós campanha eleitoral houve 18 tweets, sendo que desses, 10 citam o nome de Bolsonaro ou trazem alguma foto com a sua imagem, os 18 falam de forma direta ou indireta sobre as eleições ocorridas dia 31 de outubro de 2022. O user de Eduardo inclusive carrega apenas seu sobrenome mais a sigla de São Paulo (dados obtidos e análises com base no Twitter de Eduardo Bolsonaro @BolsonaroSP).



Fonte: Twitter @BolsonaroSP (acessado dia 01/12/2022)

A fala é uma das formas mais utilizadas na comunicação humana, sendo uma junção de sons, e significados que o ser humano atribui, conseguimos compreender o que outros querem dizer e também nos fazemos entendidos. O silêncio (ato de não falar), também é considerado uma forma de expressão, muitas vezes utilizado como

ferramenta psicológica em discussões ou negociações, expressões como “quem não chora não mama” são muito utilizadas por brasileiros para reforçar o poder da fala.

Para a psicanálise “o silêncio parece tornar-se desconfortável quando estão reunidas duas condições: (1) existe um desejo / necessidade de estabelecer a comunicação com o outro; (2) mas a relação com esse outro não é suficientemente íntima.” (MARTA, Rita.), assim conseguimos compreender claramente como o desejo de falar reprimido gera desconforto e não é unilateral, ou seja, não escutar o outro também gera desconforto. Portanto, foi uma escolha estratégica de Bolsonaro ao não se pronunciar logo após os resultados da eleição de 2022, desta forma, causou desconforto, apreensão e ansiedade aos seus eleitores, assim o ser humano tende a agir de forma irracional e instintiva quando se sente desconfortável.

Desta forma, compreendemos que os aspectos comunicacionais, visuais e não visuais foram pensados e construídos intencionalmente com base na estratégia política escolhida por Bolsonaro e sua equipe e isso fica implícito nas cores que utilizou em sua campanha, no tom de voz e até mesmo no silêncio na primeira semana após sua derrota nas urnas.

REFERÊNCIAS

CARRO, Por Rodrigo. **Eleição brasileira é o assunto mais comentado no Twitter mundial.** 2022. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2022/10/30/eleio-brasileira-o-assunto-mais-comentado-no-twitter-mundial.ghtml>. Acesso em: 01 dez. 2022.

DE GUIMARÃES, Rafael Siqueira; DE OLIVEIRA, Cleber Rodrigo Braga. " **Meu twitter, minhas regras**": as pautas de costumes na educação bolsonarista. Revista Eletrônica de Educação , v. 14, p. e4568140-e4568140, 2020.

FERNANDES, Leonardo. **Bolsonaro repete métodos de Donald Trump em sua campanha**: analistas abordam as semelhanças entre as estratégias de campanha do presidente estadunidense e do militar da reserva. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/04/bolsonaro-repete-metodos-de-donald-trump-em-sua-campanha>. Acesso em: 01 dez. 2022.

FLOR, Villen. **Presidente Bolsonaro - Identidade Visual.** 2022. Disponível em: https://www.behance.net/gallery/145603497/Presidente-Bolsonaro-Identidade-Visual?locale=pt_BR. Acesso em: 01 dez. 2022.

FREITAS-MAGALHÃES, A. **O código do medo.** Leya, 2014.



INSTITUTO DE IMAGEM DE LONDRES. **Psicologia das cores: como as cores afetam o humor e as emoções?** 2020. Disponível em: <https://londonimageinstitute.com/how-to-empower-yourself-with-color-psychology/>. Acesso em: 01 dez. 2022.

MARTA, Rita. **O silêncio na comunicação ou a comunicação pelo silêncio: o silêncio na Psicanálise**. Psilogos, v. 2, n. 2, p. 22-32, 2005.

PIERRE LÉVY. **Cibercultura**. Editora 34, 2010.

POLITO, Reinaldo. **O poder do silêncio na comunicação verbal**. Disponível em: <https://vidasimples.co/colunistas/comunicacao-verbal-os-encantos-do-silencio/>. Acesso em: 01 dez. 2022.

RECUERO, Raquel da C. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. Revista 404notfound - Revista Eletrônica do Grupo Ciberpesquisa. Edição 31, agosto de 2003. Disponível em
SAPELLI, Denise Maria; DALFOVO, MICHAEL SAMIR; DA SILVA, MARCIA Zanievicz. **Sabe aquela sensação de estar sendo vigiado? analogia entre o panóptico e o ambiente virtual acadêmico**. In: ABCIBER XIII-SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER 2020. 2021.