



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

100 dias na rede social: uma análise das notícias da *Folha de S.Paulo* com base nos tuítes do presidente Jair Bolsonaro

Thais Teixeira Umbelino

Brasília, 2019

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo



**100 dias na rede social: uma análise das notícias da *Folha de S.Paulo*
com base nos tuítes do presidente Jair Bolsonaro**

Thais Teixeira Umbelino

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como um dos requisitos para a obtenção do título de bacharela em Comunicação Social – habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Solano Nascimento

Brasília, 2019

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

BANCA EXAMINADORA

___/___/___

Prof. Dr. Solano dos Santos Nascimento (orientador)

Prof. Dr. Zanei Barcellos

Prof. Marcos Urupá

Prof. Dr. Rodrigo Braz (suplente)

Brasília, 2019

Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu avô, Reinaldo Teixeira (*in memoriam*). Desde pequena era acostumada a vê-lo com um jornal debaixo do braço e sempre atento aos noticiários da televisão. Ele costumava responder o cumprimento de todos os jornalistas de bom dia, boa tarde e boa noite.

A primeira vez que vi uma matéria minha publicada no Correio Braziliense, me emocionei. Aonde estiver, meu avô querido, espero que se orgulhe da tua neta, agora jornalista.

Agradecimentos

Dedico essa monografia primeiramente a Deus por mais esta conquista. Em seguida, a Universidades de Brasília e a Federal de Ouro Preto, por me acolherem e permitirem a concretização no sonho de me formar em Jornalismo. Ao meu orientador Solano Nascimento por ter topado de última hora o desafio do tema escolhido e por todo o conhecimento e paciência ao longo deste projeto. Ao professor Marcos Urupá pelos cafés e ajuda na escolha do assunto a ser tratado no TCC. Também aos professores Dione Moura, Sérgio Ribeiro, Zanei Barcellos e Pedro Russi que marcaram a caminhada acadêmica pelo comprometimento, dedicação e paixão à profissão.

A minha mãe Cristiane Teixeira que me incentivou em todos os meus sonhos, principalmente nesse, desde a minha escolha de curso a minha vinda à UnB. Ao meu pai Josué Umbelino por todo o apoio e incentivo recebidos. A minha irmã Amanda Cristhine, pelos conselhos e parceria de vida. A minha avó Eldomira Teixeira pelo bom humor cotidiano e porto seguro. A todos os meus colegas de curso que estiveram comigo em vários momentos e tornarem a UnB um local de boas risadas: Pedro Canguçu, Gabriela Tunes, Kellen Barreto, Vitória Souza, Júlia de Lannoy, Raphael Felice, Diego Marques, Sarah Paes, Milena Castro, Isadora Dueti e Gabriel Queiroz.

À todos os locais de estágio em que pude aprender a realidade da profissão (UnbTV, Metrôpoles, Poder360 e Correio Braziliense), e principalmente aos colegas, chefes e profissionais que passaram pela minha vida ao longo desses cinco anos, como Andréa Xavier, João Paulo Biage, Luiz Prisco, Sérgio Lima, Adriana Bernardes e José Carlos.

Ao meu local de paz, Minas Gerais e principalmente às amigadas que mesmo de longe me ajudaram na caminhada, especialmente a República Relicário e aos meus amigos Gabriel Conbê e Rafa Rissoli. Também agradeço ao Filipe Cardoso

pela amizade e parceria em todos os momentos que precisei. Ao Tiago Oliveira pela torcida, companheirismo e apoio de sempre. Ademais, a todas pessoas que de alguma forma colaboraram para que eu chegasse até aqui. Meu muito obrigada!

Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade. Quem não sofreu essa servidão que se alimenta dos imprevistos da vida, não pode imaginá-la. Quem não viveu a palpitação sobrenatural da notícia, o orgasmo do furo, a

*demolição moral do fracasso, não pode sequer
conceber o que são.*

Gabriel García Márquez

Resumo

Esta pesquisa analisou as notícias produzidas pelo jornal *Folha de S.Paulo* que mencionaram postagens do atual presidente Jair Bolsonaro em sua conta pessoal no Twitter. Por meio da análise de conteúdo, foram estudadas as páginas do jornal nos 100 primeiros dias de governo. A análise revelou que mais da metade das notícias com tuítes do presidente foram citados nas capas. A pesquisa ainda revelou que a estrutura das notícias contém maior quantidade do termo “rede social” na referência de onde as informações foram retiradas e que há um menor número de matérias com citação dos tuítes no *lead*. Por fim, percebeu-se que grande parte dos tuítes nas matérias eram referentes a comunicados feitos por Bolsonaro e que em janeiro houve maior quantidade dessas notícias.

Palavras-chave: Bolsonaro, rede social, Twitter, *Folha de S.Paulo*, notícia

Abstract

This survey analyzed the news produced by the Folha de S.Paulo that mentioned posts by actual President Jair Bolsonaro in his personal Twitter account. Through content analysis, the pages of the newspaper were studied about the firsts hundred days of government. The analysis revealed that more than half of the president's tweet news was cited on the covers. The research also revealed that the structure of the news contains more of the term "social media" in the reference from which the information was taken and that there are fewer articles with citation of tweets in the "lead". Finally, it was noticed that most of the tweets in the articles were related to statements made by Bolsonaro and that in January there was a greater amount of this news..

Key words: Bolsonaro, social network; Twitter, *Folha de S.Paulo*, news

Sumário

Introdução 9

1. Referencial teórico 10

1.1 Critérios de noticiabilidade 11

1.2 Internet e a mídia 15

1.3 Mídias sociais e a mídia 17

1.3.1 Twitter 18

1.4 Políticos no twitter 20

1.4.1 Barack Obama (2008) 21

1.4.2 Donald Trump (2016) 22

1.4.3 Jair Bolsonaro (2018)22

1.5 Notícias com base no Twitter de político 24

2. Metodologia 25

2.1 Delimitação do corpus e das unidades de análises 27

3. Análise de dados 29

3.1 Capa 30

3.2 Estrutura da notícia 31

3.3 Classificação dos tuítes 35

3.3.1 Manchetes 36

3.3.2 Chamadas com texto 41

3.3.3 Chamadas sem texto 47

3.3.4 Matérias sem menção na capa 52

3.4 Publicação das notícias 53

Considerações finais 56

Referências 57

Anexos 60

Introdução

As redes sociais estão sendo cada vez mais usadas por órgãos e autoridades oficiais do governo federal como forma de comunicação e acesso à sociedade. Ao mesmo tempo, o jornalismo se apropria dessa estratégia para realizar coberturas, análises e comentários pautados em postagens publicadas nas plataformas online. O Twitter, por exemplo, é a principal rede social escolhida pelo governo do presidente Jair Bolsonaro para divulgação de informações, opiniões, do cotidiano do Palácio do Planalto e esclarecimentos a cidadãos brasileiros. A partir disso, um novo fenômeno surge no jornalismo: o Twitter passa a pautar e a carregar valor-notícia.

O objetivo central deste trabalho é analisar como foi feita a cobertura jornalística do Twitter do presidente Jair Bolsonaro e contabilizar quantas matérias foram noticiadas utilizando citações de tuítes do presidente, além de identificar os principais assuntos publicados. Desta forma, a presente pesquisa vai analisar as matérias que foram capa no jornal de maior circulação no Brasil, a *Folha de S.Paulo*, durante o período dos 100 primeiros dias do governo - de 1º de janeiro a 10 de abril.

A relevância do trabalho se refere ao novo tipo de cobertura jornalística da rede social, para se ter acessos às notícias do governo, visto que Jair Bolsonaro tem uma relação diferente com a mídia dos governos anteriores.

Na primeira parte do trabalho separou-se as notícias que foram destaque na capa das que não tiveram citação. Na segunda parte, estuda-se a estrutura das matérias em três aspectos: *lead*, uso ou não da palavra Twitter para identificação de onde veio a citação do presidente e principais temas abordados nas notícias.

A última parte identifica a média do número de postagens por mês e semana e as principais editorias em que elas aparecem. Por fim, nas considerações finais e conclusão do trabalho.

1. Referencial teórico

As mídias digitais, após o advento da internet provocaram um sistema digitalmente interconectado. O alto grau de interação e as relações entre indivíduos alteraram as formas sociais, econômicas e políticas na sociedade. Dentre elas, a prática e a rotina jornalísticas, fazendo com que a produção da notícia fosse readaptada em forma e estrutura. O ciberespaço, interconexão digital entre computadores ligados em rede (MARTINO, 2015), facilitou a forma de coletar informações, de produzir e de difundir notícias. Surgiu, com isso, uma nova expressão: o Jornalismo Digital.

Uma das readaptações jornalísticas no meio digital foi a relação com as fontes, que passam a fazer parte do ciberespaço por meio de comentários e postagens. Através de blogs, website e redes sociais, como no Twitter, os internautas divulgam diversos tipos de informações, sejam elas pessoais ou profissionais. Esses conteúdos podem servir de informação para os jornalistas, alterando o processo de apuração e relação com os personagens da notícia. Recuero (2011) considera que as mídias digitais são capazes de gerar mobilizações e discussões, por isso podem servir como conteúdo de interesse jornalístico. As redes podem, portanto, “agendar notícias e influenciar a pauta dos veículos jornalísticos” (RECUERO, 2011, p.8).

Do mesmo modo, no âmbito do jornalismo político, declarações feitas por autoridades políticas em redes sociais se tornam fontes para a produção de notícias. A presença e o uso assíduo do Twitter pelo atual presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, em publicações como informações e opiniões pessoais, cotidiano no Planalto, esclarecimentos aos cidadãos brasileiros, comunicados oficiais, rixas políticas, entre outros, geram interesse e conteúdo para os veículos de informação.

Pensando nisso, o presente estudo, que visa analisar a relação da rede social Twitter com o jornalismo por meio de análise de notícias publicadas no período dos 100 primeiros dias de governo de Jair Bolsonaro, precisa, antes, apresentar alguns conceitos. Este capítulo é dedicado a entender estes conceitos e, para isso, traz a visão de autores sobre jornalismo, noticiabilidade, mídias digitais, Twitter, entre outros conceitos que servirão de base para a análise posterior.

1.1 Critérios de noticiabilidade

A notícia, um dos fenômenos compreendidos pela teoria do jornalismo, é um artefato linguístico baseado em linguagem, verbal ou de outra natureza, que comporta informação e apresenta determinados aspectos da realidade por meio de um processo de construção, difundido por meios jornalísticos (SOUSA, 2002, p.3). Para Jorge (2012), uma das definições de notícia é de um relato noticioso que condensa uma informação “carregada de interesse humano e capaz de despertar a atenção e a curiosidade do maior número de pessoas possível” (JORGE, 2012, p. 24).

Considerando que cabe a qualquer órgão de informação apresentar acontecimentos significativos e interessantes (WOLF, 1992, p. 188), é necessário selecionar, a partir de um vasto cenário de eventualidades, o que será noticiável. O conjunto de elementos que o órgão informativo utiliza para controlar e gerenciar os acontecimentos, e com isso selecionar o que será notícia, é chamado de critério de noticiabilidade (WOLF, 1992, p. 189).

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é excluído, por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional [...] Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1992, p.190).

A seleção e a definição daquilo que é noticiável são determinadas, em primeiro lugar, pela factibilidade, que contribui para tirar do contexto um acontecimento verificado e colocá-lo dentro do propósito do noticiário (Altheide, 1976, 179). Silva relaciona o conceito de noticiabilidade com todo e qualquer fator capaz de agir no processo da produção da notícia, sendo eles: a característica do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e as circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p. 95).

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que deve ser inserido e de que modo deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção (WOLF, 1992, p. 200).

O componente da noticiabilidade que guia os procedimentos operativos jornalísticos é o valor-notícia, elemento que responde quais estruturas serão consideradas significativas e interessantes para virarem notícias. Wolf (1992) considera que o conceito define as “qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística”, e portanto, quanto maior sua presença em um fato cotidiano, maior a chance da seleção para o noticiário (WOLF, 1992, p. 190). Dessa forma, a escolha de um fato ocorre por meio de intersecções e ligações entre diferentes valores-notícias.

Wolf (1992) explica que os valores-notícia derivam de quatro pressupostos: “a. às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; b. à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c. ao público; d. à concorrência” (WOLF, 1992, p. 200). O primeiro tópico refere-se a dois fatores: importância e interesse da notícia. Em importância explica-se quais elementos geram valor a um acontecimento. São eles: relação de hierarquização dos indivíduos envolvidos, número elevado de pessoas, capacidade do fato repercutir em um país e possibilidade de repercussão futura. Em interesse da notícia, Wolf (1992) define:

(...) a. histórias de gente comum que é encontrada em situações insólitas, ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; b. histórias em que se verifica uma inversão de papéis (o homem que morde o cão); c. histórias de interesse humano; d. histórias de feitos excepcionais e heroicos (GANS apud WOLF, 1992, p.205).

Em relação à “disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo” (WOLF, 1992, p. 200), o autor explica que o tópico é referente a questões técnicas e organizativas de cada meio de comunicação. O pesquisador levanta conceitos de brevidade, atualidade e qualidade na produção da notícia. Quanto ao pressuposto “público”, Mauro Wolf explica a importância do entendimento e conhecimento dos receptores da notícia. Por fim, em relação à “concorrência”, define-se o imediatismo presente nos órgãos informativos durante o processo de produção da notícia.

O conceito de noticiabilidade para Nelson Traquina, pode ser definido como o “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia” (TRAQUINA, 2008, p. 63). Para o autor, os critérios de noticiabilidade são um conjunto de valores-notícia, sendo que estes apresentam “um padrão geral bastante estável e previsível” (TRAQUINA, 2008, p. 63). Para Silva (2005), o conceito valor-notícia pode ser compreendido por meio de uma listagem das análises dos acontecimentos selecionados por diferentes veículos da imprensa.

Chamados também de valores informativos ou fatores de notícia, esse grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes ou aspectos substantivos do acontecimento (SILVA, 2005: 104).

Silva (2005) reúne os principais conceitos de pesquisadores como Stieler, Lippmann, Galtung, Wolf e Ruge em uma tabela para definir o que é valor-notícia. A partir dela, o conceito pode ser compreendido por meio de outra listagem, definida a partir de análises da autora dos acontecimentos selecionados por diferentes veículos de imprensa, com propostas de tópicos mais recorrentes (Tabela 1). São eles:

Tabela 1: Valores-notícia definidos por Gislene Silva

Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis / noticiados	
IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: Silva (2005: 104-105)

O fator noticiabilidade existe no jornalismo como exigência organizativa de trabalho. Questionamentos sobre como acontecimentos se transformam em notícia têm contribuído, ao longo das últimas décadas, para a construção de fundamentos importantes no campo das teorias da notícia e do jornalismo (SILVA, 2005, p. 96). Visto que o processo de uma notícia é dado por aspectos práticos e estruturais advindos da atividade jornalística (HIGINO, 2017), as definições de valores-notícia podem se alterar ao longo do tempo devido a mudanças nos suportes para a produção da notícia. A implementação de avançados recursos midiáticos e até de outras plataformas comunicativas, como as do jornalismo online, implicaram

mudanças no uso dos valores-notícia, seja favorecendo o aparecimento de outros critérios de noticiabilidade, seja gerando reinterpretações dos já existentes (FALCÃO, 2012, p. 3).

1.2 Internet e a mídia

Para se entender as mudanças provocadas nos critérios de noticiabilidade e o fazer jornalístico, é necessário retornar ao momento do advento das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs)¹. O fenômeno provocou impactos nas rotinas produtivas devido ao surgimento de suportes tecnológicos em aspectos como a captação, a redação e a distribuição de informação em formato digital. Considerando a definição de tecnologia como técnicas e métodos usados para resolver problemas ou facilitar e agilizar processos para melhores resultados, algumas invenções tecnológicas facilitaram o fazer jornalístico:

Invenções como a prensa gráfica, a máquina de datilografia, a câmera fotográfica, o telégrafo ou o telefone impactaram na profissão quando foram incorporados por jornalistas. As particularidades de cada invenção tiveram influências diretas ou indiretas na reconfiguração de algumas especificidades do processo de produção da notícia, inclusive, se tratando do processo de apuração (HIGINO, 2017, p. 32).

A criação do computador revoluciona a prática jornalística ao possibilitar o processamento de textos, armazenamento de dados e barateamento da produção. Tais modificações se acentuaram após o surgimento da internet. Machado (2003) afirma que todas as etapas do processo jornalístico foram alteradas com a chegada dos computadores, principalmente quando foram interligados com redes internas e ao ciberespaço.

A primeira rede de computadores, chamada de ARPANET, foi criada pela ARPA, instituição que pertencia ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos, em 1960, em meio a Guerra Fria. A grande rede foi desenvolvida com objetivo de

¹ A expressão usada pela primeira vez em 1997, por Dennis Stevenson, do governo britânico, e promovida pela documentação do Novo Currículo Britânico em 2000, corresponde a todos os meios técnicos usados para tratar a informação e auxiliar na comunicação, o que inclui o hardware de computadores, rede, telemóveis, entre outros.

possibilitar a troca de informações entre bases militares americanas por meio das redes de computadores.

A abrangência mundial da internet só foi possível com a criação da World Wide Web², por Tim Berners-Lee. Segundo Castells (2003) a popularização da internet se deu em 1995, quando a rede mundial de computadores passou a ser utilizada por pessoas e empresas de todos os setores da sociedade. A partir daí a internet cria um ambiente interconectado por meio de redes globais que ultrapassam limites territoriais.

A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Assim como a difusão da máquina impressora no ocidente criou o que McLuhan chamou de a “galáxia de Gutenberg”, ingressamos agora num novo mundo de comunicação: a “galáxia da internet (...) Atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura (CASTELLS, 2003, p.8).

Se a nova tecnologia alterou a vida das pessoas, seria impossível não modificar o mercado de informação e suas práticas. Segundo Kucinski (2004), a internet passou a ser utilizada no jornalismo para a transmissão de dados, função de mídia, ferramenta de trabalho para execução de tarefas como acesso de banco de dados, realização de entrevistas e conferências e a memória da produção. É a partir dessa ligação em rede que surge um espaço imaterial ao qual os seres humanos estão conectados por meio de aparelhos eletrônicos, conceito definido por ciberespaço³. Ou seja, surge um ambiente em que há uma interconexão digital entre computadores conectados em rede (MARTINO, 2015, p. 29). Cada pessoa, por meio do acesso à internet, publica e compartilha dados e informações, e embora nem todas sejam igualmente ativas, é impossível não haver um mínimo de conexão no ciberespaço. Para Lévy (2003), as comunidades do ciberespaço constituem-se em trocas constantes de conhecimentos, ou seja, todas as pessoas podem de alguma forma contribuir em algo para a formação de um conjunto de saberes, disponibilizados para serem utilizados e transformados por todos.

²Interface gráfica criada em 1990 para partilhar informação

³ Segundo Monteiro (2007), o ciberespaço é definido com um mundo virtual porque está presente em potência.

No jornalismo, o ciberespaço abre novas possibilidades às técnicas da profissão, por exemplo, na busca por fontes, devido ao vasto campo de informações dos usuários pertencentes. Para obter informações, coletar dados, apurar e produzir informação, o jornalista passa a ir em locais específicos no ciberespaço “como: sites; portais; blogs; microblogs; grupos de discussão; comunidades; e de um jeito potencial: as redes sociais” (HIGINO, 2017, p. 38).

1.3 Mídias sociais e a mídia

A importância das redes e mídias sociais no jornalismo vai além da busca por pautas e informações sobre determinados assuntos. As infinitudes de interações nas mídias por meio de atores sociais geram a compreensão de diversas redes em uma mesma plataforma (RECUERO, 2009). A interação online pode ser, portanto muito maior e mais ampla que relações pelas redes offline. Para entender a importância desta interconectividade, é necessário voltar para o momento em que o jornalismo digital tornou-se possível.

As interações no espaço virtual entre usuários tiveram início a partir do surgimento da web 2.0⁴, em 2003. A estrutura deu início às mídias digitais que representam uma nova perspectiva dos espaços cibernéticos onde usuários começam a interagir por meio de plataformas online. A web passa a ser utilizada como novas possibilidades de distribuição e construção de conteúdo. A partir disso, os usuários começam a compartilhar, em perfis individualizados, fotos, informações e opiniões pessoais, assim como a interagir com outros internautas.

As ferramentas de web 2.0 oferecem ao internauta uma nova lógica de navegação, por meio de espaços conectados por microredes e regidos por aspectos da cooperação e participação (RECUERO, 2009, p. 71). Quanto maior o número de

⁴ Web 2.0 é um termo popularizado a partir de 2004 pela empresa americana O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web enquanto plataforma", envolvendo wikis, aplicativos baseados em folksonomia, redes sociais, blogs e Tecnologia da Informação.

usuários, maior a quantidade de arquivos disponibilizados. Esse cenário acaba gerando uma espécie de “vigilância digital” feita através dos bancos de dados e acompanhamento dos perfis online. A definição do termo dado por Bruno (2008) é de um “monitoramento sistemático, automatizado e à distância de ações e informações de indivíduos no ciberespaço, com o fim de conhecer e intervir nas suas condutas ou escolhas possíveis” (BRUNO, 2008, p.169).

O surgimento de novos espaços de participação facilitaram o processo de produção e publicação de conteúdos, por meio de blogs, sites de redes sociais e wikis (ZAGO, 2018, p. 2). A partir daí inicia-se uma revolução no modo de se relacionar e, conseqüentemente, se comunicar.

No jornalismo não foi diferente. Para Zago (2010), pelo fato de nas redes sociais circularem informações e anseios dos próprios grupos sociais, os seus conteúdos podem servir de fonte para o jornalismo.

1.3.1 Twitter

Tendo como base a rede social Twitter, há inúmeras informações publicadas na plataforma sobre opiniões, dados pessoais, conhecimentos, e comentários que possuem valor-notícia devido ao impacto que causam na sociedade fora do ciberespaço. Para Zago (2010) o Twitter funciona como um suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos: a plataforma “pode por vezes servir como ponto de partida para notícias, como quando frases ditas por políticos ou celebridades na ferramenta servem de pauta para a produção de notícias em um determinado veículo” (ZAGO, 2010, p. 4). Para entender os efeitos causados pelo Twitter no ciberespaço e conseqüentemente no jornalismo, é necessário compreender, o que é a plataforma, como funciona e o que possibilitou o seu surgimento.

O Twitter é um microblog⁵ criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan William, Biz Stone e Noah Glass, nos Estados Unidos. Através da plataforma o usuário podia enviar mensagens com no máximo 140 caracteres — em 2017 o máximo de caracteres aumentou para 280. A mídia social permite que o usuário crie um perfil personalizado com fotos de identificação, informações pessoais, alteração da imagem de fundo e cores, preenchimento de dados, entre outros. O nome escolhido pelo o usuário é antecedido por uma arroba, “@”.

O internauta pode seguir e ser seguido por outros usuários da rede, e com isso acompanhar no feed, área onde ficam todos os conteúdos publicados das pessoas seguidas em ordem cronológica inversa, as mensagens publicadas (tuítes) de cada perfil. Quem segue um usuário no Twitter não é, necessariamente, seguido pelo mesmo, o que gera uma comunicação unilateral (HIGINO, 2017, p. 45). Além disso, as interações também podem ser feitas por meio de curtidas de uma publicação.

O tipo de postagem vai desde a troca de mensagens sobre assuntos triviais até informações de interesse público e relevância jornalística. A ideia inicial da plataforma era ser uma espécie de SMS da internet, onde os internautas responderiam a pergunta “o que você está fazendo?”. Com o tempo o Twitter foi ganhando uma perspectiva diferente com relação ao conteúdo publicado e a pergunta foi modificada para “o que está acontecendo?”. A atual descrição do microblog é: “o lugar certo para saber mais sobre o que está acontecendo no mundo e sobre o que as pessoas estão falando agora”.

As mensagens da plataforma são direcionadas a usuários específicos por meio do uso do sinal “@” acompanhado do nome do perfil do destinatário. Quando o nome de um usuário é publicado em um tuíte, ele se torna automaticamente um link

⁵ Microblogs podem ser considerados como espécies de “blogs simplificados” (Zago, 2008a), na medida em que possuem os recursos inerentes ao formato blog (como publicação de conteúdo em ordem cronológica inversa, e as demais características dos blogs), mas de forma simplificada. A principal diferença diz respeito ao fato de que as atualizações possuem limitações de tamanho, como no caso da ferramenta Twitter, na qual cada atualização não pode ultrapassar o limite máximo de 140 caracteres. (ZAGO, 2008, p.3).

para a página de perfil da conta. Os usuários podem trocar mensagens entre si por mensagem direta (apenas quem envia e recebe tem acesso à mensagem); por replies, mensagens públicas direcionadas a partir do símbolo “@”; ou mensagens que ficam disponíveis em uma aba específica. (RECUERO e ZAGO, 2009, p. 83). Outras ferramentas que não podem deixar de ser abordadas são o retweet e as hashtags. Sobre isso, Rebeca Conrado define:

O retweet que é simbolizado pela sigla RT, também oferece uma forma de interação entre os usuários. O RT é a republicação de uma mensagem que já foi postada por alguém e possibilita que essa mensagem chegue a outras pessoas, mais propriamente os seguidores que fazem parte da sua rede no Twitter. O uso de tags no Twitter se dá através do símbolo de cerquilha (#) e é conhecida também como hashtags. Os usos dessas hashtags dão origem aos Trending Topics, que está posicionado na página inicial do usuário, onde ele pode visualizar, na barra lateral, os Trending Topics, que são os assuntos mais comentados no momento pelos usuários dessa rede social (CONRADO, 2009, p. 45-46)

As hashtags reúnem os tuítes de um mesmo assunto em um link. Os enunciados são classificados por meio do uso de tags que os usuários utilizam para “etiquetar” os posts. O sistema de Trending Topics e hashtags, são uma das ferramentas utilizadas por jornalistas na busca de assuntos que ganharam relevância. Outra forma de convergência de assuntos do Twitter é feita por meio do Twitter List. O recurso reúne em um feed publicações dos usuários selecionados, ou seja, o usuário agrupa perfis específicos em um mesmo feed e acompanha separadamente as publicações.

O Twitter possui 330 milhões de usuários ativos mensais (primeiro quadrimestre de 2019)⁶, entre eles estão contas de interesse público como AS DE autoridades políticas, artistas famosos, veículos de notícias, instituições públicas e ONGs. Para diferenciar esses perfis dos demais, a mídia social concede um selo azul de verificação ao lado do nome do perfil. A ferramenta é importante, pois permite que os usuários saibam quais são os perfis verdadeiros de determinada

⁶ Dados do Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>.

pessoa pública. Dessa forma, as publicações oficiais dos perfis públicos podem servir como um instrumento de apuração confiável no campo jornalístico

1.4 Políticos no Twitter

O uso do Twitter por representantes políticos modificou o modelo de interação e expressão política na sociedade. A possibilidade da plataforma de criar relacionamentos unidirecionais proveu aos cidadãos acesso direto e em tempo real ao que dizem os representantes políticos. Segundo Miguel e Biroli, a mídia “tornou-se o principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns” (MIGUEL E BIROLI, 2010, p. 9).

Rossetto, Carreiro e Almada (2013) afirmam que a replicação de mensagens no Twitter revela uma grande relação de “contato, partilha ou interação entre os usuários, independentemente de seu pertencimento a uma mesma rede social” (ROSSETTO, CARREIRO E ALMADA, 2013, p. 190). O Twitter torna-se um palanque político onde os representantes adquirem maior visibilidade. A rede social tem sido invadida por uma grande quantidade de contas de políticos. Uma pesquisa feita em 2012, a World Leaders on Twitter (Digitaldaya), contabilizou que cerca de 75% das lideranças políticas nacionais estão na rede social.

1.4.1 Barack Obama (2008)

O ex-presidente dos Estados Unidos Barack Obama, em 2008, à época candidato à reeleição, foi um dos pioneiros a utilizar as redes sociais (com destaque para o Twitter) como arcabouço tecnológico para campanha política. Além de investir em aplicativos para iPhone, jogos eletrônicos e criar sua própria rede social (MyBarackObama), Gomes *et al* (2009) afirma que foi o Twitter a plataforma que chamou atenção dos analistas de marketing.

A rede social conseguiu aproximar o candidato do público eleitor com postagens de divulgação de agenda, horários de entrevistas e links para a rede social própria e principalmente vídeos ao vivo para repercussão de debates e comícios. Ao final da campanha, Obama havia publicado um total de 263 tuítes.

A campanha de Obama estabelece um novo padrão quando dedica considerável quantidade de energia, perícia e recursos à terceira rede, ao par com sua crescente importância social. Com isso, consegue gerar uma sofisticada alternativa de comunicação e relacionamento às outras duas rotas tradicionais, alcançar e comprometer um considerável universo de eleitores engajados na cultura da conexão digital e, por fim, transformar duas dúzias de ferramentas e recursos das redes digitais e os seus muitos milhares de usuários em participantes da sua campanha (Gomes et al, 2009, p. 39-40).

Para Silva (2012), o fato de o democrata possuir mais seguidores do que seguir usuários “gerou a interpretação de que ele queria ouvir as pessoas e estava disposto a conversar” (SILVA, 2012, p. 35).

1.4.2 Donald Trump (2016)

O atual presidente do Estados Unidos utilizou arduamente o Twitter nas eleições primárias e na corrida eleitoral de 2016. O magnata utilizava a rede de maneira informal para dar continuidade ao seu discurso político. Nas eleições, os tuítes do candidato foram construídos em cima de temas-chaves com objetivo de obter engajamento e atrair um público maior de eleitores, foram eles: criação de emprego, fim do *obamacare*, aumento da economia, necessidade dos EUA em se tornarem potência militar e contenção do processo migratório (SOUZA, 2018, p.44).

O compartilhamento em massa e o teor polêmico de algumas postagens de Trump fez com que o político chegasse aos 55 milhões de seguidores em 2018. Do dia 15 de junho de 2015 a 8 de novembro de 2016, da oficialização da candidatura aos resultados das eleições, Trump tuítou quase 8 mil vezes. A análise de Souza (2018) concluiu que a linguagem do republicano é marcada pela impulsividade e agressividade. Também, que o direcionamento da política externa no primeiro mandato de Trump se alinhou aos seus tuítes do período da corrida eleitoral.

1.4.3 Jair Bolsonaro (2018)

As eleições de 2018 registraram um aumento da campanha online e uso de ferramentas digitais. Isso porque, o candidato à época Jair Messias Bolsonaro era um dos adeptos das tecnologias. A trajetória da campanha do presidente atual rompeu tradições antigas em corridas presidenciais e a vitória do presidente se deu com pouca influência da TV, falta de apoio de partidos maiores, poucas entrevistas concedidas e ausências em debates televisivos. Em relação a atuação de Bolsonaro no WhatsApp, Rosa (2018) define o surgimento do termo populismo digital. A campanha foi marcada pelo compartilhamento de inúmeros vídeos, mensagens e áudios. “A linha direta que estabeleceu com seus eleitores e apoiadores, proporcionada pela comunicação sem intermediários através dos canais nas redes sociais, foram parte importante no fenômeno da eleição de Jair Bolsonaro (ROSA, 2016, p. 15).

A televisão, elemento de maior força das campanhas eleitorais das últimas três décadas, viu seu poder passar para aplicativos dos celulares dos brasileiros, sobretudo o WhatsApp. Com apenas nove segundos no horário eleitoral gratuito de TV e rádio, o deputado federal aproveitou sua rede de distribuição de notícias pela internet para fazer divulgações (PACHECO, 2016, p. 10-11).

Em reportagem da revista *Piauí*⁷, o jornalista Miguel Lago (2019) faz uma análise do perfil do presidente. Segundo a matéria, a dimensão online de Bolsonaro nas redes sociais foi fundamental para a sua vitória presidencial. A estratégia política de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018 foi substituir a figura de um político ligado às propagandas eleitorais para o de um candidato digital influencer e com isso, saltar para a condição de candidato popular e vitorioso.

Nos primeiros meses de governo ficou claro que a lógica do perfil nas redes sociais está vencendo de goleada. Não à toa, pois ela explica o bolsonarismo em todos os seus aspectos: o tipo de base social, os formatos de mobilização, a formação ideológica, o perfil social de seus aliados. Tudo isso está condicionado pelas novas formas de interação das redes sociais. Manter o perfil ativo é fundamental para manter a base fiel conectada e motivada (LAGO, 2019, p. 1).

Depois de eleito, o presidente comprovou sua postura populista nas redes sociais por meio de transmissões ao vivo pelo Facebook e uso massivo do Twitter e do Instagram. Entre os assuntos publicados no Twitter do presidente estão a divulgação de informações, opiniões, cotidiano do Palácio do Planalto, esclarecimentos aos cidadãos brasileiros, relações externas, rixas políticas, entre outros. Em matéria⁸ publicada pela *Folha de S. Paulo*, desde o dia em que foi eleito — 1º de janeiro até 4 de janeiro — Jair Bolsonaro havia publicado um total de 345 tuítes. Dessas, 27% foram de críticas à imprensa ou ao PT e 22% foram compartilhamento de sites e perfis aliados.

⁷ LAGO. Procura-se um presidente. **Revista Piauí**, São Paulo, Ed. 152, 2019

⁸ Eleito, Bolsonaro usou mais de 1/4 de suas postagens para atacar mídia e PT. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/eleito-bolsonaro-usou-mais-de-14-de-suas-postagens-para-atacar-midia-e-pt.shtml>>

Os veículos de informação também tiveram alterações na nova rotina de cobertura do Poder Executivo. Pela prática de se manifestar diretamente pelas redes sociais, o presidente passou a fazer declarações oficiais como quedas e nomeações de ministros, criticar a mídia e postar assuntos polêmicos, como no Carnaval⁹.

O novo governo fez ainda a imprensa retomar uma antiga prática, que existia de forma constante no primeiro governo Lula (2003-2006), de escalar repórteres para fazer plantão na portaria do Palácio do Alvorada aos sábados e domingos¹⁰ (Folha online, 2019, 14 de abril).

Segundo o jornalista da *Folha de S.Paulo*, Leandro Colon (2019), a postura de governo de Bolsonaro fez com a cobertura midiática mudasse completamente. “A conta de rede social dele passou a ser, pela primeira vez na história, uma fonte (inesgotável) de informação, exigindo um monitoramento em tempo real de suas atividades por parte da Folha” (Folha online, 2019, 14 de abril).

1.5 Notícias com base no Twitter de políticos

Em uma leitura atenta aos veículos de comunicação, é possível observar a presença cada vez maior em notícias de informações retiradas do Twitter. O destaque revela o papel que a rede social tem desempenhado no quesito valor-notícia e nas práticas jornalísticas (ZAGO, 2010, p.75). Segundo Recuero (2009), os meios de comunicação se apropriam de postagens do Twitter, pela repercussão do texto e pelo capital social do usuário.

Em análise feita por Zago (2010) para identificar quando o Twitter aparece como fonte e como pauta de notícias da mídia online, a pesquisadora identifica, a partir da observação das primeiras páginas dos jornais Folha Online e Zero Hora em um período de seis meses, que mais da metade das notícias utilizavam o Twitter como fonte: “Mesmo notícias que sejam meras reproduções de algo dito no Twitter

⁹ Em postagem no Twitter, Bolsonaro questiona “O que é golden shower?”

¹⁰ 100 dias de Bolsonaro levam a uma nova rotina de cobertura. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/100-dias-de-bolsonaro-levam-a-uma-nova-rotina-de-cobertura.shtml>>

podem ser úteis para aqueles que viram o conteúdo circular na ferramenta” (ZAGO, 2010, p. 14).

2. Metodologia

Com objetivo de guiar a pesquisa sobre as notícias publicadas no jornal impresso da *Folha de S.Paulo*, escolhidas como *corpus* deste estudo, considerou-se a utilização dos conceitos e ferramentas da análise de conteúdo (AC), com aspectos quantitativos e qualitativos.

Para isso, a investigação realizada neste trabalho será embasada pela análise de conteúdo definida por Laurence Bardin. Uma das formas do estudo da autora para o entendimento do discurso é por meio de uma perspectiva quantitativa, de acordo com a análise numérica da frequência de determinados termos e elementos em dado texto. O objetivo, segundo a autora, é a descrição do comportamento enquanto resposta a um estímulo, com um máximo de cientificidade e rigor (BARDIN, 1977, p. 14).

O surgimento da técnica se deu nos Estados Unidos, no início do século XX, como forma de instrumento de análise das comunicações. Antes das técnicas modernas do século XX, os textos eram abordados pela interpretação cuidadosa por meio da hermenêutica, da retórica e da lógica. A autora afirma que o elemento interpretativo encontra-se, em parte, na análise de conteúdo (BARDIN, 1977, p. 14). Além dele, também, tem relevância o contexto histórico em que o objeto será analisado:

Para além desta maneira de abordar os textos cuja tradição é longínqua, a precisão histórica refere alguns casos geralmente isolados, que, numa certa medida, seriam análises de conteúdo prematuras. Por exemplo, a pesquisa de autenticidade feita na

Suécia por volta de 1640 sobre os hinos religiosos. Com objetivo de se saber se estes hinos, em número de noventa, podiam ter efeitos nefastos nos Luteranos, foi efetuada umas análises dos diferentes temas religiosos, dos seus valores e das suas modalidades de aparição (favorável ou desfavorável), bem como da sua complexidade estilística (BARDIN, 1977, p. 14).

O contexto científico que marca o surgimento da análise de conteúdo é formado pelo rigor científico da medida a partir de análise material essencialmente jornalística. “Desencadeia-se um fascínio pela contagem e pela medida (superfície dos artigos, tamanho dos títulos, localização na página)” (BARDIN, 1977, p.15). O primeiro cientista da área que se tem conhecimento foi H. Lasswell. O estudioso fez análises de imprensa e de propagandas.

A técnica também foi utilizada na Segunda Guerra Mundial, pelo governo americano. Ao todo, 25% dos estudos empíricos com a técnica de análise de conteúdo foram baseados na investigação política. Um dos objetivos era desmascarar as propagandas subversivas (principalmente as nazistas).

O período que sucede o início da técnica, nos anos 50, é caracterizado pela expansão a diversas disciplinas e novos questionamentos no plano metodológico. “A análise de conteúdo entra, de certo modo, numa segunda juventude” (BARDIN,1977, p. 20). A partir daí, define-se as características da análise quantitativa e da análise qualitativa:

Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Na análise qualitativa, é a *presença* ou a *ausência* de uma dada característica num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração (BARDIN, 1977, p. 21).

De acordo com a autora, nos fins dos anos 50, a análise de conteúdo progrediu, quantitativamente, segundo uma razão geométrica. De 1960 até 1977 (período em que a obra é escrita), Bardin (1977) percebe que três fatores afetam a investigação e a prática da análise de conteúdo: os recursos ao ordenador (hoje substituído pelo computador), o interesse pelos estudos a respeito à comunicação não verbal e a inviabilidade de precisão dos trabalhos linguísticos (BARDIN, 1977, p.22).

A análise de conteúdo de mensagens pode ser aplicável a todas as formas de comunicação, seja qual for a natureza, e possui duas funções: a heurística, análise exploratória e a administração da prova, análise baseada em hipóteses sob a forma de questões ou afirmações provisórias servindo de diretrizes para depois serem confirmadas. “Este vai e vem contínuo, possibilita facilmente a compreensão da frequente impressão de dificuldade no começo de uma análise, pois que nunca se sabe exatamente por que ponta começar” (BARDIN, 1977, p.30).

A análise de conteúdo é um instrumento marcado por uma infinidade de tópicos aplicável ao campo das comunicações, sendo que os documentos e os objetivos investigados podem ser completamente diferentes em procedimentos de análise. O método baseia-se na descrição analítica, que observa as informações contidas nas mensagens. Ou seja, a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (BARDIN, 1977, p. 38).

De acordo com a autora, o estudioso é como um arqueólogo que trabalha com vestígios. O objetivo da utilização da técnica, portanto, é a “inferência de conhecimentos relativos às condições de produção – ou, eventualmente, de recepção, inferência esta que recorre a indicadores – quantitativos ou não” (BARDIN, 1977, p.39).

Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo, todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas, que embora parciais, são complementares. Esta abordagem tem por finalidade efectuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens) (BARDIN, 1977, p. 42).

2.1 Delimitação do *corpus* e das unidades de análise

Para a pesquisa foi escolhido como *corpus* o jornal *Folha de S.Paulo*. A análise de conteúdo utilizada parte da necessidade de compreender a relação entre

a *Folha de S.Paulo* com o Twitter do presidente Jair Messias Bolsonaro a partir do embasamento que a rede social teve para o veículo nos 100 primeiros dias de governo¹¹.

Por isso, o objetivo do trabalho é contabilizar e analisar todas as matérias publicadas no período pelo jornal que tiveram origem em tuítes do presidente. Neste *corpus* foram analisadas as edições publicadas entre 1º de janeiro de 2019, momento em que Bolsonaro assume o governo, e 10 de abril de 2019, data que marca os 100 dias de governo do representante. O estudo abrangeu, portanto, momentos como a queda dos ministros da Educação Ricardo Vélez e da Secretaria-Geral da Presidência Gustavo Bebianno; a polêmica no carnaval por postagem sobre “Golden Shower”; ataques ao presidente da Câmara, Rodrigo Maia, e viagens internacionais a Davos, na Suíça, Estados Unidos e Israel.

Procura-se identificar quantas vezes e de que forma os tuítes do presidente Jair Bolsonaro foram tratados nas matérias do jornal *Folha de S.Paulo* nos 100 dias de governo. Além de se verificar o destaque dado para as postagens nas capas, busca-se analisar a estruturação das matérias e a média de publicação destas matérias nos jornais.

O jornal *Folha de S. Paulo* foi escolhido por ser o de maior tiragem no país¹² de acordo com o Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Também, por ser um dos veículos mais criticados pelo presidente Jair Bolsonaro desde o início do governo, o que tornou ao jornal difícil o acesso à falas oficiais do presidente. Para ilustrar os resultados obtidos, serão apresentados gráficos e tabelas.

¹¹ A tradição é explicada pela história, período que marca o período de retorno do imperador francês Napoleão I ao poder, após fuga do exílio na ilha de Elba. Bonaparte, porém, é derrubado pelo Congresso francês, marcado pelo Congresso de Viena e retirado do poder após derrota na batalha de Waterloo.

¹² Segundo dados do IVC divulgados pelo portal Poder360, em 2018, a tiragem diária média, somando impresso e digital, da *Folha de S. Paulo* foi 310.677. O veículo ficou atrás do lugar veio O Globo, com média de 315.044.

Para identificar o objeto de pesquisa retirou-se do site Workbench¹³ todos os tuítes do presidente Jair Bolsonaro de 1º de janeiro a 11 de abril, período dos 100 dias de governo. A partir daí, foram extraídas todas as notícias que possuíam citação do presidente no Twitter em matérias da *Folha de S.Paulo*. Esta análise foi feita por meio da leitura de todos os jornais do veículo, durante o período.

Ao todo, foram encontradas 72 notícias que tinham referência direta ou indireta ao Twitter do presidente. Em um primeiro momento, procurou-se definir os elementos analisados para coleta de dados da pesquisa. Sendo assim, o estudo do *corpus* é realizado sob três aspectos: destaque dado às notícias, análise de estrutura e elementos encontrados na notícia e contabilização e localização da publicação.

Sendo o primeiro aspecto o destaque, foi feita análise das matérias que aparecem em manchetes principais, chamadas e chamadas sem texto da primeira página dos jornais. Em seguida, considerou-se o estudo da estrutura das notícias sob três aspectos: 1) presença ou não do tuíte no *lead*¹⁴ da notícia; 2) presença ou ausência da palavra Twitter para indicação do lugar da citação e 3) classificação dos temas em que os tuítes foram abordados na notícia.

Sobre o último aspecto citado, é importante descrever quais os critérios foram usados para classificar como os tuítes localizados nas matérias foram categorizados em: comunicado, ataque, opinião, esclarecimento, condolências, polêmica e interação:

- **Comunicado:** todos os tuítes em que o presidente anuncia alguma medida tomada em sua governo, oficial ou não.

¹³ É uma ferramenta visual de design de banco de dados fornecida pela Oracle, denominada MySQL Workbench. Através do MySQL Workbench, pode-se executar consultas SQL, administrar o sistema e modelar, criar e manter a base de dados através de um ambiente integrado.

¹⁴ No jornalismo, é a primeira parte de uma notícia. Geralmente contém a informação mais importante da notícia.

- **Ataque:** postagens do presidente citadas na matéria que reforçam conflitos de Bolsonaro com mídia, PT ou ministros, por meio de ofensas.
- **Opinião:** tuítes que confirmam julgamento pessoal do presidente sobre determinada questão.
- **Esclarecimento:** dados em que Bolsonaro explica alguma situação ou desfaz algum mal entendido.
- **Condolências:** postagens normalmente utilizadas em notícias que retratam tragédias, e onde Bolsonaro lamenta o ocorrido.
- **Polêmica:** tuítes em que há grande repercussão nacional de alguma comentário opinativo ou episódios que o presidente busca abafar. Normalmente as postagens que geram estas notícias foram apagadas por Bolsonaro.
- **Interação:** quando a notícia mostra tuíte de diálogo do presidente com outra pessoa.

Por fim, foi realizada uma análise sobre o total de matérias publicadas ao longo dos meses e mapeamento das editorias com maior número de publicações.

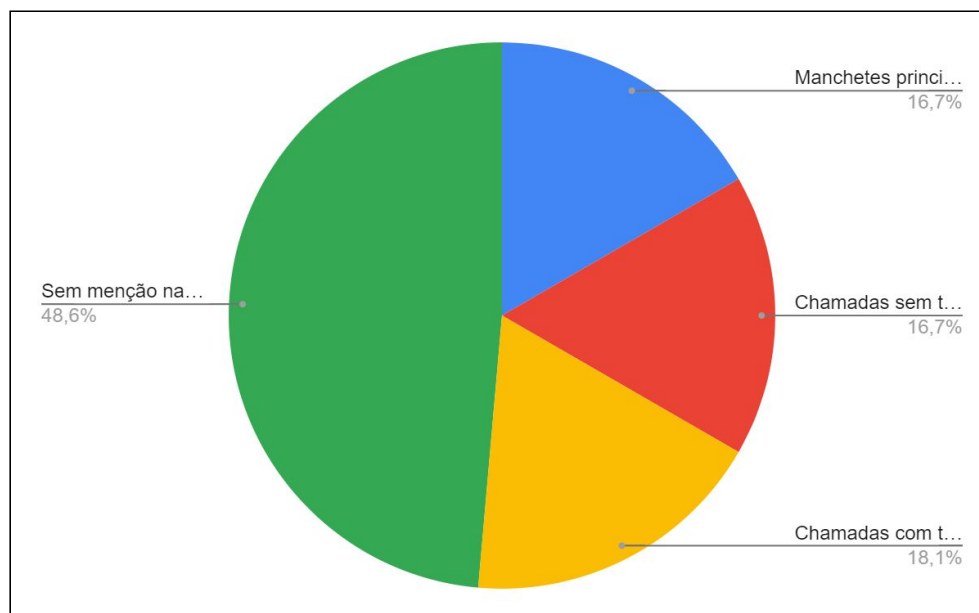
3. Análise de dados

A análise foi feita em três frentes 1) o destaque dado às notícias embasadas pelo Twitter do presidente nas primeiras páginas das 100 edições publicadas; 2) a estrutura que dá corpo às notícias descrita sob os seguintes aspectos: (a) informação principal (*lead*), (b) presença ou ausência do termo “Twitter” nas matérias e (c) como o tuíte foi usado na matéria; 3) a média de publicação mensal e as editoriais em que as notícias foram encontradas.

3.1 Capa

Ao analisar as 100 capas do período, constatou-se que das 72 das notícias baseados no Twitter do presidente, 12 (16,7%) foram publicadas como manchete¹⁵. Das demais, 13 (18,1%), foram apresentadas em chamadas¹⁶; 12 (16,7%), chamadas sem texto¹⁷ e 35 (48,6%), matérias sem menção na capa¹⁸.

Gráfico 1: Destaque das notícias de tuítes do presidente



Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

Portanto, observou-se que, do *corpus* do trabalho, 51,5% das notícias analisadas foram anunciadas na primeira página das 100 edições, sendo manchetes, chamadas ou chamadas sem texto em relação às notícias sem menção na capa. Ou seja, mais da metade das notícias com tuítes do presidente citados se encontram nas capas.

A primeira página do impresso é a que possui os maiores elementos gráficos para incentivar a leitura do material (SILVA, 1985). Os elementos que compõem a primeira página do jornal definem a identidade do veículo perante a sociedade e representam as notícias consideradas mais importantes daquela edição a fim de

¹⁵ Título principal, de maior destaque, no alto da primeira página do jornal alusivo à mais importante dentre as notícias contidas na edição.

¹⁶ Texto curto da primeira página que resume as informações publicadas pelo jornal

¹⁷ Títulos na capa principal com ausência de texto

¹⁸ Matérias que não foram noticiadas na capa

despertar o interesse do leitor: “(a capa) não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas a postura do leitor” (MOUILLAUD, 2002, p.31-32).

De acordo com Pivetti (2006), planejar a forma do conteúdo no meio impresso envolve diversos elementos. Quanto maior o grau de consciência do processo, maior o grau que se atinge entre jornalistas e sociedade. A padronização gráfica da capa de um jornal distribui elementos como cabeçalho, manchetes, chamadas, fotos, boxes e ilustrações de maneira a chamar atenção do leitor. As matérias escolhidas para manchetes principais e/ou chamadas são consideradas as mais relevantes e chamativas do dia.

As manchetes são preferencialmente colocadas no alto da página, com corpo de letra maior, ou fontes mais pesadas, e devem ocupar boa parte da página. O tratamento é diferenciado para que fiquem claro ao leitor os valores-notícia que o jornal dá para cada assunto. Isso serve também para identificar o posicionamento discursivo do periódico (FREIRE, 2009, p. 294).

Os dados indicam ao mesmo tempo a presença que o noticiário com embasamento da rede social teve nos jornais ao longo dos 100 dias de governo de Jair Bolsonaro, além da relevância dos tuítes postados pelo presidente que viraram notícias.

3.2 Estrutura da notícia

Na tentativa de aprimorar esses resultados, fez-se a opção de examinar como o uso do tuíte foi utilizado em cada notícia encontrada. Os elementos analisados observaram a presença do tuíte no *lead* da notícia (informação principal), a presença ou não do termo “Twitter”, indicando que a citação foi retirada da rede social e o motivo/tema com que o tuíte citado foi relacionado com a matéria.

Antes, é necessário entender a importância da avaliação de cada um desses elementos. Em relação ao *lead*, considera-se que uma notícia é formada por uma informação com algum nível de novidade que desperte o interesse do público

(COMASSETTO, 2001). Todas as matérias analisadas nesta pesquisa e vinculadas às postagens de Bolsonaro apresentaram perspectivas inéditas e atuais.

Na estruturação de uma notícia, expressa-se como elemento mais importante o *lead*, local onde encontra-se a informação principal. Nele deve ser respondida as seguintes perguntas: o que, quem, quando, onde, como, por que e para que.

O lead de uma notícia deve começar pela notação principal, aquela que desperta mais interesse: poderá começar pelo sujeito, pelo complemento do verbo ou por qualquer das circunstâncias, se estiverem nesse caso. Começará pelo sujeito, se este for o mais relevante, ou se a ação expressa pelo verbo, esta sim, for relevante; pelo complemento do verbo, se este for o mais relevante; ou pela circunstância que for mais relevante. Do ponto de vista do lead jornalístico Kennedy foi morto por um desconhecido é melhor do que um desconhecido matou Kennedy, porque a notação 'Kennedy' é mais relevante do que a notação 'um desconhecido' (LAGE apud COMASSETTO, 2001, p.38-39).

Com isso, considera-se relevante analisar a presença ou não do tuíte no *lead*. Das 72 matérias analisadas, 21 (29,16%) possuem o tuíte como informação principal da matéria. Do mesmo *corpus*, o termo mais utilizado para especificar de onde as citações do presidente foram retiradas é “rede social” (39 notícias). Os principais túites citados nas matérias se relacionam com esclarecimentos (20 notícias) de medidas tomadas pelo governo e comunicados (16 notícias) sobre determinados assuntos pelo presidente Jair Bolsonaro.

Tabela 2: Localização na notícia da referência ao tuíte do presidente

tuíte no <i>lead</i>	citação de tuíte no restante da notícia
12	60

Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

Outro elemento estrutural avaliado no *corpus* foi a quantidade de vezes que a palavra Twitter é citada para indicar de onde foi retirada a fala do presidente. A análise foi feita para confirmar a relevância e legitimidade que a rede social do presidente possui na construção de uma notícia para o jornal.

Em relação aos termos utilizados, é possível constatar que as notícias encontradas na amostra possuem expressões específicas citadas dentro de um contexto da notícia, como: “foi dito no Twitter”; “afirmou em sua conta do Twitter”; “publicou em seu perfil do Twitter”; “no Twitter”; “informou por meio do Twitter”; “em sua conta oficial no Twitter”; “por meio do Twitter”, conforme mostra a figura a seguir:

Figura 3 - Exemplo de notícia em que há o termo “Twitter” citado

SÃO PAULO O presidente Jair Bolsonaro (PSL) publicou nesta terça (5) em sua conta oficial no Twitter um vídeo de uma cena que causou polêmica no Carnaval paulistano. Um homem aparece dançando sobre um ponto de táxi após introduzir o dedo no próprio ânus. Na sequência, surge outro rapaz que urina na cabeça do que dançava.

Em sua publicação, Bolsonaro diz que não se sente “confortável em mostrar”, mas tem “que expor a verdade”. “É isto que tem virado muitos blocos de rua no carnaval brasileiro. Comentem e tirem suas conclusões [sic]”.

Nos comentários, críticos e

apoiadores de Bolsonaro lamentam a publicação do vídeo. As imagens foram gravadas na segunda (4) no bloco Bloco, no centro de SP. A Folha conversou com pessoas que presenciaram a cena e que a descreveram como um momento isolado no evento.

O Twitter tem diretrizes sobre conteúdo adulto: “Consideramos conteúdo adulto qualquer mídia que seja pornográfica ou destinada a causar excitação sexual. Alguns exemplos incluem, mas não estão limitados a representações de: nudez total ou parcial; simulação de ato sexual [...]”.

Fonte: *Folha de S.Paulo*

Outros termos utilizados para se referir à informação retirada de uma postagem do presidente no Twitter foram “na rede social”; “em uma rede social”; “disse em rede social que”; “por meio de rede social”; “numa rede social”; “nas redes sociais”.

Figura 4 - Exemplo de notícia em que há o termo “rede social” citado



Jair Bolsonaro está ansioso para voltar, afirma porta-voz

SÃO PAULO Internado há quatro dias em São Paulo, Jair Bolsonaro disse que está “ansioso, vibrando e pronto para voltar ao combate”, segundo relato do porta-voz da Presidência, Otávio Rêgo Barros.

Em entrevista nesta quinta (31), Rêgo Barros disse que o presidente caminhou sozinho pela primeira vez desde que passou por cirurgia para reconstrução de trânsito intestinal, na segunda (28).

Bolsonaro despachou do quarto no hospital Albert Einstein. A um dia de completar um mês de governo, usou as redes sociais para dizer que “está no caminho certo”.

despacha na tarde desta quinta (31) no hospital Albert Einstein com o chefe da chefia de Assuntos Jurídicos) da Casa Civil, Jorge Oliveira Divulgação/Presidência da República

Fonte: *Folha de S.Paulo*

Em algumas matérias não foram especificadas de onde a citação do presidente foi retirada. Os dados na tabela a seguir mostram que, das 72 notícias que possuem tuítes citados do presidente, apenas 36% citaram a rede social. Para as notícias que apresentaram os dois termos no texto, foi utilizado como critério contabilizar a palavra “Twitter” ao invés de “rede social”. Quando se cita o nome da rede social, fica mais fácil para o leitor saber de onde a informação veio.

Além disso, as notícias que não indicavam de onde a informação foi retirada possuíam aspas do texto. Com isso, foi possível conferir se havia determinada citação no Twitter oficial do presidente. Confira tabela abaixo:

Tabela 3: Expressão usado na notícia para referir o tuíte do presidente

Termo utilizado	Quantidade
Twitter	36%
Rede social	54%
Ausente	9%

Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

3.3 Classificação dos tuítes

As matérias foram examinadas individualmente e separadas por grupos das manchetes, chamadas com texto, chamadas sem texto, considerando a relevância e o destaque dado a elas. Em seguida classificou-se o tipo dos tuítes com o objetivo de se entender em que contexto e porque as postagens do presidente eram vinculadas às matérias. As divisões foram classificadas em comunicado, ataque, opinião, esclarecimento, condolências, polêmica e interação; conforme explicado no capítulo sobre a metodologia.

3.3.1 Manchetes

As matérias que compõem o grupo das manchetes principais (tabela 3), tiveram como embasamento tuítes do presidente classificados por comunicados (4), esclarecimento (3), condolências (3), opinião (1) e polêmica (1).

Tabela 4 - Tipos dos tuítes em notícias que viraram manchetes

Bolsonaro anuncia que não vetará fusão da Embraer com a Boeing	COMUNICADO
Terrorista Cesare Battisti é preso na Bolívia e enviado direto para a Itália	OPINIÃO
Bolsonaro cumpre promessa e assina decreto que facilita posse de armas	COMUNICADO
Mortos em tragédia de MG sobem para 34; 256 estão desaparecidos	CONDOLÊNCIAS
Bolsonaro tem pneumonia e precisará ficar mais tempo internado no hospital	ESCLARECIMENTO
Bolsonaro tenta agenda positiva para abafar crise, e ala militar ganha força	ESCLARECIMENTO
Bolsonaro muda estratégia e esconde crise em 'comunicação direta' de caso Bebianno	POLÊMICA
Ex-alunos matam oito pessoas em ataque a escola em Suzano	CONDOLÊNCIAS
Polícia pede apreensão de 3º jovem suspeito de planejar ataque a escola	CONDOLÊNCIAS
Governo quer reduzir imposto sobre negócio e taxar dividendo	COMUNICADO
Bolsonaro frustra 'irmão' Netanyahu com	ESCLARECIMENTO

escritório em vez de embaixada	
Bolsonaro troca Vélez por economista inexperiente em educação no MEC	COMUNICADO

Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

A partir da classificação, conclui-se:

- 1) Nas notícias classificadas como comunicado, percebem-se anúncios exclusivos feitos na rede social:

No dia 11 de janeiro, Bolsonaro publica pouco antes de encerrar o encontro com representantes dos ministérios da Defesa, Ciência e Tecnologia, Relações Exteriores e Economia, que deu aval à fusão da Embraer com a Boeing.

Em 16 de janeiro, o presidente usa a rede social para comunicar que assinou decreto que facilita posse de armas no Brasil. Nas redes sociais, Bolsonaro afirma ser “o primeiro passo” da medida.

Em 31 de março, o presidente Jair Bolsonaro reforçou, “em uma rede social”, estudo para redução de tributos sobre empresas a fim de estimular a geração de empregos. O tuíte citado afirma que “O Ministério da Economia estuda reduzir impostos de empresas”.

Figura 5: Manchete principal da notícia que relacionada a postagem de anúncio do novo ministro da Educação por Twitter

Vélez cai, e Bolsonaro anuncia Abraham Weintraub no MEC

Novo ministro não tem experiência em gestão de educação e também é afinado com Cláudio de Carvalho

O presidente Jair Bolsonaro (PSL) anunciou o nome do novo ministro da Educação, Abraham Weintraub, no anoitecer, o lugar de Ricardo Vellozo Rodrigues, economista na empresa Joca.

Professor da Universidade Federal de São Paulo, Weintraub é economista e trabalhou em administração pela PSL. No Caso Civil, era um dos petistas mais assessorados por Diego Lorenzini (PDM-SP).

Com sólida produção acadêmica, mas em contato com grupos de pressão política em rede social, assim como sua atuação, a indicação é vista com preocupação por especialistas em educação.

A indicação tem sido criticada por especialistas em educação. Apesar de não ter experiência com grupos que disputam espaço na pasta, o escolhido é visto com o mesmo olhar de Cláudio de Carvalho.

De acordo com o ministro da Educação, Weintraub é um economista que trabalhou em empresas privadas e públicas. **Ministros** Weintraub é um que trabalha com o desenvolvimento da

Fonte: *Folha de S.Paulo*

A notícia “Bolsonaro troca Vélez por economista inexperiente em educação no MEC”, publicada em 9 de abril, informa sobre anúncio de novo nome para o Ministério da Educação (figura 5). Inicialmente, Bolsonaro havia anunciado pelas redes sociais que o novo ministro, Abraham Weintraub, possuía o título de doutorado, mas corrigiu a informação em uma nova publicação.

- 2) Nas notícias classificadas como esclarecimento, há explicações de atitudes no governo, além de anúncio sobre situação após cirurgia de Bolsonaro:

No dia 8 de fevereiro, após 11 dias de internação no hospital Albert Einstein, em São Paulo, noticia-se que o presidente Jair Bolsonaro (PSL) voltou a ter febre e foi detectada pneumonia (figura 6). Porém, para tranquilizar os internautas, o presidente posta um tuíte dizendo estar tranquilo, bem e seguindo firme.

Na notícia publicada em 18 de fevereiro sobre tentativa de agenda positiva para abafar crise que atinge governo devido ao escândalo revelado pela Folha das candidaturas laranjas de seu partido, também foi citado o uso das redes sociais pelo presidente para replicar as ações dos ministérios.

Em viagem a Israel, no dia 1 de abril, é anunciado esclarecimento no Twitter sobre abertura de escritório brasileiro “para promoção do comércio, investimentos e intercâmbio em inovação e tecnologia” no país.

Figura 6: Notícia em que Bolsonaro anuncia em rede social estar bem e seguindo firme

Bolsonaro tem pneumonia e precisará ficar mais tempo internado no hospital

Imprevisto prolongará permanência no Einstein por ao menos 7 dias; estamos tranquilos, diz presidente

Talita Fernandes e Cláudia Colucci

SÃO PAULO Após 11 dias de internação no hospital Albert Einstein, em São Paulo, o presidente Jair Bolsonaro (PSL) voltou a ter febre na noite de quarta-feira (6), e um tomógrafo detectou pneumonia. Ele permanecerá nesta quinta-feira (7) em uma unidade semi-intensiva, sem previsão de alta, com visitas restritas somente aos familiares.

Além de inquirir cuidados médicos, a detecção da pneumonia prolongará ainda mais a internação de Bolsonaro, por recomendar-se sete dias, devido ao aumento de anticorpos, conforme disse à Folha Antonio Luiz Macedo, cirurgião que é um dos responsáveis por cuidar da saúde do presidente da República.

Inicialmente, a equipe responsável pela operação estuava a um prazo de três dias, completados na última quarta. Outros imprevistos já haviam encorajado a internação. Agora, na hipótese mais otimista, ele completará 14 dias de hospital.

Na primeira hora da manhã de quinta-feira, a Presidência ficou a cargo do vice, general Hamilton Mourão, enquanto Bolsonaro voltou ao posto, com despachos no hospital.

O presidente foi submetido a uma cirurgia de reconstrução do trânsito intestinal e retirada de uma bolsa de colostomia em 28 de janeiro — o tempo por que passou após ser alvo de facada, em setembro de 2018. Durante ano de campanhas em Jurema, em São Paulo, o boletim médico divulgado nesta quinta-feira diz que Bolsonaro havia apresentado febre na noite anterior em "episódio isolado de febre em outros sintomas associados" e que, "submetido à tomografia de tórax e abdome", foi evidenciada "boa evolução do quadro intestinal e imagem compatível com pneumonia".

A detecção da pneumonia levou à ampliação do tratamento com antibióticos, que já havia sido reforçado no domingo (3), quando teve febre pela primeira vez após a cirurgia.

O novo diagnóstico levou Bolsonaro a usar as redes sociais para tranquilizar os



Jair Bolsonaro faz caminhada nesta quinta (7); na semana passada, ele despachou no hospital. Fotos: Presidência da República/Reuters

Como foi a cirurgia de Bolsonaro

Como estava



Operação realizada



Operação prevista



O que aconteceu depois e procedimento

ATIVIDADE PRECOCE

A recomendação médica era para que o presidente iniciasse a fazer os primeiros dias para evitar o acúmulo de gases na região do abdome, o que poderia atrapalhar a cicatrização. Dois dias após a cirurgia, porém, Bolsonaro retomou a Presidência a distância, fez reuniões e anunciou decretos.

PARALISA INTESTINAL

Cinco dias após a cirurgia, a expectativa era que o presidente já estivesse comendo alimentos pastosos pela boca e evacuando no sábado (2). Porém, Bolsonaro voltou a usar sonda nasogástrica. O intestino delgado parou, houve acúmulo de líquido no estômago e o presidente teve náuseas e vômitos.

QUADRO INFECIOSO

Na noite de domingo (3), o presidente teve febre e

na própria cirurgia. O plano original da equipe médica era religar as duas pontas do intestino grosso que estavam separadas. A previsão era que isso durasse três horas.

Mas, no final, por causa da grande quantidade de aderências (partes do intestino que ficaram grudadas), foi retirado o colão direito e construída uma ligação direta entre o intestino delgado (fino) e o intestino grosso (colão transverso).

A cirurgia levou sete horas.

Acabado, ele teve episódio de náuseas e vômitos, causado por infecção na área abdominal, que necessitou de drenagem. O quadro levou à paralisa do intestino delgado. A secretária da Presidência tentou amenizar a gravidade do episódio, tratando como uma reação "normal" do organismo. O cirurgião Antônio Macedo, que operou o presidente, alegou que era resultado da manipulação cirúrgica.

Na avaliação do cirurgião Carlos Sobrado, professor de coloproctologia da Faculdade de Medicina da USP, a causa da infecção pode ter sido das, um pequeno varizem na costura cirúrgica (final), feita com a técnica de grampeamento. "Algum ponto pode ter aberto e vazado um pouco de secreção, isso acontece com frequência".

A segunda causa pode ter sido eventuais microperfurações ocorridas no momento de deslizar as aderências (alças intestinais grudadas) em contraluz durante a cirurgia. "Separar uma alça da outra é muito difícil, mesmo em mãos extremamente habilidosas, isso é muito comum também".

Fara Sobrado, o fato de o presidente ainda estar usando sonda nasogástrica 12 dias depois da cirurgia indica que a situação inspira cuidado.

"Se fossem só questões referentes à manipulação cirúrgica, só um abscesso, se não alcançassem totalmente o íntimo, qual o problema de dar para ele suco, carilão, sopa, gelatina, sopa? É sinal que deve ter alguma coisa que não está tão bem", afirma. Ele diz que a distensão abdominal também pode ter comprometido o diafragma, formando secreção na base do pulmão.

Para o cirurgião Diego Adão Fanti Silva, da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo), a maior preocupação agora são infecções hospitalares.

"O fato de o paciente estar recebendo antibióticos de amplo espectro e internado em um ambiente onde existem bactérias resistentes e fungos [hospitalares], de um modo geral] aumenta o risco de apresentar uma infecção adquirida no hospital por germes

Fonte: *Folha de S.Paulo*

Nas notícias classificadas como condolências, observa-se acontecimentos catastróficos que afetam um grande número de pessoas, sendo ele a tragédia em Brumadinho e o ataque em escola de Suzano.

Em 27 de janeiro, publica-se o tuíte de Bolsonaro sobre a tragédia e a quantidade de mortos um dia após o rompimento de uma barragem em Brumadinho, em Minas Gerais (figura 7). A informa que o presidente não falou com a imprensa, mas se pronunciou em rede social: "difícil ficar diante de todo esse cenário e não se emocionar". Bolsonaro avisou que o governo fará o que estiver ao alcance.

Figura 7: Manchete principal sobre tragédia em Brumadinho

Número de mortes chega a 34 em desastre de Brumadinho

★ 23 sobreviventes estão em hospitais ★ Desaparecidos são mais de 250; buscas serão retomadas neste domingo ★ Justiça bloqueia R\$ 6 bi da Vale, dona de barragem rompida

Um dia após o rompimento de barragem de rejeitos de mineração em Brumadinho (MG), o número de mortos chegou a 34, segundo o governo de Minas Gerais, e superou as 19 vítimas do vazamento em Mariana, em 2015.

Há 23 vítimas hospitalizadas. A Vale—dona da barragem—ainda contabiliza 256 pessoas desaparecidas. O desastre atingiu funcionários da empresa, moradores e turistas que foram à região visitar o Instituto Inhotim.

As buscas recomeçam às 4h deste domingo, com reforços de outros estados e a ajuda de helicópteros.

Duas ações na Justiça mineira bloquearam R\$ 6 bilhões das contas da empresa para reparação de danos.

A procuradora-geral da República, Raquel Dodge, esteve em Brumadinho neste sábado (26) e afirmou que "certamente há um culpado" para o rompimento da barragem operada pela Vale, mas é cedo para identificá-lo.

A Polícia Federal instaurou inquérito para apurar as causas da tragédia. *Cotidiano B1*

Vinicius Torres Freire
A impressão é a de que o Brasil está em ruína progressiva *Mercado A22*



Bombeiros carregam corpo encontrado na lama em frente à igreja Nossa Senhora das Dores, no povoado de Córrego do Feijão (MG) *Pedro Ladeira, Pólis/Agência*

Fonte: *Folha de S.Paulo*

Em 14 de março, a notícia sobre os ex-alunos que mataram oito pessoas em ataque a escola em Suzano traz informação de que o presidente Jair Bolsonaro só se manifestou pelas redes sociais mais de seis horas depois.

A mesma postagem é publicada no dia seguinte, 15 de março, na matéria “Polícia pede apreensão de 3º jovem suspeito de planejar ataque a escola”.

- 3) Nas notícias classificadas como opinião, observam-se comentários feitos pelo presidente com cunho pessoal.

Em 14 de janeiro publica-se manifestação de Bolsonaro sobre prisão do terrorista Cesare Battisti: “Parabéns aos responsáveis pela captura do terrorista Cesare Battisti! Finalmente a justiça será feita ao assassino italiano e companheiro de ideais de um dos governos mais corruptos que já existiram no mundo (PT)”, postou.

- 4) Nas notícias classificadas como polêmicas, observa-se a crise no caso Bebianno:

Em 20 de fevereiro, a notícia relata vídeo editado da fala de seu porta-voz. O trecho excluído é justamente a parte em que Otávio Rêgo Barros anuncia queda do ministro Gustavo Bebianno e desfecho da crise (figura 8).

Figura 8: Trecho com citação de postagem de Jair Bolsonaro sobre crise com Bebianno

Em seu perfil no Twitter, o presidente postou um vídeo editado da fala de seu porta-voz, excluindo o trecho em que ele anuncia o desfecho da crise que dragou o governo federal nos últimos dias.

A mensagem na página de Bolsonaro começa com medidas sobre outras áreas, como aeroportos. A menção à queda de Bebianno —que, na verdade, abriu o pronunciamento de segunda (18)— só aparece nas perguntas de jornalistas.

Fonte: *Folha de S. Paulo*

3.3.2 Chamadas com texto

As matérias que compõem o grupo das chamadas com texto (tabela 4) tiveram como embasamento tuítes do presidente categorizados por esclarecimento (7), condolências (2), polêmica (2), comunicado (1) e opinião (1).

Tabela 5: Tipos dos tuítes em notícias que viraram chamada com texto

Moro autoriza Força Nacional no Ceará para conter violência	ESCLARECIMENTO
Bolsonaro recua e anula texto que dá margem a erro em livro didático	ESCLARECIMENTO
Após facilitar posse de arma, Bolsonaro prevê viabilizar porte a passos lentos	ESCLARECIMENTO
Olavo de Carvalho chama de idiotas deputados do PSL por viagem à China	ESCLARECIMENTO
Bolsonaro improvisará gabinete no hospital para decisões urgentes	ESCLARECIMENTO
MDB escolhe Renan e mantém favoritismo ao comando do Senado	ESCLARECIMENTO
Paralisia intestinal causa náuseas em Bolsonaro	ESCLARECIMENTO
Ricardo Boechat morre em queda de helicóptero em SP	CONDOLÊNCIAS
Bolsonaro diz que MP não agrada líderes sindicais	COMUNICADO
Bolsonaro publica vídeo de homem mexendo no ânus	POLÊMICA
Bolsonaro é criticado por vídeo obsceno e	POLÊMICA

diz que não pretendia atacar Carnaval	
Trump condena 'perverso ato de ódio'; veja repercussão de ataques na Nova Zelândia	CONDOLÊNCIAS
Ataque a bancos na Grande SP deixa 11 mortos	OPINIÃO

- 1) Nas notícias classificadas como esclarecimento, observam-se justificativa do presidente em contextos como cenário de violência no Ceará, porte de arma, eleição no Senado e quadro clínico após cirurgia:

Em 5 de janeiro, a notícia sobre autorização do ministro da Justiça, Sérgio Moro, para atividade da Força Nacional para conter violência no Ceará retrata vídeo publicado no Twitter de Bolsonaro em que este afirma que “jamais fará oposição a nenhum povo, inclusive a do Ceará”.

No dia 10 de janeiro, foi noticiado a reconsideração do presidente em fazer mudanças no edital para compra de livros didáticos, que ele havia deixado de exigir das editoras referência bibliográficas. O veículo informou sobre a retirada do tuíte pelo presidente e comentário sobre a medida ser do governo anterior.

Em 17 de janeiro, a matéria que explica o aval de decreto que facilita a posse de armas no país utilizou informação publicada na rede social do presidente para discutir sobre o porte e a redução da idade mínima para a compra de arma. “Segundo Bolsonaro, esse e outros temas vão ser debatidos com sua equipe quando ele retornar do Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça”, completa a matéria.

Matéria publicada no dia 18 de janeiro apresenta crítica feita por Olavo de Carvalho à ida de uma comitiva de parlamentares do PSL à China, com objetivo de conhecer sistema de reconhecimento facial do país. Na rede social, Olavo,

considerado guru do governo de Bolsonaro, diz que , se fosse de fato guru isso não aconteceria. O filósofo ainda acrescentou à postagem que Bolsonaro possui pessoas que torcem contra ele no governo. Sem mencionar o caso, a matéria relata que Bolsonaro afirmou "para a infelicidade dos que torcem contra, medidas eficientes para segurança pública".

Em 28 de janeiro, a informação de que Bolsonaro irá improvisar gabinete no hospital para decisões urgentes é acompanhada de informação sobre vídeo gravado por Bolsonaro com objetivo de agradecer apoio e orações recebidas. Em seguida, cita-se publicação sobre a cirurgia, em que ele diz que "se Deus quiser ocorrerá tudo muito bem".

Em fevereiro, dia 1º, Jair Bolsonaro usou as redes sociais para informar ligação a todos os candidatos ao comando do Senado. A notícia, porém, afirma que a primeira ligação foi feita para Renan Calheiros: "O próprio Jair Bolsonaro, porém, ligou para Renan assim que a reunião do MDB acabou, parabenizando o alagoano pela vitória. Mais tarde, Bolsonaro tentou justificar o movimento em suas redes sociais", diz a matéria.

Figura 9 - Trecho retirado da notícia que apresenta manifestação de Bolsonaro no tuíte

O próprio Jair Bolsonaro, porém, ligou para Renan assim que reunião do MDB acabou, parabenizando o alagoano pela vitória. Após notícias do telefonema, Alcolumbre orientou sua assessoria procurar os jornalistas e informar que ele também recebeu uma ligação do presidente desejando-lhe boa sorte na disputa.

Mais tarde, Bolsonaro tentou justificar o movimento em suas redes sociais. "Procuramos diplomaticamente fazer contato com os candidatos desejando-lhes boa sorte. O eleito será importantíssimo para a democracia e futuro do Brasil", escreveu.

Fonte: *Folha de S. Paulo*

Em 3 de fevereiro, a matéria "Paralisia intestinal causa náuseas em Bolsonaro" apresenta o quadro clínico em que Jair Bolsonaro se encontra após cirurgia realizada. A publicação informa que, para demonstrar que está bem, o presidente postou um emoji com um "joinha" no final da tarde de sábado.

2) Na classificação de condolência, apresentam-se manifestações de Bolsonaro a sobre morte do jornalista Ricardo Boechat e de massacre na Nova Zelândia.

A matéria que anuncia morte do jornalista Ricardo Boechat, em 1º de fevereiro, recorre ao Twitter do presidente como um dos elementos da repercussão: Bolsonaro lamenta o falecimento do profissional e deseja solidariedade à família. Também cita condolências ao piloto do avião, Ronaldo Quattrucci.

No dia 16 de março, a matéria sobre repercussão de ataque a duas mesquitas na Nova Zelândia cita tuíte de Bolsonaro para manifestação sobre o caso. Observa-se que a mensagem foi publicada mais de 15 horas após o fatídico.

- 3) No tópico polêmica observam-se grande repercussão de dois tuítes postados por Jair Bolsonaro no Carnaval. Em um deles, o presidente publica um vídeo com conteúdo obsceno em que um homem mexe no ânus. Após postagem, o presidente retorna a rede social para perguntar “o que é golden shower?”.

Figura 10 - Tuítes mais polêmicos de Jair Bolsonaro no Carnaval



Fonte: Twitter

Em 6 de março, foi publicada matéria falando sobre a postagem do presidente Jair Bolsonaro. O vídeo em que Bolsonaro baseou crítica sobre o que “tem virado muitos blocos de carnaval brasileiro” causou polêmica no Carnaval paulista por relatar obscenidades. Apesar de a publicação ter sido apagada, a repercussão das notícias não parou.

No dia seguinte, 7 de março, outra chamada fala sobre a postagem do vídeo e acrescenta tuíte em que Bolsonaro questiona o que é “golden shower”. A matéria conta que integrantes da oposição e aliados reagiram às publicações obscenas do presidente da República em rede social com crítica ao Carnaval.

- 4) A classificação de comunicado é marcada por sequência de postagens em que Bolsonaro descreve aprovação de certa Medida Provisória.

No dia 4 de março, matéria informa que, por meio de sucessivas postagens em rede social, o presidente Jair Bolsonaro falou sobre aprovação da medida provisória para restringir a cobrança da contribuição sindical, traçou cenários para debate do texto no Congresso e disse que é necessária fiscalização.

- 5) A categoria opinião é marcada por comemoração de Jair Bolsonaro sobre ação de policiais em caso de ataque a bancos.

Em publicação referente ao ataque a bancos na Grande São Paulo, a notícia emite opinião de Jair Bolsonaro sobre ação “rápida e eficiente” dos policiais. Bolsonaro comemora a informação de que 11 bandidos foram mortos e “nenhum inocente saiu ferido”.

3.3.3 Chamadas sem texto

As matérias que compõem o grupo das chamadas sem texto (tabela 5) tiveram como embasamento tuítes do presidente categorizados por comunicado (4), esclarecimento (3), ataque (2), opinião (1), condolências (1) e interação (1).

Tabela 6: Tipos dos tuítes em notícias que viraram chamada sem texto

Defensores de Bolsonaro, filhos também dão dor de cabeça a ele	ESCLARECIMENTO
Vamos reerguer a pátria', diz presidente	INTERAÇÃO
Ministro desmonta secretaria da diversidade e cria a de alfabetização	COMUNICADO
Ministério da Agricultura passa a ter	OPINIÃO

atribuições do Meio Ambiente e da Funai	
Presidente do Ibama pede exoneração após postagens de Bolsonaro e Salles	ATAQUE
Amigo particular' do presidente é promovido na Petrobras	COMUNICADO
Bolsonaro tem alta após 17 dias no hospital	ESCLARECIMENTO
Amigo particular' de Bolsonaro é reprovado pela Petrobras	COMUNICADO
Após 6h, Bolsonaro chama crime de monstruosidade	CONDOLÊNCIAS
Desgaste de Vélez aumenta após entrevista de Bolsonaro	ESCLARECIMENTO
TSE multa campanha de Haddad por impulsionar notícias contra Bolsonaro	ATAQUE
Bolsonaro confirma que não haverá horário de verão em 2019	COMUNICADO

- 1) Nas matérias baseadas em tuítes categorizados como comunicado, os principais assuntos são publicações inéditas ou confirmações pelo presidente.

Em 3 de janeiro, o ministro da Educação à época, Ricardo Vélez desmonta a Secretaria da Diversidade, órgão responsável por ações de diversidade como direitos humanos e relações étnico-raciais. A matéria também cita nova secretaria criada para alfabetização. Bolsonaro confirma a alteração por meio de rede social.

Figura 11: Manchete localizada na edição de 3 de janeiro da *Folha de S.Paulo*:

NOVO GOVERNO

**Moro afirma que
pretende retomar
controle das prisões A6**

**Casa Civil vai demitir
comissionados para
'despetizar' governo A5**

**Agricultura passa a ter
atribuições da Funai e
do Meio Ambiente B6**

**Chanceler cita Raul
Seixas e diz que não vai
mirar ordem global A9**

**Educação extingue área
da diversidade e cria a
de alfabetização B5**

**'Estado é laico, mas esta
ministra é terrivelmente
cristã', diz Damares B5**

Fonte: *Folha de S.Paulo*

Em 11 de janeiro, notícia revela indicação de Bolsonaro de “amigo particular” Carlos Victor Guerra Nagem para posto da gerência-executiva de Inteligência e Segurança Corporativa, na Petrobras. Bolsonaro defendeu a indicação, postando imagem de nota da Petrobras com o currículo de Nagem em uma rede social.

Em 14 de fevereiro, o mesmo tuíte é citado, agora para noticiar que Carlos Victor Guerra Nagem foi reprovado na avaliação para assumir a gerência-executiva de Inteligência e Segurança Corporativa da Petrobras. A notícia relembra apoio dado a Nagem por Bolsonaro.

Em 6 de abril, publica-se notícia com confirmação pela rede social de que não haverá horário de verão em 2019. O presidente Jair Bolsonaro (PSL) diz que “após estudos técnicos” avaliou-se a eliminação do horário.

- 2) O tópico esclarecimento possui tuítes baseados em informações publicadas por Jair Bolsonaro para “desmentir boatos” ou deixar claro as medidas tomadas:

Em 1º de janeiro, a notícia “Defensores de Bolsonaro, filhos também dão dor de cabeça a ele” demonstra as características e atitudes dos três filhos de Jair Bolsonaro: Carlos, Eduardo e Flávio. Ao citar Eduardo Bolsonaro, a notícia cita as polêmicas que o filho mais novo gerou. Uma delas, com posicionamento do presidente por Twitter: “assunto encerrado antes que tornem isso um dos escarcéus propositais diários”.

Na data de 14 de janeiro, notícia utiliza postagem feita pelo presidente para informar que o representante teve alta do Hospital Albert Einstein, em São Paulo, e permanecerá no Palácio da Alvorada em descanso até o fim de semana. Em mensagem em rede social, Bolsonaro comemorou a alta.

Em 28 de março, usa-se tuíte de Bolsonaro para reforçar processo de desgaste de Ricardo Vélez Rodríguez à frente do Ministério da Educação. O presidente usou a rede social para negar informações de bastidores do governo sobre saída do ministro da educação.

- 3) A categoria ataque estabelece principalmente repercussão que os tuítes tiveram:

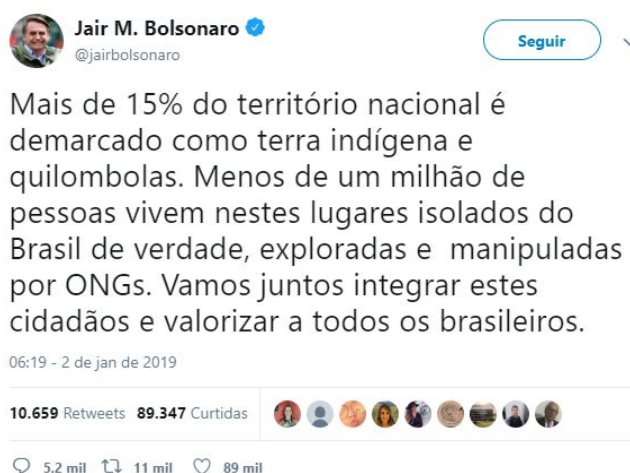
Em 8 de janeiro, a presidente do Ibama pede exoneração. A decisão é tomada a partir após postagens de Bolsonaro e do ministro Ricardo Salles no Twitter sobre questionamento do valor do contrato para aluguel de veículos no órgão.

A informação, publicada em 29 de março, de que o ministro do Tribunal Superior Eleitoral Edson Fachin multou em R\$ 176,5 mil a campanha de Fernando Haddad à Presidência por emulsionamento irregular de conteúdo desfavorável ao então adversário Jair Bolsonaro é comemorada por Jair Bolsonaro e o tuíte acaba sendo citado na matéria.

- 4) Na categoria opinião, encontram-se elementos de manifestação subjetiva do presidente sobre determinado assunto.:

Em 3 de janeiro, a notícia de que o Ministério da Agricultura passou a ter atribuições do Meio Ambiente e da Funai é embasada no tuíte de Jair Bolsonaro, que opina sobre integrar territórios demarcados como terras indígenas e quilombolas.

Figura 11: Tuíte publicado por Bolsonaro sobre necessidade de integrar territórios demarcados



Fonte: Twitter

- 5) Na categoria condolências. o presidente se manifesta sobre ataque em escola de Suzano, na grande São Paulo.

A matéria, publicada em 14 de abril, critica demora de Bolsonaro em posicionamento de ataque em escola. “Após mais de seis horas de silêncio, o

presidente Jair Bolsonaro lamentou na tarde desta quarta a morte de oito pessoas em um escola estadual em Suzano, na Grande São Paulo”.

- 6) Em interação, é visto correspondência entre os presidentes do Brasil, Jair Bolsonaro, e dos Estados Unidos, Donald Trump, no primeiro dia de governo da autoridade brasileira.

A matéria publicada em 2 de janeiro mostra fala de Bolsonaro na posse. Ao citar a presença de representantes internacionais, o texto cita tuítes trocados entre os presidentes de Donald Trump a Jair Bolsonaro.

Figura 12: Trecho da notícia que retrata troca de tuítes entre os representantes políticos

O presidente Donald Trump publicou nas redes sociais congratulações pela posse de Bolsonaro, afirmando que o brasileiro fez um ótimo discurso e que os Estados Unidos está com ele.

Também nas redes, Bolsonaro respondeu afirmando esperar que juntos e com a proteção de Deus, tragam prosperidade e progresso aos dois países.

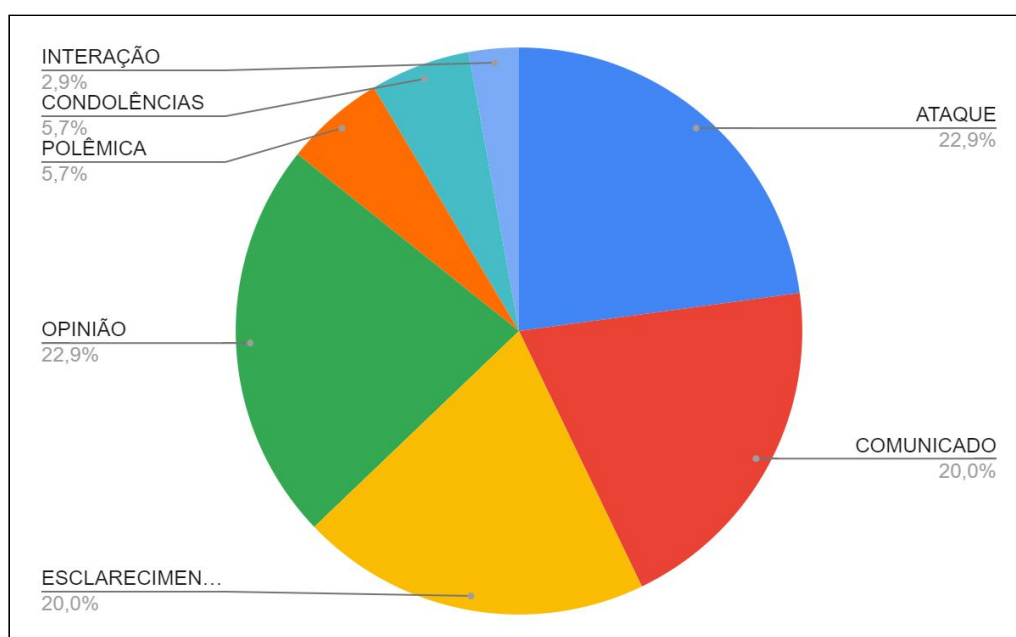
Fonte: *Folha de S.Paulo*

3.3.4 Matérias sem menção na capa

As informações gerais encontradas nas notícias que compõem o grupo das matérias sem menção na capa foram qualificadas em gráfico (Gráfico 2). Ao todo, 20 matérias foram classificadas com tuítes de esclarecimento, 16 de comunicado, 11 de opinião, 10 de ataque, 8 de condolência, 5 de polêmica e 2 de interação.

Com os dados, percebe-se que a maioria dos tuítes que embasam as notícias são referentes a ataques contra “inimigos” do governo e opiniões pessoais do presidente, que costumam ser polêmicas.

Gráfico 2: Classificação das notícias sem menção na capa



Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

3.4 Publicação das notícias

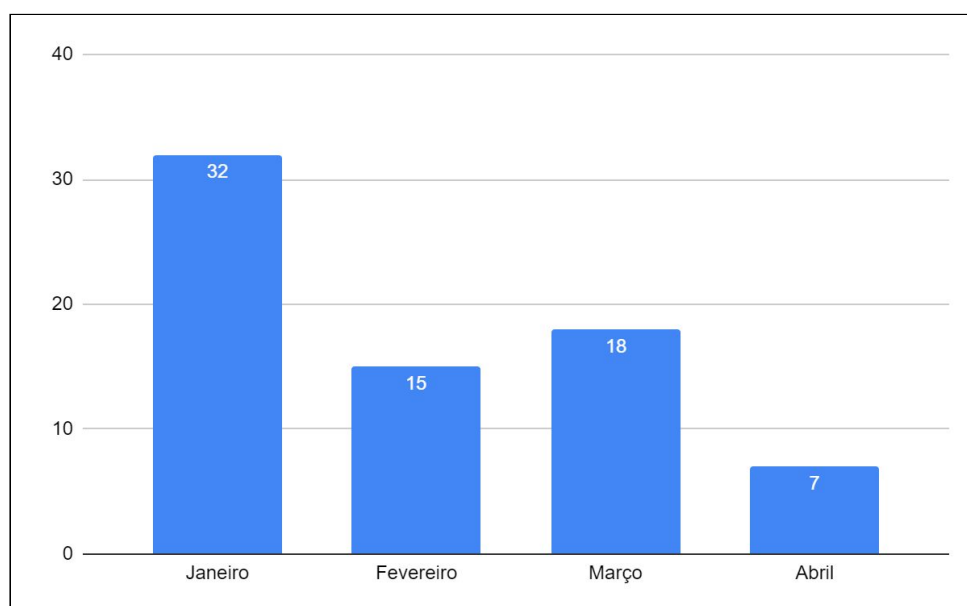
A última análise realizada nas 72 notícias referentes a tuítes do presidente nos 100 dias de governo, refere-se a periodicidade de publicação mensal e semanal. Avaliam-se também as editorias nas quais as notícias as notícias aparecem.

Em relação à quantidade de postagens, é possível concluir que o número de postagens publicadas mensalmente é complementarmente variado (Gráfico 3).

Janeiro foi o mês com maior quantidade de postagens: 32 notícias no total. O total pode estar relacionado ao fato de o governo ser novo e sempre ter uma “novidade” para publicar. Em seguida, está março, com 18 matérias publicadas vinculadas ao tuíte de Bolsonaro.

Uma das possíveis explicações para a posição pode ser a referência a postagens polêmicas de Bolsonaro no período do Carnaval. Depois, está fevereiro, com 15 postagens e abril, com 7. Este número baixo era de se esperar, visto que o último mês não foi analisado inteiramente.

Gráfico 3: Resultado da quantidade de notícias publicadas nos meses de janeiro, fevereiro, março e metade de abril (até o dia 10)



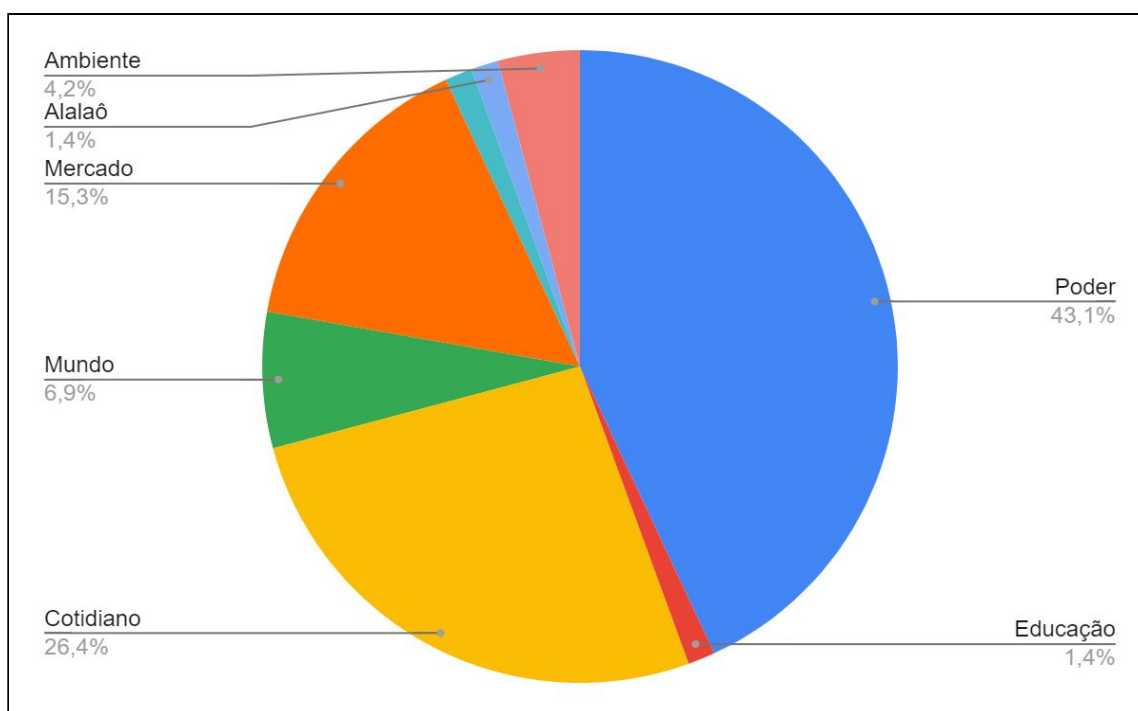
Fonte: levantamento próprio da pesquisadora

Sendo assim, a média de postagens pode ser avaliada mensal e semanalmente. Para a média mensal, considera-se o total de 3 meses completos e $\frac{1}{3}$ do mês de abril. Chega-se assim à marca de 21,6 notícias por mês. Ou seja, se considerarmos que cada edição diária de um jornal tem no máximo uma notícia pautada em tuítes de Bolsonaro, a média mensal garante que os jornais teriam, pelo menos, 21 dias (3 semanas) de conteúdo para suas manchetes a cada mês.

O total de semanas contabilizadas durante o período foi de 14. Para chegar à média semanal, é necessário fazer a razão do total de notícias pela quantidade de semanas. O número encontrado foi a média de 5,14 notícias publicadas por semana. Ou seja, se considerarmos que cada edição de um jornal tem no máximo uma notícia pautada em tuítes de Bolsonaro, a média semanal garante que os jornais teriam, pelo menos, 5 notícias por semana.

As principais editorias onde são encontradas as matérias tuítes de Bolsonaro são Poder, Cotidiano e Mercado (gráfico 4). A quantidade exata: Poder, que apresentou 31 notícias; Cotidiano, com 19 notícias; Mercado, 11 notícias; Mundo, 5 notícias; Ambiente, 3 notícias; Educação Folhainvest e Alalaô, ambas com 1 notícia, respectivamente.

Gráfico 4: Principais editorias onde o *corpus* se encontra. Período: 1º de janeiro a 11 de abril de 2019



Fonte: levantamento próprio da pesquisadora pesquisa

Pela análise é possível concluir que o número de postagens publicadas semanalmente ou mensalmente possuem relevância numérica para a pesquisa, pois apresenta o dado de que há um acompanhamento frequente da rede social do presidente e ainda uma naturalização do Twitter como fonte oficial do representante político. Em relação ao tipo de conteúdo, é possível encontrar uso coerente dos tuítes para embasamento das notícias.

Com isso, o estudo comprova, quantitativamente e qualitativamente, a relevância dada aos tuítes de Bolsonaro para a construção de notícias no veículo *Folha de S.Paulo*. A partir da análise de conteúdo, constata-se a importância dada às notícias do *corpus*, visto que mais da metade aparecem nas capas dos jornais impressos.

Considerações finais

Com este trabalho, foi possível contabilizar e analisar as notícias produzidas pela *Folha de S.Paulo* utilizando como informação a rede social do presidente Jair Bolsonaro. O trabalho identificou todas as notícias que mencionaram tuítes de Bolsonaro durante os 100 dias do atual governo.

Primeiro, a partir da análise das capas dos jornais, é possível concluir que notícias que mais da metade das notícias que citaram tuítes do presidente tiveram menção na capa. Os dados indicam a relevância dos tuítes do presidente para a publicação das notícias.

Com relação à estruturação das notícias percebe-se que, primeiro, o uso dos tuítes no *lead* das matérias foi menor do que o seu uso como citação no restante da notícia. Em seguida, a análise sobre a indicação de onde as notícias foram retiradas mostra que o termo “rede social” foi mais utilizado que “Twitter”. Em relação à classificação dos temas em que os tuítes foram abordados na notícia, os principais

se relacionam a comunicados de medidas tomadas pelo governo e opiniões sobre determinados assuntos do presidente Jair Bolsonaro.

A última análise realizada refere-se à quantidade de matérias publicadas vinculadas a tuítes do presidente mensal e semanalmente. O mês de janeiro teve um recorde de notícias. Em seguida, aparece o mês de março. As possíveis explicações para os números maiores em relação aos outros meses foram devido à estreia do novo governo em janeiro, onde tudo era “novidade”, e às polêmicas postagens feitas no Carnaval, em março.

Assim como todas as pesquisas, esta teve limitações. Primeiro, foi feita a análise somente das notícias vinculadas aos tuítes do presidente, não sendo possível comparar com as matérias que não tiveram nenhuma relação com os tuítes de Bolsonaro. Também deixou-se de analisar as notícias publicadas no meio online do veículo. Além disso, o estudo limitou-se à *Folha de S.Paulo*, não podendo analisar outros meios de comunicação.

Espera-se que os resultados deste trabalho tenham contribuído para um melhor entendimento da importância que o Twitter tem ganhado na cobertura jornalística e que novas pesquisas relacionadas ao tema possam surgir.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CARVALHO, L.; BARICHELO, E. **O microblog Twitter como agregador de informações de relevância jornalística**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, Curitiba, PR. , em setembro de 2009.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra - 2003.

COELHO, T; SOUSA, E.; BERTI, O. (2010). **Twitter: como uma nova mídia modificou a rotina produtiva de jornalistas em Teresina**.

COMASSETTO, L. R. **As razões do título e do lead: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia**. Concórdia: UnC, 2003.

FALCÃO, C. **Reconfigurações da noticiabilidade no Jornalismo Online**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE. Em setembro de 2012.

GOMES, W.; FERNANDES, B.; REIS, L.; SILVA, T. **Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008**. Rev. Sociol. Polit. vol.17 no.34 Curitiba Oct. 2009

HIGINO, S. **A apuração jornalística e as mídias sociais: o Twitter como fonte de informação para produção de notícias do G1**. 119 F. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro Universitário Estácio Brasília. 2017

JORGE, T. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalista**. São Paulo: Contexto, 2008.

LAGO, M. Procura-se um presidente. **Revista Piauí**, São Paulo, Ed. 152, 2019

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARQUES, F.; AQUINO, J.; MIOLA, E. (2014). **Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção e uso da ferramenta**. Rev. Bras. Ciênc. Polít. [online]. 2014, n.14, pp.201-225. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0103-33522014000200201&lng=pt&nrm=iso>

MARTINO, L. **Teorias das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, Vozes: 2014.

PACHECO, C. **Protagonismo das redes sociais na eleição de Bolsonaro à presidência do Brasil**. 1º Congresso Iberoamericano sobre Ecologia dos Meios. Mesa 12. 2016. De a 30 de abril.

PIVETTI, M. (2006). Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso. A linguagem jornalística e a experiência nacional. Eca (USP), São Paulo.

PORTO, S. D. Análise de conteúdo: realidades empíricas medidas pela abstração numérica. In: JORGE, Thaís M. (org). **Notícias em fragmentos: análise de conteúdo no jornalismo**. Insular. Florianópolis. 2015.

RECUERO, R.;ZAGO, G. **Em busca das “redes que importam”**. **Redes Sociais e Capital Social no Twitter**. XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO,

Fernando. (Org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

_____. **Deu no Twitter, alguém confirma? Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais**. Artigo apresentado no congresso da SBPJor. Rio de Janeiro: novembro de 2011.

ROSA, Ana Beatriz. **Digitalização do populismo de Bolsonaro aumentou sua eficácia, diz pesquisadora**. *HuffPost Brasil*. Publicado em 28 out. 2018. Disponível em https://www.huffpostbrasil.com/2018/10/27/digitalizacao-do-populismo-de-bolsonaro-aumentou-sua-eficacia-diz-pesquisadora_a_23572860/?utm_hp_ref=br-homepage. Acesso 20 nov. 2018.

ROSSETTO, G. P.; CARREIRO, R.; ALMADA, M. P. **Twitter e comunicação política: limites e possibilidades**. *Compólitica*, v. 3, n. 2, p. 189-216, 22 dez. 2013.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. *Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis*, v.2, n.1, p.95-107, jan./jun. 2005.

SILVA, T.. **O uso do Twitter pelos deputados federais brasileiros: estudo sobre atuação e tendências de comportamento**. Câmara dos Deputados Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento Programa de Pós-Graduação, 2012.

SOUSA, V. **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. Rio de Janeiro. Record. 2006.

SOUSA, J. P. **Por que as notícias são como são? construindo uma teoria da notícia**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=13>. Acesso em: 10 dez. 2008.

SOUZA, R. M. de. **O twitter de Trump em 2016: uma estratégia imediata para campanha eleitoral presidencial dos Estados Unidos**. 2018. 73f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, João Pessoa, 2018. [Monografia].

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo*. Volume I: **Porque as notícias são como são**. 2ª edição. Florianópolis. Insular. 2005.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 2ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992.

ZAGO, G. **O Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos**. In: 6o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Bernardo do Campo, SP, Brasil: SBPJor, 2008.

_____. **Twitter como fonte para o jornalismo**. In: R. Interamericana de Comunicação Midiática, <http://www.ufsm.br/revistas> E-ISSN 2175–4977, v. 10, n. 20, 2011.

Anexos

Notícias da *Folha de S.Paulo* nos jornais impressos de 01/0/2019 a 10/04/2019

- 1/1/2019 Defensores de Bolsonaro, filhos também dão dor de cabeça a ele
- 1/1/2019 Bolsonaro quer combate a "lixo marxista" na educação
- 2/1/2019 Vamos reerguer a pátria', diz presidente
- 3/1/2019 Secretaria de Governo vai monitorar ONGs e organizações internacionais
- 3/1/2019 Ministro desmonta secretaria da diversidade e cria a de alfabetização
- 3/1/2019 Ministério da Agricultura passa a ter atribuições do Meio Ambiente e da Funai
- 4/1/2019 Eleito, Bolsonaro usou mais de 1/4 de suas postagens para atacar mídia e PT
- 5/1/2019 Moro autoriza Força Nacional no Ceará para conter violência
- 6/1/2019 Bolsonaro e Haddad voltam a bater boca em rede social
- 7/1/2019 Sem reuniões, primeiro fim de semana na Presidência tem 'disparo' nas redes
- 7/1/2019 PM morre no Rio e Bolsonaro cobra mudança na lei
- 8/1/2019 Presidente do Ibama pede exoneração após postagens de Bolsonaro e Salles
- 9/1/2019 Na primeira semana, presidente tuíta quase 70% a mais que Trump
- 10/1/2019 Bolsonaro defende prisão de condenados em 2ª instância, bandeira de Moro
- 10/1/2019 Brasil confirma à ONU saída no Pacto de Migração

- 10/1/2019 Bolsonaro recua e anula texto que dá margem a erro em livro didático
- 11/1/2019 Amigo particular' do presidente é promovido na Petrobras
- 11/1/2019 Bolsonaro anuncia que não vetará fusão da Embraer com a Boeing
- 12/1/2019 Haddad eleva tom na internet com ironias
- 12/1/2019 Bolsonaro celebra troca de petista por capitão
- 13/1/2019 Ataque criminosos derruba torre de transmissão no Ceará
- 14/1/2019 Terrorista Cesare Battisti é preso na Bolívia e enviado direto para a Itália
- 14/1/2019 Bolsonaro fala mal do PT para não falar do Queiroz, diz Gleisi
- 15/1/2019 Bolsonaro diz que buscará comércio com todo o mundo
- 16/1/2019 Bolsonaro cumpre promessa e assina decreto que facilita posse de armas
- 17/1/2019 Após facilitar posse de arma, Bolsonaro prevê viabilizar porte a passos lentos
- 18/1/2019 Olavo de Carvalho chama de idiotas deputados do PSL por viagem à China
- 20/1/2019 Bic aguarda a volta às aulas para faturar com Bolsonaro
- 22/1/2019 Decreto sobre armas não é medida contra a violência, afirma Mourão
- 24/1/2019 Bolsonaro vincula contratos de comunicação com ações escusas de outros governos
- 27/1/2019 Mortos em tragédia de MG sobem para 34; 256 estão desaparecidos
- 28/1/2019 Bolsonaro improvisará gabinete no hospital para decisões urgentes
- 1/2/2019 MDB escolhe Renan e mantém favoritismo ao comando do Senado
- 1/2/2019 Jair Bolsonaro está ansioso para voltar, afirma porta-voz

3/2/2019 Paralisia intestinal causa náuseas em Bolsonaro

8/2/2019 Bolsonaro tem pneumonia e precisará ficar mais tempo internado no hospital

10/2/2019 Bolsonaro nomeia general para presidir Incra

10/2/2019 Complicações pós-cirurgia afetam plano de Bolsonaro; presidente avança em dieta

11/2/2019 Presidente diz que validade da CNH vai ser ampliada

11/2/2019 Do hospital, presidente cobra PF sobre investigação de facada

12/2/2019 Ricardo Boechat morre em queda de helicóptero em SP

14/2/2019 Bolsonaro tem alta após 17 dias no hospital

14/2/2019 Amigo particular' de Bolsonaro é reprovado pela Petrobras

16/2/2019 Lava Jato da Educação derruba na Bolsa gigantes do ensino

18/2/2019 Bolsonaro tenta agenda positiva para abafar crise, e ala militar ganha força

20/2/2019 Bolsonaro muda estratégia e esconde crise em 'comunicação direta' de caso Bebianno

27/2/2019 Morre Paulo Nogueira Neto, criador da política ambiental do Brasil

4/3/2019 Bolsonaro diz que seguirá ouvindo sugestões de seu filho Carlos

4/3/2019 Bolsonaro diz que MP não agrada líderes sindicais

6/3/2019 Bolsonaro publica vídeo de homem mexendo no ânus

7/3/2019 Bolsonaro é criticado por vídeo obsceno e diz que não pretendia atacar Carnaval

7/3/2019 Carnaval tem recorde de público, tons de laranja e polêmica presidencial

8/3/2019 Foi ato político, diz dupla do 'golden shower' criticado por Bolsonaro

8/3/2019 Bolsonaro espera que reforma não se desidrate

8/3/2019 Dólar vai a R\$ 3,89, maior nível do ano, com estresse no exterior e Previdência

11/3/2019 Bolsonaro divulga relato deturpado de fala de repórter

13/3/2019 Afago de R\$ 1 bi em emendas não anima votação da PEC

14/3/2019 Ex-alunos matam oitos pessoas em ataque a escola em Suzano

14/3/2019 Após 6h, Bolsonaro chama crime de monstruosidade

15/3/2019 Polícia pede apreensão de 3º jovem suspeito de planejar ataque a escola

16/3/2019 Trump condena 'perverso ato de ódio'; veja repercussão de ataques na Nova Zelândia

18/3/2019 Em Santa Ceia da direita, Bolsonaro diz que 'comunismo não pode imperar'

28/3/2019 Desgaste de Véllez aumenta após entrevista de Bolsonaro

29/3/2019 TSE multa campanha de Haddad por impulsionar notícias contra Bolsonaro

31/3/2019 Governo quer reduzir imposto sobre negócio e taxar dividendo

1/4/2019 Bolsonaro ganha mais apoio com ataques e críticas em seus tuítes

1/4/2019 Bolsonaro frustra 'irmão' Netanyahu com escritório em vez de embaixada

5/4/2019 Ataque a bancos na Grande SP deixa 11 mortos

6/4/2019 Bolsonaro confirma que não haverá horário de verão em 2019

6/4/2019 Receita aciona PF após acesso a dados do presidente

7/4/2019 Deputada pede audiência com Moro sobre acesso a dados de Bolsonaro

9/4/2019 Bolsonaro troca Vélez por economista inexperiente em educação no MEC