



Mediatização da política em tempos de redes sociais digitais: A suposta campanha precoce de Jair Bolsonaro¹ Mediatization of politics in times of digital social networks: The supposed precocious campaign of Jair Bolsonaro

Paulo Henrique Basilio Santana²

Palavras-chave: mediatização; política; redes sociais digitais; campanha eleitoral; Jair Bolsonaro.

Atualmente, a pulverização e disponibilidade de abertura de mídias sociais digitais conversacionais, com seus canais mais informais e dialógicos que os meios tradicionais, tem proporcionado mudanças significativas que precisam ser identificadas e que provocam investigações científicas, principalmente pelo, ainda pouco, período de aplicação e pela carência de pesquisas que desvendam esses fenômenos. Neste artigo, ressalta-se que serão feitas tentativas de análises dessas questões, mais especificamente: a atuação do deputado federal Jair Bolsonaro (PSC/RJ) em sua redes sociais, sendo visto pelo Ministério Público Eleitoral como uma campanha adiantada.

Temos como marco teórico que problematiza a pesquisa a mediatização da política, atribuindo maior destaque para as mudanças mais recentes proporcionadas pelas tecnologias digitais e em rede. Teóricos, como Santaella (2016) apontam política e mídia como campos que se afetam de maneira dialógica e, de fato, o processo de

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), mestrando pela mesma instituição área de concentração Interações Mediatizadas. Integrante do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da FAFICH/UFMG), participante também do Laboratório de Acontecimento Midiático deste grupo, o GrisLab, contribuindo com análises mensais de acontecimento nacionais e internacionais. paulobasilio28@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mediatização da política pode ser visto como força capaz de proporcionar variados níveis de influência. Desde os primórdios, a comunicação é utilizada de muitas maneiras para alavancar uma campanha política, são grandes exemplos disso: discursos em palanques, passeatas com militâncias, horário gratuito de propaganda eleitoral, debates políticos em grandes emissoras de televisão, entre outros. Entretanto, a busca por plataformas mais "acessíveis" e dialógicas fez que com a política começasse a se adentrar no meio de novas mídias, as mídias digitais. Essas mídias são caracterizadas pelo seu poder participativo e conversacional, essas plataformas facilitam a interação e a proximidade entre atores políticos e atores sociais.

Tomamos como referência a perspectiva de interface no que se refere a mediatização. A relação mídia x política deve ser observado a partir do entendimento de que “a mediatização institui um novo 'feixe de relações', engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais” (FAUSTO NETO, 2008. p. 96). Tal desenvolvimento alcança instituições, atores políticos e atores sociais. De acordo com MARTIN-BARBERO (2004) nesse processo de mudanças midiáticas, a tecnologia passa de “um mero instrumento para converter-se em razão, em uma dimensão constitutiva de nossas culturas e de nossas sociedades, enquanto a política sofria um processo inverso, levando à desconfiguração e reconfiguração da razão política” (p. 23).

Hjarvard (2014) afirma que existe uma afetação transmutadora dos meios de comunicação sobre a esfera política. O autor explica que há um processo em constante desenvolvimento que produz uma interdependência institucional entre os campos da mídia e da política. Segundo ele, a comunicação é atingida de tal forma pela mediatização a ponto de proporcionar uma afetação muito maior do que uma questão pontual, alcançando os demais processos sociais de uma forma ampla. É fato que as instituições tradicionais continuam tendo sua referência e que a política mantém-se configurada numa estrutura convencional, no entanto, para a mediatização, o processo de afetação está “em vias de”, melhor dizendo, em construção, em desenvolvimento, e a



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

influência de instituições e atores sociais pode ser um processo que conviva com elementos e fases anteriores.

A política como instituição precisa de um reposicionamento dos seus discursos e de suas estratégias, a fim de proporcionar maneiras alternativas de alcançar seu público, no caso, os cidadãos. Sendo assim, é necessário que os políticos reconheçam as mudanças proporcionadas pela mediatização e como essas alterações influenciam na forma de se relacionar com seus eleitores e públicos em contexto digital. Essa atitude de reposicionamento é capaz de garantir a manutenção das instituições políticas, bem como criar e fortalecer suas relações com os atores sociais e as demais instituições da sociedade civil. A organização em rede da sociedade refuta o que é imposto e estabelecido nas estruturas tradicionais de estados e são fomentadas grandes demandas por participação e voz, descentralização de poderes e transparência de políticos. Adentrando nessa questão, Cingolani (2012) afirma "Podemos dizer que, como grande parte da dimensão política é resolvida em termos midiáticos, a estratégia enunciativa de um agente político na mídia faz parte da própria estratégia política" (p. 55). O eleitor, transcende o papel de apenas consumidor e também é produtor, ele exige respostas mais rápidas, e é capaz de incitar denúncias e reclamações em rede. Um novo cidadão se mostra e novos atores e instituições políticas devem ser desenvolvidos.

De fato que o sistema e princípios do fazer político, as ordens tradicionais do "jogo" e os planejamentos eleitorais já estabelecidos vão se manter, mesmo que exista um certo atrito frente aos meios personalizados e os dispositivos conversacionais das novas mídias digitais. Ainda assim já é possível visualizar algumas mudanças, nas eleições de 2016 foi notório a grande participação das redes sociais digitais nas corridas aos executivos municipais e estaduais, tal fenômeno só é possível através do desenvolvimento da sociedade em mediatização. Então, já que ações sociais estão sendo atravessadas por lógicas peculiares dos meios de comunicação, os representantes políticos são obrigados a emitir suas respostas e reações pelos mesmos caminhos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Na nossa perspectiva, essa reconfiguração é mais verticalizada na compreensão da alteração a partir de trabalhos empíricos como esta proposta. Pois então, a pergunta que nos move é: "A movimentação de midiatização de campanhas políticas do deputado Jair Bolsonaro (PSC-RJ) na rede social digital facebook, realizada a partir do segundo semestre do ano de 2017, foi de tal modo a ponto de caracterizar uma campanha precoce, no sentido de apresentar o congressista como presidenciável, exibição de propostas de governo e promessas?".

O corpus selecionado é composto pelo caso da suposta campanha eleitoral adiantada do deputado federal Jair Bolsonaro (PSC-RJ), denunciada pelo Ministério Público Eleitoral, percebida através de iniciativas do uso de suas redes sociais digitais para divulgar vídeos e postagens relacionada à sua "campanha". Serão selecionados posts importantes para a pesquisa (com o cunho de campanha eleitoral), num recorte temporal de seis meses, sendo de julho a dezembro do ano de 2017. Período caracterizado, em muitos momentos, pela utilização da Internet e suas tecnologias, com a pulverização de acesso, e o estabelecimento das redes sociais digitais como próprias desse período e importantes do processo de midiatização da sociedade.

Jair Messias Bolsonaro é um militar de reserva e deputado federal pelo estado do Rio de Janeiro. O deputado está cumprindo seu sexto mandato, sendo eleito pelo Partido Progressista (PP) nas eleições de 2014, na qual ele foi o mais votado do seu estado, recebendo 464 mil votos. O parlamentar agora é filiado ao Partido Social Cristão (PSC), porém existe um conflito com a liderança do partido a respeito das eleições presidenciais de 2018, e atualmente ele possui um acordo para ingressar no PATRIOTA ou PEN (Partido Ecológico Nacional), e por ele o deputado pretende lançar sua candidatura na corrida presidencial de 2018.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Jair Bolsonaro foi julgado pelo Tribunal Superior Eleitoral - TSE por vídeos em suas redes sociais digitais que mostram o congressista sendo ovacionado em aeroportos por simpatizantes em todo o Brasil, entre outros. Para o MPE, as gravações fazem “clara menção à pretensa candidatura” do parlamentar.³ Num dos vídeos, o presidente diz que “2018 está muito longe, vamos para a rua a partir de agora. A presença de todos ajudará para mostrar que nós não estamos a favor dessa ‘canalhada’ que está no poder”. A Lei Eleitoral determina que atos de campanha só podem acontecer a partir do dia 15 de agosto do ano eleitoral. Aquele que descumprir a norma pode receber multa de R\$ 5 mil a R\$ 25 mil. No dia 05 de dezembro de 2017, o TSE absolveu Bolsonaro, afirmando que não existiu campanha antecipada. No entanto, tal decisão não muda o fato do MPE ter feito essa consideração e, de uma certa forma mostrar como a mídiatização da política pode interferir no jogo de poder ao ponto de alterar temporalidades de campanha e disputas por cargos públicos.

Dito isto, o artigo pode concluir que a dinâmica da internet e seus aportes oferecem, cada vez, menos domínio dos emissores convencionais; ou seja, ter na rede digital um canal de comunicação e assumi-lo como tal, é submeter-se a um menor controle de fluxos por parte dos atores políticos em relação aos atores sociais. Além disso, é nítido como esse tipo de comunicação interfere no jogo político de maneira a reforçar estigmas das produções mídiatização versus política, bem como apresentar novas formas de afetação. O que de fato é produzido ou mantido será realmente dito e comprovado ao fim da pesquisa no texto final a ser apresentado posteriormente.

Referências bibliográficas

³ Fonte: Último Segundo - iG Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2017-11-04/tse-lula-bolsonaro-campanha-antecipada.html>>. Acesso em 27/12/2017



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

CINGOLANI, G. A mediatização da figura presidencial: espaços, estratégias e transições. In: FAUSTO NETO, A; MOUCHON, J; VERÓN, E. **Transformações da mediatização presidencial**: corpos, relatos, negociações, resistências. São Caetano do Sul: Difusão, 2012.p. 53-67.

FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma “analítica” da mediatização**. Revista Matrizes, n.2, abr. 2008. p. 89-105.

HJARVARD, S. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Razón Técnica Y Razón Política**: Espacios/Tiempos no pensados. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación Año1, Vol.1, São Paulo: ALAIC, 2004, p. 22-37

SANTAELLA, Lucia. **Temas e dilemas do pós-digital**. A voz da política. 1. ed. São Paulo:Paulus, 2016. v. 1.