

---

## **Relato de análise de conteúdo do Twitter do presidente Jair Bolsonaro durante o mês de Abril/2022 - fase de pré-campanha eleitoral<sup>1</sup>**

Leandro ROLIM<sup>2</sup>  
Tatiane Rodrigues MATEUS<sup>3</sup>  
Fellype Moreira MARTINS<sup>4</sup>  
João Bernardino do NASCIMENTO<sup>5</sup>  
Wesley Viana RODRIGUES<sup>6</sup>  
Faculdade JK, Brasília, DF

### **Resumo**

Este texto apresenta o desenvolvimento de uma atividade metodológica realizada em sala de aula durante o primeiro semestre de 2022 entre docentes e discentes do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK. A proposta inicial era realizar uma análise de conteúdo envolvendo alguma figura política de relevância e que fosse brasileira. Depois de algumas conversas e leituras o grupo optou pelo presidente Jair Messias Bolsonaro, por ser um político com destaque no atual cenário brasileiro e por ser uma figura polêmica, com um grande número de apoiadores e opositores<sup>7</sup>. O resultado desse curto período analisado mostra como o Twitter do presidente tem sido bastante utilizado para comunicar ao público com a chegada das eleições de 2022.

**Palavras-chave:** Análise de conteúdo; Jair Bolsonaro; Marketing Digital; Marketing Político; Twitter.

### **Introdução: o processo de escolha da metodologia para apuração**

Considerando Bardin (2016), leitura básica para essa pesquisa, nota-se uma assiduidade de Jair Bolsonaro em suas redes sociais, sendo elas seus principais canais de comunicação. Verifica-se uma intensidade que pode ser caracterizada com o pré-campanha em que claramente se verifica nas postagens a intenção de sensibilizar o público. O presidente utiliza da sua liberdade de expressão e do princípio da publicidade da administração pública para comunicar aos cidadãos brasileiros informações de interesse público. Escolheu-se, então, utilizar uma metodologia para analisar os conteúdos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK, e-mail: leandro.rolim@outlook.com

<sup>3</sup> Professora do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK, e-mail: tatianermateus@gmail.com

<sup>4</sup> Discente do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK, e-mail: fellypemoreira73@gmail.com

<sup>5</sup> Discente do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK, e-mail: junior.nascimento040@gmail.com

<sup>6</sup> Discente do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade JK, e-mail: realwesleyviana@gmail.com

<sup>7</sup> O intuito desta pesquisa não é favorecer nem desfavorecer Jair Bolsonaro. Tratando-se de uma atividade para que seus autores aprendessem, de maneira prática, como realizar os procedimentos de metodologia da análise de conteúdo.

postados no Twitter, porém, o tema central não se havia definido. Realizou-se outra leitura fluente, já no Twitter, e, após conversas, optou-se por focar-se a análise nas publicações que envolvessem o tema “economia” ao longo do mês de abril de 2022, já que parecia ser um assunto bastante frequente no perfil de Jair Bolsonaro. Com isso mente, o método “*a posteriori*”, sugerido por Bardin (2016) foi bastante útil, dado que se trata de uma etapa onde o tema de pesquisa é escolhido após uma análise inicial.

Como metodologia escolhe-se realizar a análise de conteúdo no Twitter do presidente, diante das outras redes sociais, pois atualmente é uma das mais influentes do mundo. Trata-se de uma plataforma virtual que permite aos seus usuários a criação de perfis para publicação de conteúdos instantâneos. Também abriga comentários de diversos temas, normalmente os mais comentados no momento, desde que possuam até 280 caracteres em sua formatação, sendo esta, diferente de outras redes sociais, a principal especificidade do Twitter.

Para Santaella e Lemos (2010), o Twitter é uma rede essencial, pois apresenta em sua composição “[...] um espaço colaborativo no qual questões, que surgem a partir de interesses dos mais microscópicos aos mais macroscópicos, podem ser livremente debatidos e respondidos”. O que, de fato, se torna verdade, dado que a rede é um dos principais canais utilizados por seus usuários devido a sua praticidade.

Hoje com mais de 186 milhões de participantes ativos mensalmente (BLASI, 2020)<sup>8</sup>, um simples “*tweet*”<sup>9</sup> realizado nesta rede social pode alcançar números extraordinários de engajamento<sup>10</sup>, ainda que contenha apenas um texto, pois o autor da publicação pode ser uma personalidade com seguidores que o aclamem ou odeiem, tornando suas atualizações mais populares conforme forem compartilhadas, curtidas e comentadas.

Devido as eleições de 2022 optou-se por verificar se Jair Bolsonaro utilizava suas postagens que envolvessem o tema “economia” para realizar pré-campanha eleitoral, o que chegou a ser feito durante algum tempo, porém, devido à complexidade dos diferentes formatos de publicações no Twitter (em especial os vídeos e suas transcrições, descrições

---

<sup>8</sup> BLASI, B. G. D. Twitter tem aumento recorde em número de usuários no 2º trimestre de 2020. **Tecnoblog**, 2020. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/noticias/2020/07/23/twitter-tem-aumentorecorde-em-numero-de-usuarios/>>. Acesso em: 26 jun. 2022.

<sup>9</sup> Tweet: Publicação numa conta da rede social Twitter (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021).

<sup>10</sup> Engajamento: Envolvimento ao serviço de uma ideia ou de uma causa (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021).

de locais, detalhes técnicos, etc.), o objetivo da pesquisa foi simplificado para identificar, através de uma análise quantitativa e também qualitativa do discurso, quais assuntos que Jair Bolsonaro mais comentou em abril de 2022 em sua conta do Twitter.

### Procedimentos para a exploração do material

Na análise de conteúdo é necessário a codificação, fazendo a aplicação de códigos na formação de categorias. Nesse processo, os dados são transformados e juntados em unidades e números, permitindo a descrição exata das características do conteúdo. No Twitter, é possível “compartilhar seus pensamentos” em vários formatos, detalhados na tabela a seguir com suas respectivas características:

Tabela 1: Formatos de tweets e suas características

Formato de tweet	Características desta publicação
Texto	Contém somente texto;
Texto com vídeo	Além do texto, contém um vídeo;
Texto com imagem	Além do texto, contém uma imagem, podendo esta conter, também, mais texto;
Comentário	Quando se comenta na publicação de algum outro usuário;
Tweet com comentário	Quando se compartilha a publicação de algum outro usuário em sua própria conta, complementando-a com algum texto.
Vídeo	Contém somente algum vídeo;
Texto com link	Além do texto, contém um link;
Imagem	Contém somente uma imagem, podendo esta conter texto ou não.
Tweet com comentário e imagem	Quando se compartilha a publicação de algum outro usuário em sua própria conta, complementando-a com algum texto e uma imagem.
Tweet com comentário e vídeo	Quando se compartilha a publicação de algum outro usuário em sua própria conta, complementando-a com algum texto e um vídeo.

A análise de conteúdo desta pesquisa concentrou-se nas publicações no formato de **texto** que Jair Bolsonaro publicou em seu perfil. Também foram consideradas as publicações de **texto com imagem** ou somente de **imagem** (havia muitos textos em muitas das imagens compartilhadas), os **tweets com comentários**, por serem predominantemente de textos, e, por fim, todos os textos de qualquer publicação em outro

formato que integrasse uma sequência<sup>11</sup> de publicações pertencentes aos formatos estabelecidos para o recorte. Os comentários, apesar de serem em textos, não foram analisados porque a maioria era somente o emoji<sup>12</sup> da bandeira do Brasil e não acrescentaria algo relevante à análise. Para identificar quais das publicações pertenciam ao recorte desta pesquisa classificou-se cada uma delas de acordo seus formatos. A coleta desses dados ocorreu da seguinte maneira:

Tabela 2: Dados coletados para a pesquisa

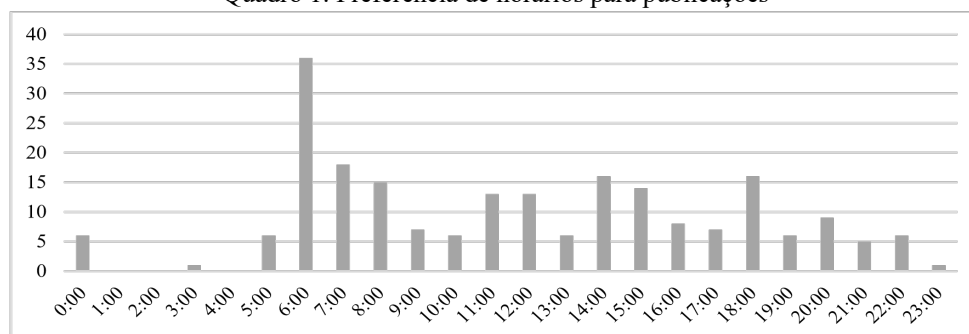
Horário da publicação do tweet	De todas as publicações do mês de abril de 2022
Data da publicação do tweet	
Formato da publicação do tweet	
Se a publicação integrava uma sequência ou não	
Data da coleta desses dados	
Horário da coleta desses dados	
Link para a publicação	
Texto do tweet	Somente das publicações pertencentes aos formatos definidos para o recorte desta pesquisa

(Fonte: os autores)

## Resultados

Foram ao todo 215 ações em abril (entre comentários, publicações, retweets etc.), com uma média de 7 ações por dia. Jair Bolsonaro mostrou preferência por realizar suas atividades no Twitter pela manhã (44% das vezes) e em suas primeiras horas, às 06h:00 (17%) e 07:00 (8%), mas também pela tarde (30%), às 14:00 (7%) e 18:00 (7%), como demonstrado nos gráficos a seguir:

Quadro 1: Preferência de horários para publicações

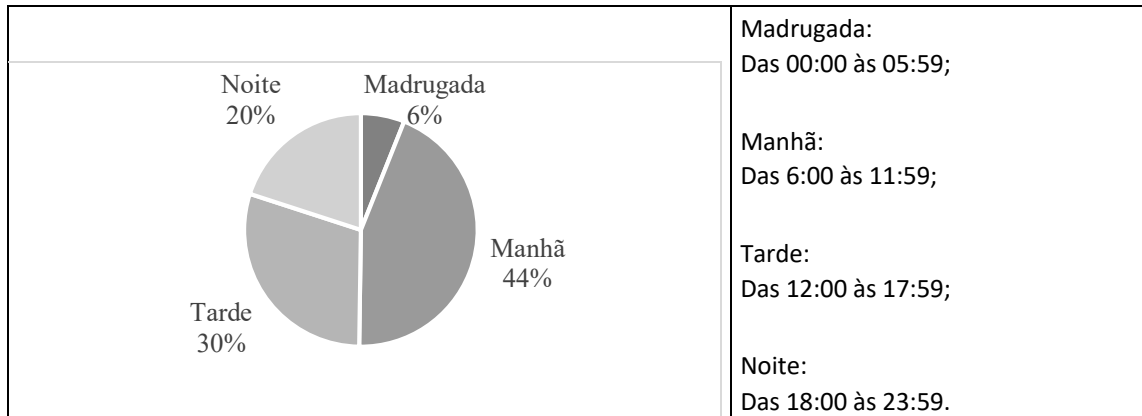


(Fonte: os autores)

<sup>11</sup> Sequência: dois ou mais tweets que se vinculam e se organizam um após o outro (Fonte nossa).

<sup>12</sup> Figuras ilustradas presentes nos teclados de smartphones que representam objetos, sentimentos (Fonte: os autores).

Quadro 2: Preferência dos períodos do dia para publicações



(Fonte: os autores)

O dia de abril mais ativo foi o 19, com 15 ações. Neste dia, em específico, o presidente falou, além de outros assuntos, sobre os investimentos realizados pelo governo federal em saneamento básico, aproveitou para, também, criticar os governos anteriores e promover o seu governo, como exemplificado nos trechos a seguir retirados de uma sequência:

Falando em esgoto, sancionamos em 2020 o Marco do Saneamento, que aumentou os investimentos de R\$ 4,5 para 50 BILHÕES/ano e finalmente tornará realidade a universalização do saneamento básico no país, levando esgoto e água tratada a milhões de brasileiros até então abandonados. (BOLSONARO, 2022) <sup>13</sup>

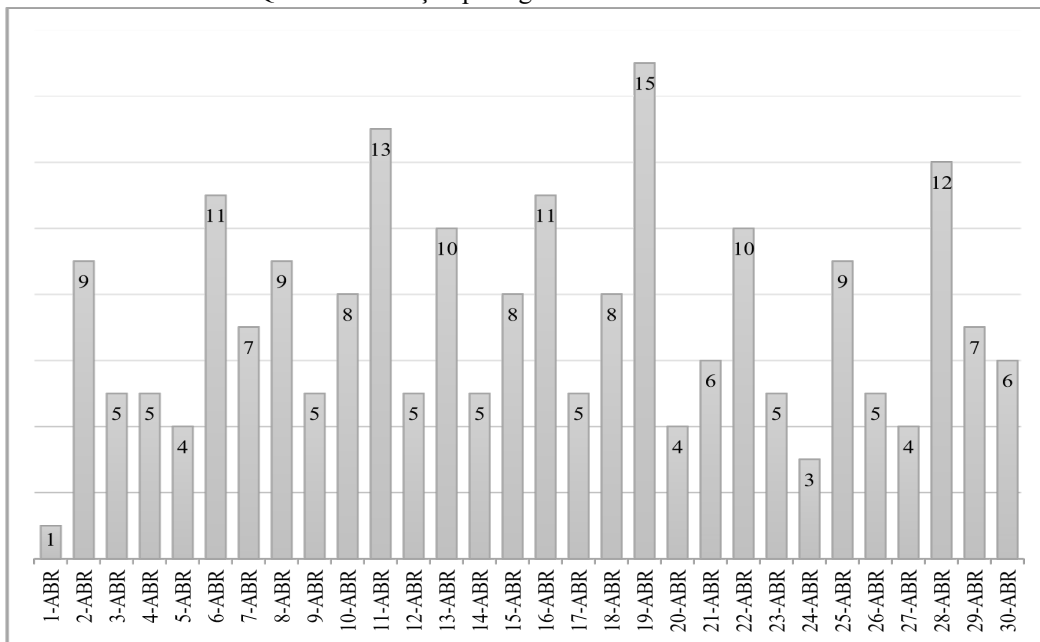
Governos anteriores tiveram tempo mais do que suficiente para resolver a situação de uma vez por todas, mas preferiram vender falsa esperança e saquear o país. Precisou chegar ao meu governo para que se buscasse uma solução definitiva para um problema tão primitivo. (BOLSONARO, 2022) <sup>14</sup>

No próximo Quadro 3, a relação do número de postagens pelos dias do mês de abril de 2022 onde se observa que em cinco dias foram dez postagens ou mais. E em outros cinco dias forma quatro postagens ou menos.

<sup>13</sup> BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1516553137821265936>>. Acesso em: 26 jun. 2022.

<sup>14</sup> BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1516553141256400897>>. Acesso em: 26 jun. 2022.

Quadro 3: Relação postagens / dias do mês de abril



(Fonte: os autores)

Em relação aos formatos das publicações, descobrimos que o tipo de tweet mais usado por Jair Bolsonaro em abril de 2022 foram aqueles somente com o uso de **texto** (42%), demonstrando uma clara preferência pelo formato mais rápido de se “compartilhar os pensamentos” na rede social. Os dados completos estão dispostos na tabela a seguir:

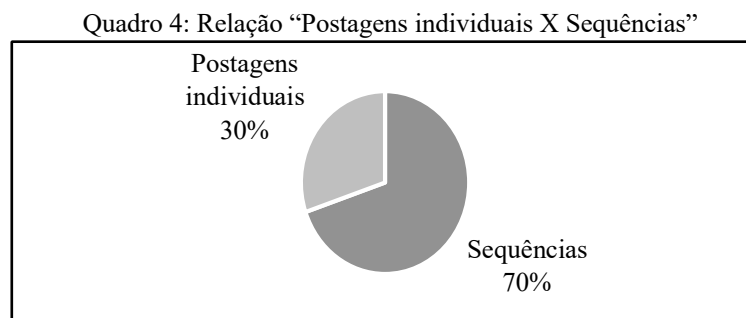
Tabela 3: Quantidade de utilização dos formatos

Formato	Quantidade de vezes utilizado
Texto	91
Texto com vídeo	44
Texto com imagem	29
Comentário	28
Tweet com comentário	6
Vídeo	6
Texto com link	5
Imagem	3
Tweet com comentário e imagem	2
Tweet com comentário e vídeo	1

(Fonte: os autores)

Há de se entender que no Twitter, há um limite de caracteres por publicação (280)<sup>15</sup>, portanto não há como fazer uma publicação longa em um mesmo tweet. Para isso, é necessário realizar uma sequência, dois ou mais tweets que se vinculam e se organizam um após o outro (detalhar melhor o que é uma sequência).

A sequência foi um recurso que Jair Bolsonaro utilizou bastante em abril de 2022. De todas as 215 publicações, 150 delas integravam alguma sequência (70%), como reportado no gráfico a seguir:



E das as 215 publicações totais, 129 delas integram o recorte da análise desta pesquisa (textos das publicações pertencentes aos formatos **texto**, **imagem**, **texto com imagem** e **tweet com comentário**, bem como bem como aqueles inseridos em imagens e em publicações de outros formatos, desde que estes integrassem uma sequência com publicações nos formatos estabelecidos para o recorte desta pesquisa), representando 60% de todas as publicações de abril de 2022, como reportado no gráfico a seguir:

Tabela 4: Relação percentual dos formatos utilizados

Formato	Quantidade de vezes utilizado	%
Texto	91	42%
Texto com imagem	29	13%
Tweet com comentário	6	3%
Imagem	3	1%
Outros formatos	1	40%

(Fonte: os autores)

<sup>15</sup> ROSSINI, M. C. Como se definiu o número de caracteres de um tweet? **Super**, 2021. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/como-se-definiu-o-numero-de-caracteres-de-um-tweet/>>. Acesso em: 26 jun. 2022.

### Análise de conteúdo

Uma vez com as postagens devidamente identificadas conforme seu formato, transcreveu-se os textos daquelas com o formato determinado para integrar o recorte desta pesquisa e submeter o arquivo com estas transcrições para os softwares de análise. Contabilizou-se um total de 6.314 palavras. Na imagem a seguir, uma “nuvem” com as palavras que mais se repetiram nesses tweets<sup>16</sup>:

Figura 1: Palavras que mais se repetiram nos tweets do recorte



Nesta nuvem de palavras, o tamanho da palavra representa a quantidade de vezes que ela se repetiu ao longo do mês de abril. Quanto maior seu tamanho, maior foi a sua recorrência. Pode-se observar que as palavras maiores se referem à quantificação de alguma coisa (bilhões, milhões), também à termos referentes à assuntos econômicos (impostos, imposto, importação) e ao Governo Federal. Na tabela seguinte, categorizou-se cada uma das 50 palavras mais recorrentes (já organizadas em ordem decrescente) com um termo semântico preliminar, a fim de compreender-se o principal tema abordado por Jair Bolsonaro em seu Twitter ao longo do mês de abril de 2022:

<sup>16</sup> Feito no software NVivo, programado para exibir palavras com mais de 5 caracteres (para evitar conjunções).



Tabela 5: Ranking das palavras mais usadas por Jair Bolsonaro no seu Twitter ao longo do mês de abril de 2022

Palavra	Contagem	Categoria semântica preliminar
bilhões	54	Quantidade
milhões	37	Quantidade
brasil	31	Substantivo
importação	31	T <sup>17</sup> econômico
impostos	25	T econômico
imposto	24	T econômico
federal	24	T político
@govbr	23	Conta do Twitter
governo	22	T político
energia	21	T geral
sobre	21	T geral
telegram	20	T comunicacional
informações	18	T comunicacional
nosso	18	T geral
https	17	T de informática
redução	17	T econômico
produtos	17	T geral
zerados	16	T econômico
foram	15	T geral
bolsonaro	13	Substantivo
estados	13	T geográfico
municípios	13	T geográfico
todos	13	T geral
zerado	12	T econômico
contra	12	T geral
programa	12	T político
economia	11	T econômico
ações	11	T político
decreto	11	T político
covid	10	Substantivo
investimentos	10	T econômico
desde	10	T geral
combate	10	T político
@govbrazil	9	Conta do twitter

<sup>17</sup> T = abreviação da palavra “termo”.

jairbolsonarobrasil	9	T comunicacional
detalhes	9	T comunicacional
diariamente	9	T comunicacional
auxílio	9	T econômico
setor	9	T econômico
entre	9	T geral
equipamentos	9	T geral
peessoas	9	T geral
famílias	9	T político
bilhão	8	Quantidade
atualizadas	8	T comunicacional
crime	8	T de segurança pública
cerca	8	T econômico
ainda	8	T geral
geração	8	T geral
nacional	8	T político

(Fonte: os autores)

Na tabela a seguir, o *ranking* com os resultados do somatório das contagens das palavras por categoria semântica preliminar, que demonstra a que os termos econômicos, políticos e citação de quantidades foram os mais utilizados no mês de abril:

Tabela 6: Somatória das contagens das palavras por categoria semântica preliminar

<b>Categoria semântica preliminar</b>	<b>Somatória das contagens</b>
Termo econômico	172
Termo geral <sup>18</sup>	170
Termo político	107
Quantidade	99
Termo comunicacional	73
Substantivo	54
Conta do Twitter	32
Termo geográfico	26
Termo de informática	17
Termo de segurança pública	8

(Fonte: os autores)

Continuando com uma análise mais minuciosa, verificou-se o contexto que foi utilizado as cinco palavras mais frequentes, que foram:

<sup>18</sup> Os termos gerais (os segundos mais repetidos) não apontam a nenhum tema em específico, mas faz sentido sua recorrência, pois, certamente, complementam os demais termos e assuntos das publicações.

Tabela 7: As cinco palavras mais frequentes

Palavra	Quantidade de utilizações
bilhões	54
impostos / imposto <sup>19</sup>	49
milhões	37
importação	31
brasil	30 <sup>20</sup>
TOTAL	201 palavras

(Fonte: os autores)

A partir dessas palavras, verificou-se os contextos que foram utilizadas para, assim, realizar mais codificações, dessa vez em categorias temáticas, para compreender o assunto geral em ao qual a palavra foi inserida e utilizada, para, dessa forma, criar um entendimento geral e apontar uma tendência. Os resultados foram:

Tabela 8: Contextos da palavra “Bilhões”

Contexto utilizado com a palavra “Bilhões”	Quant.	Categoria temática
Gastos extraordinários para o combate à Covid	2	Gastos
Investimentos em saneamento básico	1	Investimentos
Investimentos em segurança	1	Investimentos
Pagamento de Auxílio Emergencial a cidadãos	25	Auxílio financeiro
Prejuízo ao narcotráfico	1	Prejuízo ao crime
Redução de impostos	5	Auxílio financeiro
Repasse e renegociações de dívidas durante a pandemia	1	Auxílio financeiro
Repasse federais para combate à Covid -19	9	Auxílio financeiro
Repasse para estados e municípios durante a pandemia	2	Auxílio financeiro
Repasse para o Auxílio Brasil	1	Auxílio financeiro
Repasse para o Auxílio Emergencial	1	Auxílio financeiro
Superávit em estados e municípios em 2020	1	Superávit
Suspensão de dívidas dos estados e municípios	2	Auxílio financeiro
Valor destinado à manutenção da cultura em estados e municípios	1	Custo
Valor que os bancos não arrecadaram com por causa do pix	1	Dinheiro economizado
TOTAL	54	---

(Fonte: os autores)

<sup>19</sup> O software contabilizou separadamente os termos “impostos” (25 utilizações) e “imposto” (24 utilizações), porém como significam a mesma coisa, analisou-se os dois termos justamente.

<sup>20</sup> O software contabilizou o termo “brasil” 31 vezes, porém, um dos termos foi usado para denominar o perfil de uma conta no Twitter e, por isso, foi desconsiderado na análise por não trazer algo relevante à pesquisa.

Tabela 9: Contextos da palavra “Imposto / Impostos”

<b>Contexto utilizado com a palavra “Imposto / Impostos”</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Categoria temática</b>
Criação de impostos	1	Tributação
Redução de impostos	17	Auxílio financeiro
Redução ou zeramento de impostos	2	Auxílio financeiro
Zeramento de impostos	29	Auxílio financeiro
TOTAL	49	---

(Fonte: os autores)

Tabela 10: Contextos da palavra “Milhões”

<b>Contexto utilizado com a palavra “Milhões”</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Categoria temática</b>
Arrecadação com venda de imóveis do governo	1	Dinheiro arrecadado
Arrecadação em leilões	2	Dinheiro arrecadado
Casas para abastecer com energia eólica	1	Casas
CPFs elegíveis para o Auxílio Emergencial	1	CPFs
Doses de vacina adquiridas	1	Imunização da população
Doses de vacina distribuídas	1	Imunização da população
Habitantes a beneficiar com energia eólica	1	Pessoas
Investimentos no setor audiovisual	1	Investimentos
Investimentos para reforma do Museu do Ipiranga	1	Investimentos
Investimentos por desestatização portuária	2	Investimentos
Pessoas alcançadas pelo Auxílio Brasil	1	Pessoas
Pessoas assistidas pelo Auxílio Emergencial	1	Pessoas
Pessoas que não recebiam saneamento básico	1	Pessoas
Pessoas que receberão saneamento básico	2	Pessoas
Prejuízo ao crime organizado	1	Prejuízo ao crime
Repasses à instituições de ensino	3	Auxílio financeiro
Repasses federais para combate à Covid -19	12	Auxílio financeiro
Vacinas distribuídas	1	Imunização da população
Valor de mercadorias destinadas à instituições beneficentes do Nordeste	1	Auxílio com mercadorias
Vidas salvas durante a pandemia	2	Pessoas
TOTAL	37	---

(Fonte: os autores)

Tabela 11: Contextos da palavra “Importações”

Contexto utilizado com a palavra “Importações”	Qtd.	Categoria temática
Redução de impostos	10	Auxílio financeiro
Suspensão de impostos	1	Auxílio financeiro
Zeramento de impostos	20	Auxílio financeiro
TOTAL	31	---

(Fonte: os autores)

Tabela 12: Contextos da palavra “Brasil”

Contexto utilizado com a palavra “Brasil”	Qtd.	Categoria temática
Localização	12	Localização
Marca <sup>21</sup>	6	Marca
Nação	11	Nação
Slogan	1	Marca
TOTAL	30	---

(Fonte: os autores)

Ao organizar a visualização dos dados das subcategorias temáticas, observa-se que Jair Bolsonaro insistiu falar frequentemente a respeito dos valores repassados às iniciativas de auxílio financeiro realizados no período pandêmico (como o Auxílio Emergencial e Auxílio Brasil), porém, o dia 12 de abril teve um grande peso, explicando um pouco da disparidade do tema “Auxílio Financeiro”. Neste dia, em específico, Jair Bolsonaro publicou uma imagem listando todos os estados brasileiros e os respectivos valores repassados para auxílio financeiro, num total de “R\$ 375 bilhões em repasses para estados e municípios” (BOLSONARO, 2022)<sup>22</sup>, o que impulsionou a utilização dos termos “bilhões” e “milhões”.

Um segundo tipo de auxílio financeiro foi a redução e/ou zeramento de impostos que, de forma semelhante ao exemplo supracitado, impulsionou a utilização dos termos “imposto” e “impostos” no dia 18 de abril, quando Jair Bolsonaro publicou três imagens listando-os.

<sup>21</sup> Utilização da palavra “Brasil” para integrar marcas como o título do programa “Auxílio Brasil”, que substituiu o “Bolsa Família”.

<sup>22</sup> BOLSONARO, J. *Twitter*, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1513896441852354562>>. Acesso em: 27 jun. 2022.

---

## Considerações finais

A partir de tudo o que foi analisado ao longo da pesquisa, infere-se que a preferência por realizar suas publicações no período da manhã, em especial às 06:00, ou é porque Jair Bolsonaro acorda bem cedo ou porque postar nesse horário melhora o alcance de suas publicações, visto que é um horário em que os brasileiros costumam acordar para se preparar para ir ao trabalho e, nesse meio tempo, acessam suas redes sociais e já serão impactadas pelas publicações dele.

A significativa presença dele na rede social, com uma média de 7 ações diárias, revela a utilidade do Twitter como uma plataforma de comunicação rápida, barata e eficiente para atingir às massas, e com o recurso das “publicações em sequências”, Jair Bolsonaro não precisou ser muito sintético em suas ideias, podendo-as desenvolver ao publicá-las uma após as outras, utilizando, principalmente, as publicações de texto (somente).

A insistência em abordar assuntos financeiros relacionados aos impostos que foram reduzidos e/ou zerados, além dos montantes repassados para estados e municípios durante o período pandêmico, pode ser entendido a partir de duas frentes:

A primeira é que ele, como representante máximo do poder executivo, utiliza da sua liberdade de expressão e do princípio da publicidade da administração pública para comunicar aos cidadãos brasileiros informações de interesse público. A segunda interpretação trata-se da questão de pré-campanha eleitoral<sup>23</sup>, pois é possível entender que, ao divulgar esses dados, sua equipe de comunicação busca criar uma narrativa persuasiva argumentativa de que ele está realizando um trabalho bom como presidente da nação e, portanto, mereça ser reeleito para continuar realizando esse trabalho, tendo em vista os valores repassados para os auxílios financeiros, bem como os exemplos de impostos zerados ou reduzidos.

---

<sup>23</sup> A pré-campanha eleitoral envolve todo o período que antecede a campanha eleitoral oficial (que acontece somente em ano de eleições) e envolve as ações que os pretensos candidatos a um cargo político realizam para promover suas ações, ideias e propostas, desde que não realizem pedido explícito de voto. O artigo 36-A da Lei Eleitoral prevê quais desses atos não serão considerados propaganda eleitoral antecipada (o que é crime), sendo um desses atos a divulgação de atos parlamentares.

---

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Augusto Pinheiro Luís Antero Reto. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BLASI, B. G. D. Twitter tem aumento recorde em número de usuários no 2º trimestre de 2020. **Tecnoblog**, 2020. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/noticias/2020/07/23/twitter-tem-aumento-recorde-em-numero-de-usuarios/>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1516553137821265936>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1516553141256400897>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1513896441852354562>>. Acesso em: 27 jun. 2022.
- BOLSONARO, J. **Twitter**, 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1516161523198177281>>. Acesso em: 27 jun. 2022.
- DICIONÁRIO PRIBERAM. Engajamento. **Dicionário Priberam**. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/engajamento>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- DICIONÁRIO PRIBERAM. Tweet. **Dicionário Priberam**. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/tweet>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- JUSBRASIL. Artigo 36A da Lei nº 9.504 de 30 de Setembro de 1997. **JusBrasil**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/28003009/artigo-36a-da-lei-n9504-de-30-de-setembro-de-1997>>. Acesso em: 27 jun. 2022.
- ROSSINI, M. C. Como se definiu o número de caracteres de um tweet? **Super**, 2021. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/como-se-definiu-o-numerode-caracteres-de-um-tweet/>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus Editora, 2010.
- SIGNIFICADO de Link. **Significados**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/link/>>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- WIKIPÉDIA. Jair Bolsonaro. **Wikipédia - A enciclopédia livre**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Jair\\_Bolsonaro](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jair_Bolsonaro)>. Acesso em: 27 jun. 2022.
- ZILIO, R. L. A pré-campanha: limites e vedações. **Revista Brasileira de Direito Eleitoral**, Belo Horizonte, 2018.