

Políticos nas redes. Twitter é para manusear com cuidado, “pode suscitar reações prejudiciais”

02 out, 2020 - 19:58 • Pedro Mesquita e Daniela Espírito Santo

Donald Trump e António Costa são os políticos “Reis do Twitter” a nível internacional e nacional, respetivamente. Investigador Pedro Magalhães fala numa rede direcionada a pessoas mais informadas e polarizadas, que serve para marcar a agenda e pode autoinfligir danos aos utilizadores menos experientes.



Foto: EPA

O Twitter está a ganhar cada vez mais importância na comunicação política e foi, por exemplo, o meio utilizado por Donald Trump para anunciar ao mundo que estava infetado com Covid-19. O Presidente norte-americano é um dos “Reis do Twitter”, mas aquela rede social não é para todos e pode fazer “ricochete”, diz à **Renascença** Pedro Magalhães, investigador do Instituto de Ciências Sociais.

Donald Trump, que é sem dúvida o político mundial mais ativo no Twitter, tem hoje 87 milhões de seguidores. Mais do que ele só Barack Obama, com 123 milhões, mas já não é um líder político em funções.

Em Portugal a contagem não se faz em milhões, mas em milhares e é António Costa quem tem mais seguidores no Twitter: cerca de 159 mil.

Dos políticos analisados pela **Renascença**, seguem-se Ana Gomes, com 91 mil; Catarina Martins, com 87 mil; Rui Tavares, com 65 mil; Marisa Matias, 53 mil; André Ventura, 36 mil e Rui Rio, com 29 mil.



Pouco influentes no Twitter são ainda líder do CDS, Francisco Rodrigues dos Santos, com pouco mais de cinco mil seguidores; e o candidato presidencial do PCP, João Ferreira, com três mil.

Para os políticos mais habituados à linguagem do Twitter, esta é uma ferramenta particularmente vantajosa e cada vez mais usada, sublinha em declarações à **Renascença** Pedro Magalhães, investigador do Instituto de Ciências Sociais.

“Verificamos que os responsáveis políticos, de forma cada vez mais frequente e generalizada, têm contas de Twitter e comunicam, por vezes, factos importantes pelo Twitter. Com uma vantagem adicional para os políticos, porque comunicam diretamente com alguns dos seus eleitores, não precisam da mediação dos jornalistas. Mas este aspeto é importante: o Twitter não serve para comunicar com uma fatia representativa da população, são tendencialmente pessoas mais informadas, mais interessadas por política e, em comparação com a população em geral, mais polarizadas, mais radicais.”

Na prática, os políticos escapam às perguntas dos jornalistas, mas não é por isso que a notícia deixa de ser transmitida pela comunicação social. Quem faz política e já está a pensar que "é só vantagens", não será necessariamente assim. É apenas para quem sabe usar o Twitter, explica Pedro Magalhães.

“Pode ter vantagens e desvantagens para os políticos. É evidente que no Twitter há contraditório, e até muito intenso, radical e forte, mas há políticos em que esse debate é o terreno em que se movem. Antes de mais, estaremos a pensar num político como o Presidente dos Estados Unidos, para quem suscitar reações polarizadas, uma discussão muito intensa, que muitas vezes possa afastar o debate de temas que lhe são prejudiciais, é uma estratégia muitas vezes usada e na qual jornalistas e consumidores de informação caem quase inevitavelmente.”

Mas a linguagem do Twitter pode ser arriscada, sobretudo quando o político não a domina bem, refere o investigador do Instituto de Ciências Sociais.

“Muitas vezes o uso é feito com um certo desconhecimento dos códigos e da forma como se debate política no Twitter, e pode suscitar reações prejudiciais. Mas, para um político como Donald Trump, esta é uma plataforma útil para conseguir, na mesma, chegar ao público em geral e transmitir factos e mensagens que interesse transmitir, mas para suscitar um tipo de debate que, em geral, tem-lhe sido útil e conveniente.”

O que vale o populismo em toda esta equação? O Twitter pode ser, pelo menos, uma arma para desviar a atenção dos temas prejudiciais a um político e “aumentar o entusiasmo e radicalismo” das bases de apoio, admite Pedro Magalhães.