

TWIPLOMACY: A ASCENSÃO DE DONALD TRUMP EM 140 CARACTERES

Twiplomacy: the rise of Donald Trump in 140 characters

Fernanda Cristina Nanci Izidro Gonçalves¹

Marcella Germano de Assis²

Introdução

Estados e Organizações internacionais estão percebendo o potencial da tecnologia digital modificar a forma como as interações sociais, políticas, econômicas e culturais são conduzidas. Em particular, a adoção da diplomacia digital, ou seja, o uso de mídias sociais para fins diplomáticos, tem implicado mudanças nas práticas dos diplomatas e na forma como lidam com a gestão da informação, a diplomacia pública, o planejamento estratégico, as negociações internacionais e a gestão de crises (BJOLA; HOLMES, 2015).

O Twitter, criado em 2006, se tornou uma ferramenta importante na chamada diplomacia digital (MARTEL, 2015). Conhecido por ser rápido, é uma rede social e um servidor para *microblogging*, que concede aos seus usuários o poder de enviar e receber atualizações de outros usuários selecionados em textos de até 280 caracteres³. Esses textos são conhecidos como *tweets* e por padrão são públicos, mas podem ser transmitidos de forma privada apenas para certos seguidores. Os *tweets* podem incluir *hashtags*, palavras ou frases escritas inicialmente com o símbolo #, usadas para indexar palavras-chave ou tópicos, permitindo que as pessoas sigam facilmente os assuntos de seu interesse. Com mais de 328 milhões de usuários ativos, é só twittar, ser retweetado, e logo o conteúdo é disseminado.

Desse modo, o Twitter tem poder de impacto nas relações sociais, políticas e internacionais uma vez que, além de conectar a sociedade internacional, eliminar barreiras físicas e ser um ambiente de opinião pública mundial, estabelece e estimula a liberdade de expressão e a comunicação entre os cidadãos, seus

¹Doutoranda em Ciência Política pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP/UERJ). Mestre em Relações Internacionais pela PUC-Rio. Atualmente é coordenadora e professora do curso de Relações Internacionais do Centro Universitário La Salle-RJ. Email: fnanci@gmail.com

² Possui graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário La Salle - Niterói (2017). Atualmente é professora de conversação de inglês - Cultura Inglesa. Tem interesse nas seguintes áreas acadêmicas: Segurança Internacional, Diplomacia Digital, Diplomacia do Twitter, Análise de Política Externa. Email: marcella.germano@hotmail.com

³ O Twitter atualmente permite o uso de 280 caracteres, porém durante a campanha presidencial os *tweets* permitiam no máximo o uso de até 140 caracteres.

respectivos líderes e entidades estatais. Ademais, essa rede social se tornou determinante para alguns países em termos de segurança nacional. China, Irã, Turquia, Vietnã, Coreia do Norte e Paquistão, por exemplo, bloqueiam o acesso ao Twitter por motivos que incluem desde controlar a população à proteção de suas informações sigilosas, a fim de evitar ataques cibernéticos⁴. O *Wikileaks* e os vazamentos promovidos por Edward Snowden são exemplos do poder do mundo digital e de como divulgações não desejadas podem acontecer em ampla proporção, afetando a segurança nacional dos Estados.

No ciberespaço, os limites e as fronteiras tradicionais desaparecem, o que leva a população mundial a estar mais conectada, facilitando a troca de informações e propiciando mudanças nas relações sociais. Como afirma Castells (2003, p.255), a “internet é – e será ainda mais – o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos – aquela que eu chamo de sociedade em rede”. Essa sociedade em rede abre a possibilidade para participação de todos os tipos de forças políticas, visto que a internet oferece um canal de difusão de distintas ideias. Nesse sentido, a internet e o uso das redes sociais permite uma interatividade que não existia anteriormente, abrindo portas para novas possibilidades de relação (MARTEL, 2015). Essas novas possibilidades são aproveitadas não apenas por atores da sociedade, mas por atores políticos, como evidencia o uso do Twitter em eleições presidenciais, como plataforma de campanha.

Em 2008, o ex-presidente estadunidense Barack Obama investiu no Twitter no campo político e eleitoral. Foi a primeira campanha política a aproveitar o poder desta rede para propagar ideias, obter apoio e fazer as pessoas se envolverem. A campanha reescreveu as regras de como atingir eleitores, arrecadar dinheiro, organizar voluntários, monitorar a opinião pública, além de lidar com ataques políticos (PILKINGTON, 2012). As eleições americanas de 2016 também usufruíram do Twitter, mas foram marcadas pelo uso da ferramenta não apenas como plataforma para expor suas propostas, mas como campo de batalha. O impacto do Twitter nas eleições causou uma grande repercussão no mundo, pois o candidato republicano, Donald Trump, conseguiu chamar a atenção da população com sua conta no Twitter, vencendo sua oponente e se tornando o presidente dos Estados Unidos (EUA). Não se quer afirmar que o Twitter seja o responsável por sua eleição, mas percebe-se que a utilização dessa ferramenta mobilizou uma grande atenção para o candidato, sendo importante para sua campanha presidencial, visto que o mesmo o utilizou como uma plataforma para suas propostas de governo, ações de campanha eleitoral e para a interação com seus eleitores.

A partir do exposto, este artigo tem como objetivo analisar como o Twitter foi utilizado como importante ferramenta nas eleições americanas de 2016, servindo como plataforma de campanha para que o então candidato Donald Trump ganhasse mais apoio frente à sua concorrente, Hillary Clinton. Desse modo, busca-se analisar a campanha de Trump na plataforma do Twitter com ênfase em três dos mais importantes temas discutidos durante a disputa eleitoral: (i) imigrantes e refugiados; (ii) terrorismo; (iii) relações com a

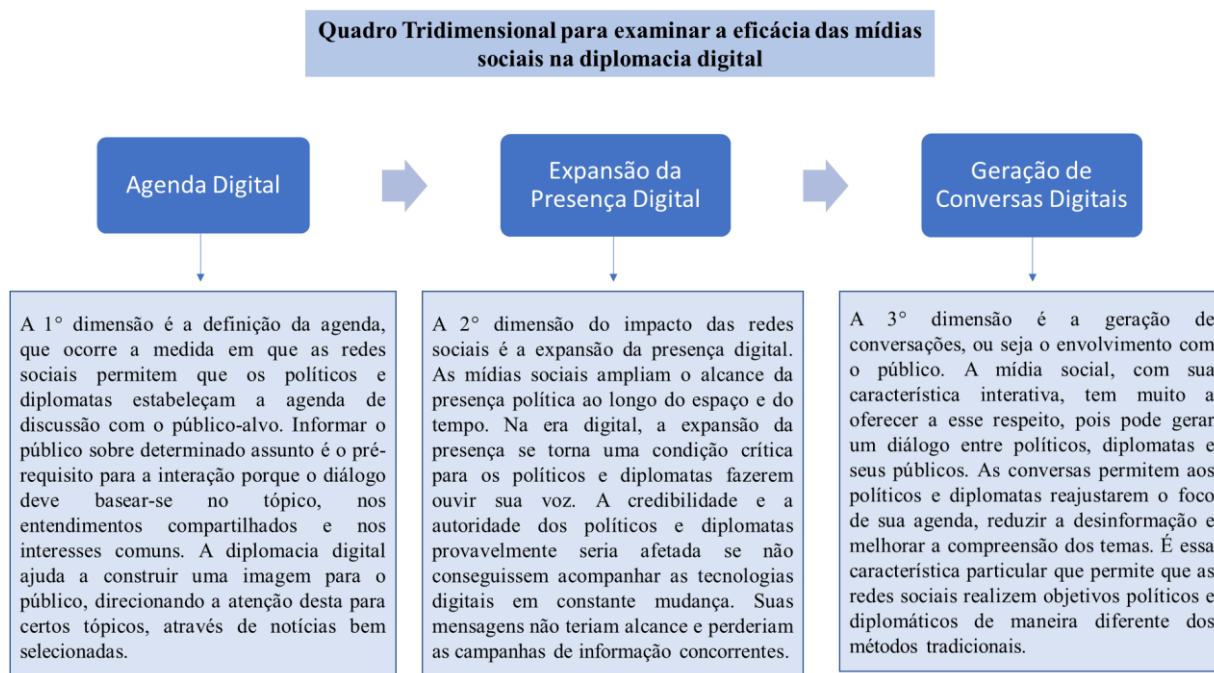
⁴ O site de *microblogging* chinês *Sina Weibo* é um exemplo de como alguns desses governos procuram criar equivalentes locais ao Twitter. O *Sina.com* iniciou seu serviço *Weibo* em abril de 2011 e com uma notável evolução desde então, não apenas por causa de seu sucesso na promoção da transparência e prestação de contas com o governo, mas também por possibilitar que os internautas chineses alcancem as tendências mundiais.

Rússia. Esses temas foram selecionados, pois são assuntos em que os candidatos americanos mais divergiram, além de terem sido frequentemente abordados em debates, pelos jornais, pela população e pelo próprio candidato republicano em sua conta no Twitter. Para tanto, considera-se a campanha eleitoral desde o momento em que Trump foi eleito representante de seu partido nas pré-eleições americanas, em 21 de julho de 2016, até o fim da campanha, no dia 08 de novembro de 2016, com ênfase no ambiente do Twitter.

Considerando o objetivo apresentado, este artigo busca responder a seguinte questão: como o Twitter foi utilizado por Trump como instrumento de campanha nas eleições americanas de 2016? Para orientar a investigação, parte-se da ideia de que o Twitter, embora não tenha sido o único responsável pelo resultado das eleições, desempenhou um papel fundamental ao ampliar a visibilidade do candidato republicano e de sua plataforma de campanha, permitindo a propagação de suas ideias. Trump utilizou a rede social para descrever sua agenda política, transmitir suas ideias, cativar apoiadores para sua campanha e contradizer os seus rivais políticos, realizando o que pode ser compreendido como diplomacia digital.

Para analisar o tema proposto, utiliza-se o método de análise de conteúdo – um conjunto de técnicas da análise das comunicações. A finalidade é analisar, através deste método, as mensagens *twittadas* por Trump enquanto candidato para inferir conhecimento sobre o emissor da mensagem ou sobre seu meio. Para investigar a relevância da utilização do Twitter como instrumento de campanha pelo candidato e sua estratégia de diplomacia digital, este artigo investiga como as redes sociais podem ser utilizadas para estabelecer uma “agenda digital”, definindo temas centrais na agenda política; expandir a “presença digital”, potencializando o alcance da mensagem; e gerar “conversas digitais”, ampliando a interação com o público (BJOLA; JIANG, 2015, p. 72). O passo a passo para este exame é descrito no quadro 1 apresentado abaixo.

Quadro 1: Quadro tridimensional para examinar a eficácia das mídias sociais na diplomacia digital



Fonte: Elaboração própria a partir de Bjola e Jiang (2015, p. 72-87).

Este artigo é composto por quatro seções, além desta introdução. A segunda seção apresenta a perspectiva analítica que fundamenta esta análise, assim como a definição dos principais conceitos utilizados. A seção seguinte expõe o estudo de caso da pesquisa, focando em três dos temas mais abordados pela campanha. Por fim, a última seção apresenta a conclusão.

Discussão Conceitual

A aplicação das mídias sociais ao campo da diplomacia foi aclamada como um desenvolvimento transformador da política internacional. Não só as redes sociais podem transcender as cadeias hierárquicas e de poder da comunicação diplomática, trazendo as pessoas comuns para o centro das atenções da vida política, como permite a possibilidade de promover conversas esclarecedoras com um amplo segmento da população do país em que operam (BJOLA; JIANG, 2015).

Essa diplomacia praticada através de ambientes altamente interativos e ricos em informações é denominada diplomacia digital, que é definida como uma estratégia de gerenciamento de mudanças através de ferramentas digitais e colaboração virtual (HOLMES, 2015). Estudos recentes sobre o papel da tecnologia na diplomacia tendem a se concentrar na prática da disseminação da informação como um tipo de gestão do conhecimento. O advento de novas tecnologias, como o Twitter, atraiu muita atenção para compreender como os Estados e seus atores podem disseminar informações para grupos específicos dentro de seu território e no exterior (HOLMES, 2015, p. 18).

A diplomacia digital pode ser entendida como uma extensão nova e prática do conceito de *soft power*⁵. Nye Jr. (2004) argumenta que as condições para projetar o *soft power* mudaram dramaticamente nos últimos anos, pois a revolução da informação e a globalização estão transformando e encolhendo o mundo. Na era digital, mais do que nunca, informação é poder e hoje uma parte muito maior da população mundial tem acesso a esse poder. Os avanços tecnológicos levaram a uma redução dramática nos custos de processamento e transmissão de informações. Nesse cenário, a credibilidade nas informações e mensagens tornaram-se fontes importantes de *soft power*. A política, na realidade, tornou-se um concurso de credibilidade competitiva. Como aponta Nye Jr. (2004), no mundo da política de poder tradicional, se discute se são as forças armadas ou a economia que ganha, contudo, em uma era da informação, pode-se pensar, em última análise, sobre qual história ganha.

Durante seu mandato como Secretária de Estado dos EUA, Condoleezza Rice (2005-2009) pressionou seu departamento a se envolver no que chamou de diplomacia transformacional, que significava tornar o Departamento de Estado “*smarter*”, transformando antigas instituições diplomáticas para servir novos propósitos diplomáticos. Sua sucessora, Hillary Clinton, procurou complementar as ferramentas tradicionais

⁵ O conceito de *soft power* de Nye Jr. (2004) consiste na capacidade de moldar as preferências dos outros. Liderança não é apenas uma questão de emissão de comandos, mas também envolve liderar pelo exemplo e atrair outros para o que você quer. Similarmente, as práticas contemporâneas de política baseada na comunidade dependem em tornar a política amigável e atraente. O conceito é chamado de “a segunda face do poder”, pois um país pode obter os resultados desejados na política mundial porque outros países admira m seus valores, imitam seu exemplo, aspiram ao seu nível de prosperidade e abertura.

de política externa com instrumentos inovadores e adaptados, que aproveitaram as tecnologias informacionais disponibilizadas pelo mundo interligado para os interesses do Estado (BJOLA; JIANG, 2015).

Entre todas as redes sociais, o Twitter pode ser percebido como a mais importante para desempenhar um papel na política porque cria um método para gerenciar as relações internas e externas entre os países e demais atores, e promove uma ideia sem precedentes de comunidade entre o público global. Como resultado, os líderes mundiais tomaram nota da rápida expansão do Twitter e este continua a ser um mecanismo para envolver a formulação de políticas com a participação ativa dos cidadãos. Logo, esse processo é especialmente importante quando se trata de criar políticas em âmbito internacional. A interação de vários líderes mundiais com uma conta do Twitter resultou no termo “*twiplomacy*”, que se refere ao uso do Twitter pelos chefes de Estado, líderes de organizações intergovernamentais e diplomatas para estabelecer posições em questões nacionais e internacionais (TORREALBA, 2015, p. 155-156).

O fenômeno *twiplomacy* tem ligação com a crescente necessidade de políticos terem maior contato com as pessoas, pois a plataforma de comunicação do Twitter promove a divulgação imediata de informações que podem chegar a milhões de pessoas em segundos, independentemente da sua localização, além de fortalecer sua estabilidade política. O Twitter tem dois grandes efeitos positivos na política externa: incentiva uma troca benéfica de ideias entre políticos e sociedade civil e aumenta a capacidade dos diplomatas para coletar informações e antecipar, analisar, gerenciar e reagir aos eventos (TORREALBA, 2015).

O Twitter é a principal rede social usada por 276 chefes de Estados e governo e também por ministros de relações exteriores em 178 países, representando 92% de todos os países-membros da Organização das Nações Unidas (ONU). Todos, exceto um dos governos do G7 e G20, têm uma presença oficial no Twitter. A chanceler alemã Angela Merkel é a única líder dos grupos a evitar a rede social. Todos os governos europeus têm presença na rede social. Na América Latina, apenas o governo da Nicarágua não possui uma conta oficial no Twitter. Apenas 15 países, principalmente na África, Ásia e Pacífico, não têm presença na rede. Mesmo o governo chinês, que é famoso por bloquear as redes sociais ocidentais atrás do *Great Firewall*, está lentamente se abrindo e algumas de suas missões diplomáticas estão ativamente envolvidas no Twitter (LÜFKENS, 2017). O presidente americano Donald Trump, com mais de 40 milhões de seguidores, é o líder global mais seguido no Twitter, superando o Papa Francisco, e pertence a um pequeno grupo de líderes que utilizam suas contas pessoais na rede.

Assim, não seria inadequado pensar que a *twiplomacy* contribui para o exercício da diplomacia, dando mais ferramentas aos diplomatas, chefes de Estado e governo na gestão de questões internacionais. Mas deve-se ressaltar que, ao lado dos valores quantificáveis que se encontra na *twiplomacy*, como número de seguidores, existem valores simbólicos e funcionais que assumem cada vez mais importância no jogo político internacional e são tão genuínos como na diplomacia tradicional. Neste caso, é necessário consultar o valor simbólico de “seguir” ou “não seguir” um usuário no Twitter, que é interpretado pela opinião pública mundial

⁶ O termo original é “*Twiplomacy*”, mas devido à rápida expansão deste termo em diferentes idiomas, como em português, foi traduzido como “Diplomacia do Twitter”, “*Twitter Diplomacy*”, “*Twi-Diplomacy*”, “*Twit-Diplomacy*”.

como um eixo de tensão diplomática entre os atores. Quando duas contas se seguem no Twitter, o gesto é interpretado como amigável e de aliança. Mas, se não se seguirem, a opinião pública entende que não se tem um verdadeiro vínculo ou que “algo está acontecendo”, ainda mais se houver temas comuns para discutir e resolver. Ser seguido no Twitter por um político influente a nível nacional ou internacional significa um voto de confiança que pode propagar grandes e substanciais ganhos políticos (TORREALBA, 2015, p. 161).

Os *tweets* de Trump geraram 166 milhões de interações (entre *likes* e *retweets*) entre maio de 2016 a maio de 2017 – incluindo os quase quatro meses desde que ele foi nomeado como presidente dos EUA – quase cinco vezes mais do que o Primeiro Ministro da Índia, Narendra Modi, 3º líder global mais seguido no Twitter, com 35 milhões de interações. Uma vez que o número de *retweets* é uma medida de eficácia, a conta pessoal de Trump, @realDonaldTrump, é a segunda conta mais eficiente do Twitter, com uma média de 13.094 *retweets* por *tweet*. Sua conta @POTUS⁷ está em 4º lugar com quase 6.000 *retweets* médios por *tweet* (LÜFKENS, 2017). Seu *tweet* mais retweetado, escrito em letras maiúsculas, foi enviado na noite de eleição de 8 de novembro de 2016. O *tweet* “*TODAY WE MAKE AMERICA GREAT AGAIN!*”⁸ teve mais de 900.000 *retweets* e *likes*. Outro sinal de popularidade do Twitter é o número de vezes que uma conta aparece em uma lista do site. Esta é uma estatística que é difícil de falsificar e o @realDonaldTrump é o líder mundial mais listado, aparecendo em 68.886 listas do Twitter (LÜFKENS, 2017).

Um ambiente como o do Twitter, onde há muita informação, foi percebido como de extrema utilidade para as atividades políticas relacionadas ao processo eleitoral. Sendo uma ferramenta dinâmica e informativa, o Twitter ajuda a disseminar ideias de campanhas políticas, facilita a conexão com os eleitores e promove maior aprendizado sobre os candidatos (WHITE, 2016). Logo, Trump foi eficaz em aproveitar esse tipo de poder da rede social para influenciar opiniões durante as eleições presidenciais americanas.

Eleições Americanas de 2016: as eleições do Twitter

Desde o anúncio da sua candidatura ao partido republicano (GOP) em 2015, Trump fortaleceu sua campanha com o uso intensivo do Twitter para divulgar suas ideias e conquistar apoiadores. Geralmente nas primárias, quando o GOP se alinha para apoiar um candidato, esse candidato ganha, mas o GOP não endossou Trump, que atraiu eleitores republicanos mesmo não tendo aval partidário (KURTZLEBEN, 2016). Os republicanos achavam que as mensagens de Trump não ecoavam no eleitorado ou que com o início do processo de votação, o fenômeno Trump se diluiria, mas, assim que iniciou sua campanha, o candidato proclamava o que muitos eleitores republicanos pensavam, mas não se atreviam a dizer, obtendo mais atenção do público (BASSETS, 2016).

Ainda em 2015, Trump trabalhou na sua corrida à presidência, twittando sobre suas propostas contra imigrantes mexicanos. Ademais, se aproveitou de atentados terroristas que ocorreram na época para sustentar sua agenda contra imigrantes mulçumanos e refugiados, os quais ele considerava terroristas. Assim, vendeu

⁷ POTUS significa *president of the United States*, em português, presidente dos Estados Unidos.

⁸ Em português: “Hoje tornamos a América grande novamente”.

um sentimento de medo casado ao progresso da nação, e os eleitores o apoiaram. No início de 2016, depois de perder no *caucuses* de Iowa, Trump se elegeu nas primárias de New Hampshire, com o apoio da classe trabalhadora americana. Após ganhar de 16 candidatos republicanos e possuindo delegados suficientes para garantir sua nomeação, Trump encerrou o questionamento sobre suas chances de chegar à convenção de julho, tornando-se oficialmente o candidato do partido republicado (BASSETS, 2016).

A campanha presidencial de 2016, que opôs Trump e Hillary Clinton, marcou uma mudança significativa na forma como as redes sociais têm sido usadas. A eleição foi chamada de Eleição do Twitter, com cada passo da campanha se desenrolando em forma de *tweets* por parte dos eleitores, candidatos e jornalistas. Desde o primeiro debate presidencial, em 26 de setembro de 2016, até um dia antes da eleição, mais de um bilhão de posts relacionados às eleições correu pela rede social (COYNE, 2016). Em 08 de novembro de 2016, juntamente com o voto popular e o colégio eleitoral, Trump também ganhou as eleições na rede social. No Twitter, o então eleito presidente tinha 13. 217.531 seguidores, sobrepondo sua rival, Hillary Clinton. Em uma base por *tweets*, o presidente obteve quase o dobro de *retweets* que Clinton e muito mais *likes* que sua oponente.

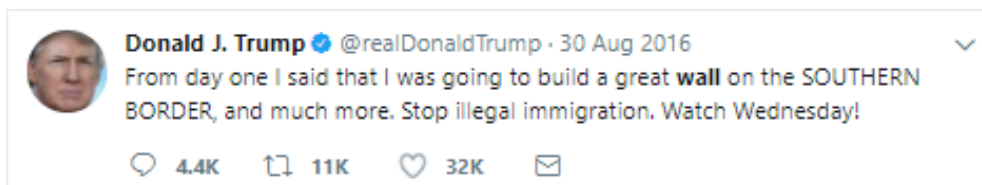
Com seu *slogan* de campanha “*America First*”⁹, Trump realizou uma campanha consistente e focada no “*anti-establishment*” e seus eleitores o viam como um “*game changer*”. As relações exteriores (*foreign affairs*) foram a questão política mais twittada, com mais de 50 milhões de menções no Twitter e desempenharam um papel decisivo nas eleições presidenciais (COYNE, 2016). No geral, 80% dos eleitores consideraram a questão do terrorismo como muito importante para a decisão do seu voto. Outras questões que se classificaram na lista de votantes de 2016 eram política externa, considerada por 75% como muito importante, e imigração, tendo sua importância classificada por 70% dos eleitores (PEW RESEARCH CENTER, 2016). Assim, dentre as questões que mais ressoaram para a base de Trump, a imigração e o terrorismo estiveram no topo da lista.

Imigrantes e Refugiados: @realDonaldTrump

O candidato formulou sua política sobre imigração, passando por princípios fundamentais que ele descreveu para um plano chamado de “dez pontos de imigração”. Dentre os tópicos da lista, o primeiro foi o *Build the wall* (DESJARDINS, 2016). Seu voto de construir um muro ao longo da fronteira entre os EUA e o México era uma das promessas mais famosas da campanha e Trump prometeu que o México pagaria pelo muro. Quando perguntado sobre como faria o México pagar por isso, disse que iria ameaçar o país com uma guerra ou cortando o fluxo de bilhões de dólares em pagamentos que os migrantes mexicanos enviam para o México, exemplos que podem ser observados nos *tweets* (imagens 1 e 2) a seguir.

⁹ A frase *America First* (América primeiro) foi twittada por Trump 27 vezes de 21/07/2016 a 08/11/2016, tendo 64,690 *replies*, 279,800 *retweets* e 718,000 *likes*. Disponível em: <<https://twitter.com/search?q=america%20first%20from%3Arealdonaldtrump%20since%3A2016-07-21%20until%3A2016-11-08&src=typd>>. Acesso em 28/10/2018.

Imagem 1: Tweet Construção do Muro¹⁰



Fonte: Trump (2017).

Imagem 2: Tweet México vai pagar pelo Muro¹¹



Fonte: Trump (2017).

Ao longo da campanha, Trump continuou a enfatizar que o México pagaria pelo muro, apesar do *tweet* do presidente mexicano Enrique Peña Nieto insistindo que ele pessoalmente disse a Trump que sua nação não pagaria. Ao caracterizar os imigrantes mexicanos como criminosos e estupradores e propor a construção de um muro na fronteira que impedisse os “ilegais” de entrarem nos EUA, Trump mobilizou sentimentos anti-mexicanos entre os setores da população americana que se sentem ameaçados pela perda da sua identidade cultural e pelas supostas perdas de oportunidade na economia norte-americana. O candidato republicano definiu os imigrantes como uma ameaça para a nação, logo, associou a ideia da construção de seu muro a promessa de impor à deportação em massa.

¹⁰ Tradução livre: “Desde o primeiro dia, eu disse que ia construir um grande muro na fronteira do Sul, e muito mais. Chega de imigração ilegal. Assistam quarta-feira!”

¹¹ Tradução livre: “O México pagará pelo muro - 100%! #FaçaAAmericaGrandeNovamente #EuEstouComVocês”

Ao realizar a diplomacia digital e adotar a postagem no Twitter como prática para disseminar sua agenda, Trump conseguiu obter muita atenção. A adoção do Twitter como instrumento de campanha para comunicação foi uma estratégia, já que outras plataformas de mídia não o deixariam se expressar como ele queria e, além disso, Trump não possuía uma boa relação com a mídia tradicional, pois acreditava que essa distorcia seus discursos e comentários.

A tabela 1 demonstra o engajamento do público com as suas postagens: os *tweets* sobre imigrantes mexicanos e o muro dominaram a primeira categoria da tabela (Imigrantes e Refugiados), com a palavra México sendo a segunda palavra com mais *replies*, *retweets* e *likes*, mostrando como a agenda estava se expandindo e sendo recebida e percebida pelo público. Ao definir sua agenda para o tema, Trump expandiu sua presença digital e gerou conversas não só com seus apoiadores, mas com o público em geral, o levando a ter mais visibilidade.

Tabela 1: *Tweets* @realDonaldTrump sobre Imigrantes e Refugiados, Terrorismo e Relações com a Rússia

Tema	Palavra ¹²	Nº Tweets	% Tweets	Replies	% Replies	Retweets	% Retweets	Likes	% Likes
Imigrantes e Refugiados	Immigration	17	36,96%	57.413	31,43%	183.900	33,41%	466.000	34,78%
	Refugees	8	17,39%	31.700	17,35%	109.400	19,88%	243.000	18,13%
	Mexico	8	17,39%	48.000	26,28%	115.300	20,95%	284.000	21,19%
	Border	9	19,57%	19.262	10,54%	73.800	13,41%	202.000	15,07%
	Wall	4	8,70%	26.300	14,40%	68.000	12,35%	145.000	10,82%
	TOTAL		46	30,26%	182.675	27,44%	550.400	30,41%	1.340.000
Terrorismo	Terrorism	12	17,65%	58.191	20,04%	147.500	17,38%	357.000	17,23%
	ISIS	21	30,88%	89.452	30,80%	247.200	29,13%	668.000	32,24%
	Syria	14	20,59%	35.005	12,05%	159.200	18,76%	356.000	17,18%
	Iraq	8	11,76%	44.600	15,36%	96.400	11,36%	235.000	11,34%
	Libya	3	4,41%	16.100	5,54%	53.000	6,24%	74.100	3,58%
	Islamic	5	7,35%	27.355	9,42%	68.400	8,06%	170.000	8,20%
	Attack	5	7,35%	19.700	6,78%	77.000	9,07%	212.000	10,23%
TOTAL		68	44,74%	290.403	43,62%	848.700	46,88%	2.072.100	46,62%
Relações com a Rússia	Russia	9	23,68%	53.300	27,66%	97.900	23,81%	275.000	26,62%
	Putin	6	15,79%	23.900	12,40%	53.500	13,01%	134.000	12,97%
	Ukraine	2	5,26%	11.500	5,97%	12.300	2,99%	38.000	3,68%

¹² Os *tweets* escolhidos foram somente os que continham as palavras que eram relacionadas ao tema. Ademais, palavras com significados similares foram unidas na soma dos dados.

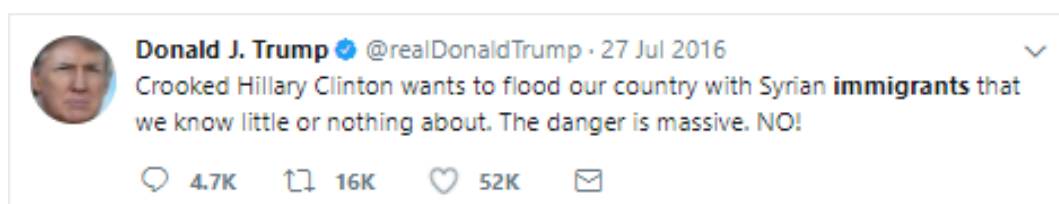
	Crimea	5	13,16%	31.500	16,35%	39.800	9,68%	120.000	11,62%
	E-mails	13	34,21%	64.800	33,63%	181.300	44,10%	389.000	37,66%
	NATO	3	7,89%	7.700	4,00%	26.300	6,40%	77.000	7,45%
	TOTAL	38	25,00%	192.700	28,94%	411.100	22,71%	1.033.000	23,24%
Total		152		665.778		1.810.200		4.445.100	

Fonte: Elaboração própria a partir do Twitter @realDonaldTrump (2017).

O segundo tópico do seu plano foi o *End “catch and release”*, em que Trump disse que qualquer imigrante no país ilegalmente, que é preso por aplicação da lei, seria detido até serem deportados. O terceiro é o *Create a deportation task force and focus on criminals in the country illegally* e, para isso, Trump iria lançar uma “força-tarefa de deportação” que se concentraria na remoção de imigrantes ilegais, residentes indocumentados com antecedentes criminais, juntamente com aqueles que tiveram seus vistos ultrapassados ou estão usando recursos públicos e benefícios. O trabalho de fronteira foi acentuado por sua profunda preocupação com as fronteiras físicas, logo, recebeu endossos dos sindicatos que representam os trabalhadores das agências de Imigração e Controle Aduaneiro (ICE) e agentes de controle de fronteira.

No sexto tópico, *Extreme vetting. Block immigration from some nations*, Trump bloquearia a imigração de países para os quais uma verificação adequada não é possível. Ele disse que incluiria a Síria e a Líbia e acreditava que devia haver uma proibição para todos os muçulmanos que queiram entrar nos EUA, até que as autoridades americanas descubram informações sobre eles. Na imagem 3 pode-se observar um *tweet* de Trump sobre a questão.

Imagem 3: *Tweet* Imigrantes da Síria¹⁵



Fonte: Trump (2017)

Ao se opor a Clinton na questão de acolher imigrantes indocumentados e refugiados sírios, enfatizou que tal política criaria novas pressões sobre o financiamento público e desviaria recursos da população americana. O candidato associou frequentemente todos os imigrantes muçulmanos com potenciais terroristas islâmicos e afirmou que quando Clinton era Secretária de Estado, permitiu que milhares de estrangeiros criminosos perigosos ficassem livres nos EUA. Além disso, ligou os ataques terroristas islâmicos que

¹⁵ Tradução livre: A dissimulada da Hillary Clinton quer inundar nosso país com imigrantes sírios sobre os quais conhecemos pouco ou nada. O perigo é enorme. NÃO!

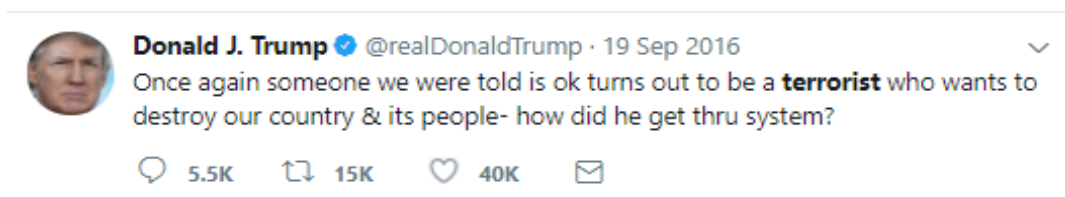
aconteceram internamente nos EUA ao sistema de imigração americano, o que pode ser exemplificado nas imagens 4 e 5.

Imagem 4: Tweet Hillary Clinton 550%¹⁴



Fonte: Trump (2017)

Imagem 5: Tweet Ataque terrorista¹⁵



Fonte: Trump (2017).

¹⁴ Tradução livre: Hillary disse que traria mais 550% imigrantes sírios, mas nem sequer menciona "terroristas islâmicos radicais". #Debate #GrandeVerdadedaLiga

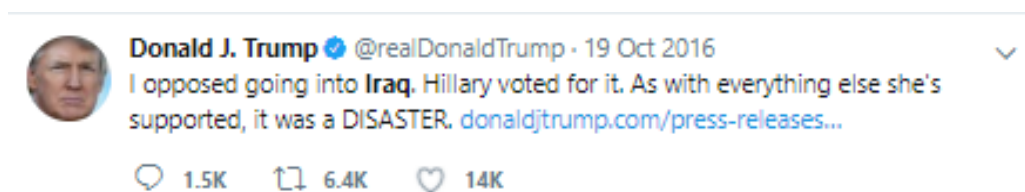
¹⁵ Tradução livre: Mais uma vez, alguém que parecia ser inofensivo acaba por ser um **terrorista** que quer destruir nosso país e nosso povo - como ele conseguiu passar pelo sistema?

Os imigrantes são descritos negativamente por Trump e são um dos grupos que mais mencionou em seus *tweets*, incluindo refugiados e mulçumanos. As menções são evidenciadas na tabela 1. A sua mensagem recebeu alcance, fazendo com que sua agenda se expandisse, porque não só os americanos geravam conversas digitais sobre o assunto, mas diversas nacionalidades, seja para criticá-lo ou apoiá-lo, provocando maiores cadeias de *tweets*. Assim, seus *tweets* eram citados, *retweetados*, ou apenas recebiam *replies*, levando Trump a aparecer em diversas *timelines* da rede.

Terrorismo: @realDonaldTrump

O surgimento do ISIS, com ataques terroristas fez com que o terrorismo global fosse uma questão importante nas eleições. A maioria dos americanos continua a aprovar as campanhas militares dos EUA contra o ISIS no Iraque e na Síria, embora haja amplo desacordo sobre enviar mais tropas terrestres americanas (KUKREJA; GREEN, 2016). Trump descreveu seu plano de política externa como substituindo o “caos pela paz” e adotou uma retórica muito mais isolacionista do que a de sua oponente. Ele argumentou que a América precisa se concentrar em defender sua própria fronteira e não as fronteiras de outros países e afirmou que ele se opôs à invasão do Iraque pelos EUA em 2003, posição exposta no *tweet* da imagem 6.

Imagem 6: *Tweet Oposição Invasão ao Iraque*¹⁶



Fonte: Trump (2017).

Ademais, prometeu repetidamente “esmagar o ISIS”, no entanto, permaneceu intencionalmente vago, alegando que, como uma nação, os EUA devem ser imprevisíveis. Um exemplo disso pode ser observado na imagem 7 (KUKREJA; GREEN, 2016, s/p). Trump também culpou Clinton pelo crescimento do ISIS, repetindo o argumento de que a retirada das tropas do Iraque em 2011 – quando ela era Secretária de Estado – estabeleceu as condições para o aumento do grupo extremista. Ele foi franco em sua oposição às estratégias de defesa e política externa do presidente Obama, argumentando que foram muito indulgentes com inimigos conhecidos, prejudicaram as relações dos EUA com aliados e tornaram a América mais fraca. Na visão de Trump, a política externa do governo Obama foi um desastre completo, como *tweet* exposto na imagem 8 (KUKREJA; GREEN, 2016).

¹⁶ Tradução livre: Eu fui contra a invasão do Iraque. Hillary votou a favor. Como com todo o resto que ela apoiou, foi um DESASTRE.

Imagem 7: *Tweet* Combate ao ISIS¹⁷



Fonte: Trump (2017).

Imagem 8: *Tweet* Crítica à Política Externa de Obama¹⁸



Fonte: Trump (2017).

É evidente a importância do tema terrorismo para o eleitorado americano, e isso pode ser percebido na Tabela 1, que apresenta que o tema foi o que possuiu mais engajamento entre Trump e os usuários do Twitter, sendo o mais twittado e possuindo mais *replies*, *retweets* e *likes*. O terrorismo teve quase 50% de atenção pelo candidato, já que era um importante tema de campanha, visto que os temores sobre o terrorismo aumentaram desde os atentados de 11 de setembro de 2001. Trump soube trabalhar o medo e repúdio ao terrorismo por parte de seus eleitores, tanto que a palavra mais twittada por ele na categoria Terrorismo da tabela foi “ISIS”.

Quando Trump conecta em seus *tweets* “islâmicos” e “terroristas”, ele faz um ato discursivo, que contém uma agenda política específica. Assim, cria novos significados que levam a novos entendimentos coletivos, afetando identidades e preferências, pois a audiência interpreta o discurso e desenvolve o sentimento de repúdio em relação ao islã. Por conseguinte, Trump expandiu sua imagem e ganhou simpatia, não somente do seu público selecionado, mas também dos que foram afetados pelo terrorismo de alguma forma.

Relações com a Rússia: @realDonaldTrump

Trump expressou uma afinidade por líderes autocráticos em todo o mundo, inclusive no Oriente Médio. Seus discursos e entrevistas foram marcados por referências positivas a líderes fortes. Sua posição de confronto caso eleito, seria menor em relação ao presidente sírio, Bashar Assad, aliado de Vladimir Putin, o qual Trump pareceu apoiar. O candidato favoreceu a acomodação das incursões da Rússia na região, como

¹⁷ Tradução livre: Você não tem ideia de qual é a minha estratégia para o estado islâmico, nem o EI sabe (uma coisa boa). Por favor, fundamente os seus fatos - obrigado. @megynkelly

¹⁸ Tradução livre: O julgamento desastroso de Obama nos deu o EI, o aumento do Irã e os piores números econômicos desde a Grande Depressão!

tentativa de restaurar a estabilidade. Ademais, Trump estabeleceu em sua campanha pontos de vista benéficos para Putin, como o grau de relevância da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) na política exterior dos EUA, que sugeriu que poderia ser uma linha de negócios, na qual os outros países compartilhariam a conta da instituição militar.

A esse respeito, afirmou que os EUA gastam demais na OTAN e que a Europa e outros países deveriam pagar mais por sua defesa. Caso isso não acontecesse, o país não iria ajudá-los se fossem invadidos (MORELLO, 2016). De forma inversa, as propostas políticas de Clinton favoreciam sanções mais duras contra Moscou e ela queria que a Europa se desviasse do gás natural russo.

Desde o início da campanha, Trump e o presidente russo, Putin, falaram com admiração um do outro e o candidato republicano previu que eles teriam um excelente relacionamento (MORELLO, 2016). Devido à postura de Trump em relação à Putin e à OTAN, os russos acreditavam que ele seria um presidente com um melhor diálogo em relação à anexação da Crimeia pela Rússia e ao conflito da Ucrânia, em contrapartida Clinton iria realizar uma maior pressão sobre a disputa e até mesmo uma tentativa de expulsar aliados russos de poderosas posições no Oriente Médio. Logo, é compreensível a comemoração russa quando Trump venceu as eleições. Os deputados no parlamento da Rússia aplaudiram as notícias sobre a vitória de Trump e Putin não perdeu tempo ao enviar os seus parabéns. No telegrama que Putin enviou a Trump logo após o discurso da vitória, ele disse que esperava que os dois pudessem trabalhar juntos para acabar com a crise nas relações EUA-Rússia, além de manter um diálogo construtivo, baseado no respeito mútuo e uma consideração real pelos interesses do outro, essa questão é exemplificada no *tweet* a seguir.

Imagem 9: *Tweet* Felicitação de Putin a Trump por vitória na eleição¹⁹



Fonte: Rússia (2016)

Contudo, o tema que mais repercutiu em termos de relações com a Rússia foram a denúncias de que o país estava envolvido em violações das redes dos EUA nos últimos meses do processo eleitoral – acusação

¹⁹ Tradução livre: Vladimir Putin felicitou Donald Trump por sua vitória na eleição presidencial dos EUA.

feita formalmente pelo governo Obama e pelas entidades de inteligência e segurança americanas. O Comitê Nacional Democrata (DNC) e os Comitês de Campanha do Congresso Democrático (DCCC) tiveram dados vazados para o site *WikiLeaks*, acusando *hackers* russos de buscarem prejudicar Clinton (MANESS; JAITNER, 2016). Embora os *e-mails* do DNC vazados pelo *WikiLeaks* não divulgassem nada ilegal, a narrativa popular de muitos meios de comunicação dos EUA foi que o DNC influenciou indevidamente o resultado das primárias. Isso dividiu o Partido Democrata, dando a Trump uma certa vantagem (MANESS; JAITNER, 2016).

Em outubro de 2016, o *WikiLeaks* publicou os primeiros e-mails *hackeados* do presidente da campanha de Clinton, John Podesta. Outros e-mails que apareceram nos dias posteriores incluíam um em que o assessor de Bill Clinton, Doug Band, detalhou como ele e sua equipe “solicitaram e obtiveram” acordos para o ex-presidente e como Band persuadiu os clientes de sua empresa de consultoria *Teneo Strategies* a doarem para a Fundação Clinton. A campanha de Clinton não confirmou ou negou a autenticidade dos e-mails (STRACQUALURSI, 2016).

O governo russo negou qualquer envolvimento com os *hackers*. Hillary Clinton deixou claro que acreditava que a Rússia estava por trás do ataque ao DNC. Trump, por sua vez, aproveitou-se da situação e durante meses repetidamente desafiou a noção de que a Rússia poderia ser a fonte dos *e-mails* democratas *hackeados* publicados pelo *WikiLeaks* para fins de favorecê-lo, como observado nos *tweets* a seguir (imagens 10 e 11).

Imagem 10: Tweet Trump sobre Rússia²⁰



Fonte: Trump (2017)

Imagem 11: Tweet sobre Wikileaks²¹



Fonte: Trump (2017)

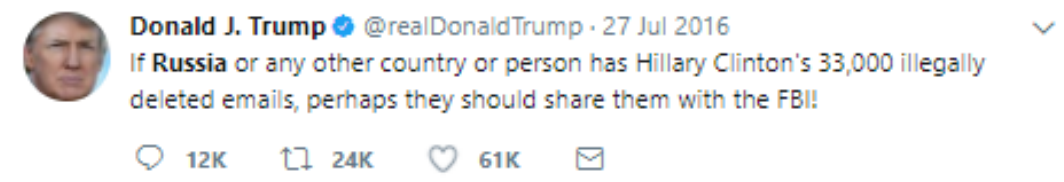
A posição do candidato republicano em relação aos temas centrais da política externa dos EUA, como OTAN, Síria e Rússia, integravam a base de sua proposta política de “colocar a América em primeiro lugar”. Aproveitando-se dos vazamentos dos *e-mails* de Clinton, Trump intensificou o uso da diplomacia do Twitter, buscando desviar o foco da suspeita de que a Rússia estaria o apoiando, para que a atenção fosse destinada ao

²⁰ Tradução livre: Só para constar, eu tenho ZERO investimentos na Rússia.

²¹ Tradução livre: Para tentar desviar o horror e estupidez do desastre do *Wikileaks*, os Democratas disseram que talvez seja a Rússia lidando com o Trump. Loucura!

escândalo de sua oponente. Assim, fez *tweets* sobre os *e-mails* e usou de sua posição no Twitter para que a mídia visasse os problemas de Hillary, buscando conseguir apoio dos eleitores. Exemplos de *tweets* do então candidato republicano são expostos nas imagens 12 e 13.

Imagem 12: *Tweet* sobre e-mails de Clinton²²



Fonte: Trump (2017)

Imagem 13: *Tweet* sobre e-mails de Clinton e Fundação Clinton²³



Fonte: Trump (2017)

Assim, observa-se que Trump utilizou o Twitter para desviar o foco de sua política externa mais favorável às relações com a Rússia para os e-mails de Clinton. O então candidato foi bem sucedido em suas ações, pois os tópicos de segurança internacional em relação à Rússia, como Ucrânia, Crimeia e OTAN, foram as questões que tiveram menos engajamento, com o menor número de *tweets*, *replies*, *retweets* e *likes*, como observado na Tabela 1, indicando que temas relacionados à política doméstica, como o conteúdo e o vazamento dos e-mails da sua oponente, foram mais relevantes para o público do que os seus planos de política externa para segurança na Europa e Ásia.

Para concluir a análise dos três temas que mais foram debatidos no Twitter durante as eleições de 2016, é importante ressaltar que o terrorismo foi o tema mais discutido por Trump em relação aos *tweets*, *replies*, *retweets* e *likes*, como exposto na Tabela 1. Em seguida, encontra-se o tema imigrantes e refugiados, que perde em número de *replies* para as relações com a Rússia, demonstrando que os *e-mails* vazados pelo site *Wikileaks* propuseram um nível maior de interação. É compreensível o fato do terrorismo ser o tema de maior engajamento por Trump e o público, já que este, seguido dos imigrantes e refugiados, são percebidos como ameaças à segurança dos americanos, enquanto para muitos a ameaça russa ficou no passado, quando os EUA saíram vitoriosos da Guerra Fria.

Além dos dados relacionados à sua interação com o público no Twitter, os números de seguidores são de suma importância porque representam mais atenção e visibilidade. Trump possuía 9.999.172 seguidores

²² Tradução livre: Se a Rússia ou qualquer outro país ou pessoa tiveram os 33 mil *e-mails* ilegalmente excluídos da Hillary Clinton, talvez eles possam compartilhá-los com o FBI!

²³ Tradução livre: Nada sobre e-mails. Nada sobre a corrupta Fundação Clinton. E nada sobre #Benghazi. #Debates2016 #NoitedeDebate

em 21 de julho de 2016, quando foi escolhido representante do partido, e seu número de seguidores aumentou para 13.217.531, data em que foi eleito, mostrando que o uso do Twitter foi importante durante sua campanha presidencial. É claro que seguir o candidato não implica diretamente votar nele, mas significa que suas ideias e propostas são conhecidas e disseminadas, o que pode repercutir positivamente para sua campanha.

No caso de Trump, sua ascensão era inesperada porque ele não era um ator político e sim um empresário, mas com o Twitter e a internet o candidato conseguiu ampliar sua visibilidade e transmitir sua mensagem. Assim, a rede social o auxiliou em seu projeto político, permitindo uma intensa interação na sociedade em rede, chamando atenção para suas ideias, angariando apoio político e eleitores, de forma que a rede social se transformou em uma verdadeira plataforma de campanha.

Considerações Finais

Conforme exposto neste artigo, a conta do Twitter de Donald Trump foi notável desde que ele fez sua entrada na vida política, ao lançar sua campanha presidencial em 2015. Com uma intensa presença *online*, ele usou a rede social como sua plataforma de campanha, utilizando o Twitter para divulgar suas ideias, ter maior exposição da sua imagem e atrair mais eleitores. Ao promover e intensificar esse método de comunicação e construção de relacionamentos em um contexto global, Trump pôde transmitir suas mensagens com mais facilidade, o que permitiu novas formas de engajamento e diálogo, em que contradisse seus oponentes políticos e respondeu aos críticos da mídia, aumentando sua influência e legitimidade.

Logo, o Twitter foi de máxima importância para a campanha de Trump nas eleições americanas de 2016. O próprio defendeu em uma entrevista que seus *tweets* foram a chave para a vitória, dizendo que talvez não tivesse vencido sem sua conta na rede social. Trump sustentou que com o Twitter, ele pode ignorar o que rotula de “cobertura de mídia injusta” ao falar diretamente com seu público (SHEPARDSON, 2017). Assim, constata-se que Trump fez uso do *twiplomacy*, usando a rede social como plataforma de campanha e meio de comunicação para fortalecer sua agenda política, estabelecendo uma agenda digital. Suas mensagens em forma de *tweets* informaram aos eleitores americanos como a sua administração iria lidar com problemas importantes como a imigração e o refúgio, o terrorismo e as relações com a rival histórica, a Rússia. Para garantir apoio e ter mais visibilidade, expandindo sua agenda, Trump fomentou o medo na população americana em relação aos imigrantes, refugiados e ao terrorismo, se aproveitando do sentimento em relação ao marco terrorista de 11 de setembro de 2001. Ademais, usou da vulnerabilidade no partido democrata para chamar a atenção da população americana para o escândalo da sua oponente, desviando a atenção da suposta ligação da sua campanha com os interesses russos.

Seus *tweets* provocaram polêmica e engajamento, os levando a serem discutidos. Mídias jornalísticas, responsáveis por notificar parte do eleitorado americano, mostravam os *tweets* de Trump em suas transmissões diárias, o que chamava a atenção do eleitorado, positiva ou negativamente. Portanto, ao fazer sua agenda digital e expandir sua presença, ele também usou o Twitter para gerar conversas em que pôde ter controle do que fala, evitando discutir tópicos políticos que poderiam afetar sua campanha.

Retomando o quadro 1 apresentado na introdução deste artigo, percebe-se a relevância da utilização do Twitter como instrumento de campanha e diplomacia digital. Ao engajar com seus eleitores através de *tweets*, *replies*, *retweets* e *likes*, Trump estabeleceu uma agenda digital, transmitiu sua agenda política, expandiu sua presença digital, aumentou o alcance das suas mensagens e gerou conversas digitais, ampliando a interação com o público, causando um envolvimento na sociedade em rede que culminou com a expansão da sua presença tanto no ambiente digital quanto no ambiente “real”, o qual junto ao sistema democrático americano, o levaram a vitória. Desta forma, conclui-se que a *twiplomacy* de Trump foi um dos fatores que o fez ascender à presidência em 2016 com posts de até 140 caracteres.

REFERÊNCIAS

- BASSETS, Marc. O ano em que Donald Trump transformou a política dos Estados Unidos. **El País**, 7 mai. 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/07/internacional/1462628452_858681.html>. Acesso em: 13/11/2017.
- BJOLA, Corneliu. Introduction: Making sense of digital diplomacy. In: BJOLA, Corneliu; HOLMES, Marcus. **Digital Diplomacy**. 1a. ed. Nova Iorque: Routledge, 2015.
- BJOLA, Corneliu; HOLMES, Marcus. **Digital Diplomacy**. 1a. ed. Nova Iorque: Routledge, 2015.
- BJOLA, Corneliu; JIANG, Lu. Social Media and Public Diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. In: BJOLA, Corneliu; HOLMES, Marcus. **Digital Diplomacy**. 1a. ed. Nova Iorque: Routledge, 2015.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2003.
- COYNE, Bridget. How #Election2016 was Tweeted so far. **Twitter**, 7 nov. 2016. Disponível em: <https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2016/how-election2016-was-tweeted-so-far.html>. Acesso em: 13/11/2017.
- DESJARDINS, Lisa. What is Donald Trump’s 10-Point immigration plan? **PBS NEWS HOUR**, 1 set. 2016. Disponível em: <<https://www.pbs.org/newshour/politics/donald-trumps-10-point-immigration-plan>>. Acesso em: 13/11/2017.
- HOLMES, Marcus. Digital Diplomacy and International Change Management. In: BJOLA, Corneliu; HOLMES, Marcus. **Digital Diplomacy**. 1a. ed. Nova Iorque: Routledge, 2015.
- KUKREJA, Charu; GREEN, Matthew. The Big Issues of the 2016 Election: Where Trump and Clinton Stand (with Lesson Plan). **KQED**, 22 ago. 2016. Disponível em: <<https://ww2.kqed.org/lowdown/2016/08/22/election-2016-where-clinton-and-trump-stand-on-the-major-issues-interactive/>>. Acesso em: 13/11/2017.
- LÜFKENS, Matthias. Twiplomacy Study 2017. **Twiplomacy**, 31 mai. 2017. Disponível em: <<http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/>>. Acesso em: 08/09/2017.
- MANESS, Ryan C.; JAITNER, Margarita Levin. Putin’s cyber play: What are all these Russian hackers up to? **The Conversation**, 29 set. 2016. Disponível em: <<https://theconversation.com/putins-cyber-play-what-are-all-these-russian-hackers-up-to-65777>>. Acesso em: 13/11/2017.

- MARTEL, Frédéric. **Smart**: O que você não sabe sobre a internet. 1a. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- MORELLO, Carol. Clinton, Trump have divergent worldviews on almost everything. **The Washington Post**, 26 set. 2016. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/politics/2016/live-updates/general-election/real-time-fact-checking-and-analysis-of-the-first-presidential-debate/clinton-trump-have-divergent-worldviews-on-almost-everything/?utm_term=.872c1c5caf2c>. Acesso em: 13/11/2017.
- NYE JR., Joseph S. The Benefits of Soft Power. **HBS – Working Knowledge – Harvard Business School**. Cambridge, 2 ago. 2004. Disponível em: <<http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>>. Acesso em 16/05/2017.
- PEW RESEARCH CENTER. 2016 Campaign: Strong Interest, Widespread Dissatisfaction. **Pew Research Center**, 7 jul. 2016. Disponível em: <<http://www.people-press.org/2016/07/07/3-views-of-the-campaign-and-the-candidates/>>. Acesso em: 13/11/2017.
- PILKINGTON, Ed. Obama campaign manager Jim Messina puts faith in online organising. **The Guardian**, 4 set. 2012. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2012/sep/04/obama-jim-messina-online-organising>>. Acesso em 10/10/2017.
- RUSSIA. Vladimir Putin congratulated Donald Trump on his victory in the US presidential election. **Twitter**, 9 nov. 2016. Disponível em: <https://twitter.com/KremlinRussia_E/status/796288451289169920>. Acesso em 13/11/2017.
- SHEPARDSON, David. Trump defends tweets as key to White House victory. **REUTERS**, 22 out. 2017. Disponível em: <<http://mobile.reuters.com/article/amp/idUSKBN1CR00B>>. Acesso em: 13/11/2017.
- STRACQUALURSI, Veronica. Key Moments of the 2016 Election. **ABC NEWS**, 4 nov. 2016. Disponível em: <<http://abcnews.go.com/Politics/key-moments-2016-election/story?id=43289663>>. Acesso em: 13/11/2017.
- TORREALBA, Alfredo. *Twiplomacy: Impact of Twitter Social Network on Diplomacy*. **Vestnik**, v. 15, n. 3, RUDEN. Moscow, 2015, p. 152-166.
- TRUMP, Donald. @realDonaldTrump. **Twitter**, 2017. Disponível em: <<https://twitter.com/realDonaldTrump>>. Acesso em: 13/11/2017.
- WHITE, Daniel. What Google and Twitter Can Tell Us About 2016. **TIME**, 22 fev. 2016. Disponível em: <<http://time.com/4229252/google-twitter-presidential-elections-predictions-analysis/>>. Acesso em: 13/11/2017.

Recebido em 19 de outubro de 2018.
Aprovado em 7 de dezembro de 2018.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar como o Twitter foi utilizado como importante ferramenta nas eleições americanas de 2016, servindo como plataforma de campanha para o então candidato Donald Trump. Desse modo, busca-se analisar a campanha do candidato republicano no Twitter, com ênfase em três dos mais importantes temas discutidos na campanha: imigrantes e refugiados; terrorismo; relações com a Rússia. Para investigar a relevância da utilização do Twitter, este artigo investiga como as redes sociais podem ser utilizadas para estabelecer uma “agenda digital”, definindo temas centrais na pauta política, expandir a “presença digital”, potencializando o alcance da mensagem, e gerar “conversas digitais”, ampliando a interação com o público. Conclui-se que o Twitter foi de máxima importância para Trump, que ao adotar a diplomacia digital, usou os posts de até 140 caracteres como meio de comunicação para fortalecer sua proposta de campanha. Assim, Trump transmitiu sua agenda política, aumentou o alcance das suas mensagens e ampliou a interação com o público, causando um envolvimento na sociedade em rede que culminou na expansão da sua presença tanto no ambiente digital quanto no ambiente “real”, o qual junto ao sistema democrático americano, o levaram a vitória.

Palavras-chave: Donald Trump; twitter; eleições.

ABSTRACT

This article aims to analyze how Twitter was used as an important tool in the 2016 US elections, serving as a campaign platform for the candidate Donald Trump. Therefore, it seeks to analyze the campaign of the Republican candidate on Twitter, with emphasis on three of the most important subjects discussed in his efforts to presidency: immigrants and refugees; terrorism and relations with Russia. To investigate the relevance of the use of Twitter, this article investigates how social networks can be used to establish a "digital agenda", defining central themes in the political agenda, expand "digital presence", enhancing the message reach, and generate "digital conversations", broadening the interaction with the public. It's concluded that Twitter was of the utmost importance during the campaign of Trump who, in adopting digital diplomacy, used posts up to 140 characters as a mean of communication to strengthen his campaign proposal. Thus, Trump conveyed his political agenda, increased the reach of his messages and expanded his interaction with the public causing involvement in the network society that culminated in the expansion of his presence in both the digital and the "real" environment. Therefore, together with the American democratic system, led him to victory.

Key-words: Donald Trump; twitter; elections.