

O IMAGINÁRIO SOCIAL SOBRE AS MÍDIAS NOTICIOSAS: IMPACTOS DO NEGACIONISMO DE JAIR BOLSONARO E DO JORNALISMO DECLARATÓRIO NA OPINIÃO PÚBLICA

Yuri Tomaz dos Santos¹

Marcelo Lopes Zinato²

André Ferreira Gomes³

Rodrigo Uitarelli Silveira⁴

Resumo

Sendo espaço centralizado de enunciações, aparecimento e noticiabilidade, a mídia é o *locus* de concentração dos fenômenos sociopolíticos, uma vez que ela permite que a sociedade civil tenha sua opinião formada a partir da mediação que ela institui e possibilidades de aparecimento de distintos discursos e sujeitos. Considerando que a formação da opinião pública é depositada na mídia como esfera de produção de sentido, o objetivo deste artigo versa em compreender como o negacionismo político de Jair Bolsonaro e do jornalismo declaratório impactam os imaginários sociais sobre as mídias notícias, visto que a ascensão do governo de extrema direita possibilitou a construção da autoridade política nacional subversiva àquela que espera-se desses sujeitos. Para a análise, foram elencados seis casos, analisados sob a perspectiva da Análise do Conteúdo e Análise do Discurso, sobre enunciações feitas pelo Presidente em datas diferentes e direcionados a agentes distintos. Como resultados, foi possível perceber como a construção da figura do outsider subverte o *ethos* político e como a renúncia de discursos ou tentativas de ressignificá-los causa uma ‘realidade paralela’ entre seus apoiadores, bem como a persuasão daqueles que experienciam uma identificação.

Palavras-chave: *Mídia; Política; Negacionismo; Opinião Pública; Imaginários.*

¹ Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, Brasil.

² Graduando em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, Brasil.

³ Graduando em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Minas Gerais.

⁴ Graduando em Serviço Social pela Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Minas Gerais.

INTRODUÇÃO

A estreita relação entre os meios de comunicação e a esfera política tem produzido recepções cada vez mais distintas quanto ao agrupamento de ambas as esferas, como se estas fossem *sui generis*. Tratando-se dos meios de comunicação de massa, observa-se a emergência de enunciações atomizadas que não só fomentam a formação da opinião pública como também fortalecem uma estrutura imaginária da mídia como uma instituição de relação binária: se faz valer como um espaço de informação e atualização de fenômenos de interesse público e, ao mesmo tempo, desenvolve polarizações e escolhas sob a égide de seus interesses particulares. Essa concepção binária que circunda o imaginário social é oriunda da resistência convencional de que a relação entre os meios de comunicação é inerente à política, devendo, portanto, essas duas dimensões ocuparem lugares dicotômicos. Essa ideia se dá principalmente pela posição secundária que a mídia ocupa na prospecção de ações políticas que se naturalizou, desde os primórdios da atuação midiática na política, como de não responsabilidade da mídia, isto é, a mídia não representa tanta importância na condução das inclinações políticas, pois “são vistos como meros transmissores dos discursos dos agentes e das informações sobre a realidade, neutros e portanto negligenciáveis” (MIGUEL, 2002, p. 156).

Contudo, a comunicação é indissociável da política, uma vez que os discursos e o aparecimento de agentes políticos na esfera de massa e que, portanto, atinge o maior número de sujeitos tendo acesso à mensagem, só é possível em função do uso dos meios de comunicação como ferramenta também de função política, haja vista a formação da opinião pública como proveniente da mídia e a compreensão dela como esfera pública, onde emergem as diferenças, consensos, dissensos e a formação cidadã.

A mídia como esfera pública, ou seja, como *locus* de concentração de atos enunciativos de cidadãos que estão na posição de representantes políticos ou não, ao legitimar que denúncias de arbitrariedades políticas emergem por parte dos cidadãos, se institui como espaço democrático ao considerar que o direito à fala seja visto como ampliação da condição e existência dos cidadãos como entidades políticas. De acordo com Amorim (2012), a ação comunicativa é uma ação política, assim como a comunicação é resultante de relações políticas. Nesse sentido, faz-se necessário evidenciar que neste trabalho a relação entre comunicação e política como dimensões indissociáveis será tratada

a partir da consideração da comunicação enquanto ato discursivo, dotado de sentido, e enquanto dispositivo de circulação e propagação de enunciados.

No contexto brasileiro, as mídias noticiosas estão associadas à centralidade da informação. Essa centralidade da mídia é constantemente atribuída à capacidade de reunir discursos políticos e ser o canal de disseminação de temas pertinentes, isto é, o sobrepujamento de informações sobre candidatos, partidos e outras dimensões pertencentes à esfera supramencionada. Esse espaço público, para Miguel (2002, p. 158), amplia “o acesso aos agentes políticos e a seus discursos, que ficam expostos, de forma mais permanente, aos olhos do grande público”. Por outro lado, o autor salienta sobre os efeitos, com base no imaginário social, com relação à coesão social da mídia e a polarização dos sujeitos em suas vidas privadas ao propagar escândalos que colocam contrariasse a concepção do Estado como promotor do bem comum, sobretudo nas sociedades democráticas.

Nesse ínterim, os ‘efeitos nocivos’ dos meios de comunicação estão, sobremaneira, relacionados ao controle da opinião pública que, de um lado, é proveniente dos governantes e, de outro, por parte dos próprios meios eletrônicos. Miguel (2002) oferece reflexões sobre a arena pública e os meios de comunicação, no qual o segundo, ao focar no fortalecimento o abalo do Estado e dos representantes políticos, em detrimento do projeto de sociedade – o que fortalece também a disputa de poder e a condição falaciosa de imparcialidade –, acaba por alimentar o desejo do primeiro em disputar espaços e fazer com que outras pautas emergjam, que não são do próprio projeto de sociedade. Para ele, os meios de comunicação, assim como os representantes que tramitam na arena política, podem fortalecer a desconfiança da sociedade para com os líderes políticos.

De acordo com Miguel (2002), parte desse dilema está associado ao entrave existente entre o controle pela opinião pública, por parte dos governantes, e da própria mídia eletrônica. Ao mesmo tempo, esta problemática da centralidade da opinião pública imbricada à mídia, e a tensões estabelecidas entre a esfera política e midiática, encontra pontos de fissura no modelo democrático e da participação política, sobre os quais o pano de fundo se instala nas decisões políticas dos cidadãos e nos interesses da mídia. Esse cenário de tensões é apontado por Miguel como uma consequência da impossibilidade de atender aos interesses comuns de todos os cidadãos, os quais têm interesses sociais distintos. Assim sendo, orienta-se que a representação política de grupos sociais se faça emergente, nos meios de comunicação enquanto espaço público de ascensão de discursos e

reforçar a existência cidadã, para o pleno desenvolvimento de uma cidadania democrática (MIGUEL, 2002; AMORIM, 2012).

Posto isso, faz-se necessário compreender os atos enunciativos emitidos nos meios de comunicação, sobretudo no jornalismo, como lócus de concentração de sentidos que produzem implicações na esfera pública. Se tratando de um ato enunciativo oriundo do capital de visibilidade de um representante político, os atos enunciativos são recepcionados de modos distintos, por diferentes públicos, e quando advindos de representantes com capital de aparecimento e figura central nos meios de comunicação, como é o caso do Chefe do Poder Executivo, as formas de ‘afetação” tramita pelos imaginários sociais, no embate da opinião individual e coletivamente formada e tensões que envolve atores e meios que possibilitam que essa canalização, aproximação e visibilidade entre o representante político e sociedade civil seja feita, sobretudo quando tais tensões são fortemente evidentes e negadas por uma das partes envolvidas na cena enunciativa.

Essa circunstância apresenta uma lacuna entre observações materiais que se instala em uma inquietude sobre a qual pretende-se debruçar a presente proposta de trabalho, que visa responder à seguinte questão: Como a opinião pública sobre a imprensa e sua liberdade de expressão é influenciada pelo discurso negacionista de Jair Bolsonaro e pelo “jornalismo declaratório”?. As possíveis respostas para este questionamento oferecem benefícios para que sejam relacionadas, sob um repertório teórico e empírico, um background consistente sobre a vinculação imbricada da esfera midiática e da esfera política e as principais fruições/relações existentes entre ambas as instituições.

Portanto, os esforços de pesquisa sugeridos na presente proposta permitem alcançar o objetivo de compreender e analisar como o negacionismo de Jair Bolsonaro, a partir de enunciações discursivas sobre a imprensa brasileira, e o “jornalismo declaratório” impactam o imaginário social sobre as mídias noticiosas. Espera-se, nesse sentido, oferecer subsídios substanciais sobre a relação epistemológica e das práxis, com base na Análise do Discurso de exemplos a serem elencados, quanto à relação dialógica da opinião pública, a serem analisadas aqui a partir da relação indissociável entre mídia e política.

Além desta Introdução, este artigo está estruturado em outras quatro partes. A seguir, apresentar-se-á a Revisão de Literatura, na qual será desenvolvido, a partir de uma reflexão bibliográfica, um repertório que fundamente o estreitamento entre mídia, política, negacionismo e as esferas público e privada, bem como da Análise do Discurso. Em seguida, descrever-se-á os métodos de pesquisa e os objetos de análise dessa pesquisa. No

tópico 4 serão discutidos os resultados e discussões e, por fim, discorre-se sobre as considerações finais.

CENTRALIDADE DA MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA

Interesse de campos de saberes distintos, o ensejo por compreender a relação entre mídia e política torna-se cada vez mais latente, inclusive na área da Comunicação. Se por um lado, as tensões existentes ambos os campos nas esferas científicas refletem em formas distintas de compreender a relação supracitada, visto por alguns cientistas como uma dinâmica inédita (LIMA, 1996), bem como, para alguns cientistas sociais, a comunicação é subjacente à política (RIBEIRO; MAINERI, 2014; MIGUEL, 2002; AMORIM, 2012), por outro, o interesse dos teóricos da Comunicação têm centrado cada vez mais no exame imbricado entre ambas as esferas como indissociáveis, face à identificação da mídia, posta aqui como canais de enunciação relacional entre os atores envolvidos na relação dialógica entre os sujeitos envolvidos no ato de enunciação, como dispositivo capaz de formar os cidadãos a partir de representatividade e intervenção na opinião pública. A relação entre a comunicação, enquanto campo científico e ato discursivo, e política é, sobremaneira, inseparável, considerando que os meios de comunicação funcionam como *locus* de aparecimento e visibilidade dos governantes e governados e pelo próprio sentido normativo e regulatório da Constituição Federal para a esfera comunicacional.

De acordo com o pensamento habermasiano a soberania popular é proveniente da formação discursiva da opinião, isto é, a vontade geral sofre interferências dos discursos emitidos e de uma comunicação não isenta e uníssona (HANSEN, 2009). Considerando que Habermas vê a comunicação como um espaço unilateral com relação à política e a ação comunicativa que é também um momento instrumental, faz-se necessário apontar a existência de uma convenção de que, no contexto e experiências de sociedades democráticas, a visibilidade dos sujeitos reforça o ideal de uma esfera pública democrática, pois “o papel do caráter público do Estado republicano e das leis valoriza o processo de formação de uma opinião pública plural e democrática” (AMORIM, 2012, p. 127).

Miguel (2002), oferece questionamentos sobre a arena pública e os meios de comunicação, no qual o segundo, ao tensionar o abalo do Estado e dos representantes políticos em detrimento do projeto de sociedade – o que cabe considerar também como fortalecimento de poder e a condição falaciosa de imparcialidade –, acaba por alimentar o

desejo dos representantes políticos emergirem com pautas que não ao do projeto de sociedade. Para ele, a cobertura predominantemente feita pela mídia na arena política pode transparecer estratégias ineficazes ao fortalecer a desconfiança social para com os líderes políticos. Mas, por outro lado, o autor salienta que pautar as disputas de poderes e a camuflagem de debates pertinentes à opinião pública por parte dos governantes também são avanços que devem ser considerados.

Não obstante, Amorim, assim como Miguel (2002) e Lima (1996), destaca que a mídia tem ocupado cada vez mais o posto de centralidade no que diz respeito à organização política, desempenhando, conseqüentemente, o papel de ator político. É nesse contexto de tensões sobre o papel da mídia, orientado, como supramencionado, pelo ideal liberal, que discussões separatistas entre mídia e política se faz cada vez mais emergente, o que leva um grande número de profissionais da comunicação, sobretudo envolvidos na atividade jornalística, a se especializarem, com vistas cada vez maior à legitimidade desses atores. Essa busca pela subjetividade é apontada pela autora como uma dimensão que deve ser relativizada. O que torna necessário entender é que ainda que a busca por legitimidade seja uma estratégia e uma aparato que subsidia a posição desses sujeitos, ela não é suficiente para eximir a concepção imaginária, já naturalizada, de uma mídia que deva ser neutra, a partir da despolitização do discurso político.

Considerando, portanto, que mídia e comunicação são esferas comunicantes (AMORIM, 2012), torna-se indispensável considerar também que a política não é esfera dissociável da comunicação. Essas duas esferas públicas são imbricadas a partir do momento em que em uma sociedade democrática a formação da opinião pública, seja na dimensão política ou não, são pautados pelos meios de comunicação de massa, sobretudo numa conjuntura em que tais meios são as principais fontes de acesso à informação, e os *media* se valem como espaço de veiculação de assuntos políticos. Além disso, a própria experiência de um modelo democrático chancela distintos discursos e sujeitos a partir da aparição na esfera pública, fortalecendo, assim, as possibilidades de um múltiplo e descentralizado desenvolvimento da opinião pública.

É essa aparição, visibilidade e representação democrática no espaço público é que vai conferir uma dualidade que pode ser tanto de aparência quanto de conservação ou perda de poder (AMORIM, 2012). Nesse sentido, a emersão das diferenças torna-se visível e os interesses políticos passam a ser alavancados pelo que antes fora considerado da esfera privada. A mídia enquanto espaço central de prospecção política, passa a inserir valores de

interesses distintos e pautas da esfera pública que contestam valores e padrões morais que subvertem os ideais da modernidade, buscando legitimidade social e reforço da existência do sujeito como entidade política. Como exemplos dessas tensões da mídia democrática, novas produções de sentido do mundo comum e descentralização da mídia/dissolução do espaço público como *lócus* homogêneo, antes alocadas como sendo da esfera privada, novos elementos ordenadores da vida pública e que denunciam demandas emergentes como gênero, raça, sexualidade, religiosidade, família etc. A mídia passa, portanto, de um lugar de centralidade de condicionantes da política canônica e se faz valer de um espaço democrático e que atualiza a noção de cidadão, democracia e política.

Especificamente no que tange à representação política, deve-se considerar que a opinião pública é proveniente de uma estreita relação de identificação e que as representações impactam a opinião pública, negativa ou positivamente, e que a mídia e a política passam por transformações e estão em tensões distintas, o que é refletido diretamente na sociedade civil que também precisa ser vista como entidade midiática, enquanto consumidora, deliberativa e razão de existir, e entidade política.

Isso exige considerar também que, ainda que a centralidade da mídia esteja condicionada à política, haja vista sua capacidade de enunciação e a magnitude de destinação, os meios de comunicação, sobretudo a TV, não devem ser vistos como nocivos e instituidores/concentradores de poder, como foi proposto pela Teoria dos Efeitos, e que a relação entre emissor e receptor se reduz à dominação e manipulação e muito menos considerada sobre uma cosmovisão reduzida da atividade jornalística e responsabilidade social desses profissionais, mas para o sistema de mídia como um todo, como aponta Amorim (2012). A grande problemática talvez esteja na neutralidade falaciosa dos veículos e no declínio da legitimidade como proveniente da transferência de papéis políticos a eles.

No contexto brasileiro, diferente dos países de regimes autoritários, se a aparição e a representação democrática nas esferas públicas, ainda que mínima e recente, está sob pequenos passos. As decisões e a formação da opinião da opinião pública não são da esfera privada, pois são mediadas, numa relação dialógica entre todos os atores envolvidos na engrenagem pública, sobretudo numa sociedade *media-centric* (LIMA, 1994).

Deliberar, numa sociedade democrática, sem a construção da opinião pública, como propôs em algum momento a concepção elitista das democracias liberais, é tirar do sujeito a capacidade de ele ser um agente público, em que as decisões são oriundas da opinião individual, e portanto, privada, sem o “afetamento” da esfera pública (AMORIM, 2012),

em que o papel de cidadão desse sujeito como ente público, e conseqüentemente político, só é atualizado no momento da decisão eleitoral. Essa dicotomia entre a esfera pública e a esfera privada, ainda que inexistente, é constantemente verificável em alguns contextos. Na relação entre mídia e política, a exemplo de períodos eleitorais, se fazem mais evidentes quando família, formação, construção de uma autoridade, retórica e imagem auxiliam na construção do *ethos* político, impulsionando ainda mais a formação da opinião pública.

NEGACIONISMO COMO CONTROVÉRSIA DISCURSIVA

O negacionismo é um termo recentemente mobilizado no Brasil e está ligado às negações tanto de um discurso que foi publicizado na esfera pública, sobretudo nos meios de comunicação, quanto às negações de fatos evidentes e consistentes. A expressão ficou ainda mais conhecida, de acordo com Gomes (2019, p. 150), a partir da última eleição, momento em que atores políticos “buscaram anular as origens históricas da desigualdade econômico-social a partir da negação dos processos de exclusão historicamente constituídos no país”.

O ato de negar discursos e fatos causa uma disputa por espaço e, quando enunciados e registrados pelos veículos de comunicação, sobretudo TV e internet como espaços de maior visibilidade dos representantes políticos, a controvérsia ganha magnitudes outras. Num primeiro momento tem-se o discurso e os fatos negados. Em outro, há o ressurgimento de uma figura política que nega, ou ressignifica o que realmente já havia sido discutido e estabelecido, *a priori*. Ainda que confrontado pelas possibilidades que os meios tecnológicos permitem, a partir do arquivamento e registro, sobretudo daquilo que circula no ambiente virtual, há uma tendência em reforçar a anulação do que foi dito e a transferência de culpa e manipulação discursiva por parte dos meios de comunicação, conquistando o público que simpatiza com aqueles ideais, ainda que confrontados com a “verdade”.

Em *Negação da Política e Negacionismo como Política: pandemia e democracia*, artigo publicado em 2020 por André de Macedo Duarte e Maria Rita de Assim César, os autores revisam o lugar do governo supradito e apresentam vários momentos em que os discursos extremistas e negacionistas do governo se fizeram presentes, desde as disputas eleitorais. Discorrem sobre a figura *outsider* do Presidente que, num momento oportuno de descrença na política brasileira, após escândalos de corrupção e *modus* diversos de desenvolver incertezas quanto à política brasileira – estes relacionados à ineficiência do

Partido dos Trabalhadores (PT), partido popular e progressista – faz ressurgir o ideal nacionalista como sujeito antissistêmico e antipolítico.

Contudo, faz-se necessário compreender como se dá essa estratégia discursiva, os sujeitos que tramitam na cena enunciativa e como se dá a relação entre discursos políticos e a construção da imagem desses sujeitos face aos espectadores. Isso se dá pelo fato de que para os analistas do discurso é frequentemente associado uma manifestação sobre o uso da linguagem, que desperta interações de sentidos, além de também estar associado à unidade linguística (MAINGUENEAU, 2014). Há uma interlocução entre os sujeitos da enunciação em que existe uma troca de sentido entre os interlocutores, seja pela manifestação oral ou escrita, que pode ser feita na ausência ou presença de um dos interlocutores, isto é, para que haja interação a construção do sentido se dá pela expressão de pensamento, onde a relação entre os sujeitos da ação é construída de modo que repertórios individuais sejam ativados.

Ao mesmo tempo, esse discurso é assumido por um sujeito que pode fazer mobilizar sentidos diferentes e indica a atitude do sujeito frente ao seu enunciado. Achar, ter certeza, inferir, mensurar, por exemplo, fazem parte dessa construção e do posicionamento de um dos interlocutores. Mas, como um discurso também é regido por normas, essa produção de sentido acontece de formas variadas, de modo que haja uma coerência e que atenda a expectativa tanto do enunciador quanto daquele que é a outra parte da interlocução. E, se isso é verdade, constata-se, então, que o discurso é interdiscursivo porque o sentido produzido é oriundo da associação de um enunciado a outros enunciados, ou seja, o discurso sempre atravessa conceitos que podem ou não fazer sentido, estando o sujeito consciente ou não dessa associação das leis que regem o discurso e produz sentido (MAINGUENEAU, 2014).

Não obstante, cabe considerar também que o discurso político, foco central dessa pesquisa, não é um discurso movido à aleatoriedade. A controvérsia negacionista pode ter efeitos distintos entre simpatizantes e opositores pois faz parte de um pacto lógico entre o que se espera de coerência, e também nas tensões do que Charaudeau chama de contrato social – que vai desde a co-construção de sentido ao atingimento do outro (LYSARDO-DIAS, 2010).

No caso de uma cena de negação de política, há de considerar também como a construção da imagem do sujeito é desenvolvida e quais sentidos os enunciados irão produzir a partir do *logos*, da racionalidade. A aparição do Presidente Jair Bolsonaro

negando discursos ou tentando ressignificá-los, ou mesmo transferindo à mídia a responsabilidade de uma desordem informativa e profissional, só é permitida porque o Chefe do Poder Executivo representa uma imagem de autoridade, o que desenvolve um papel coletivo sobre quem é o sujeito falante. Ainda que não demonstre legitimidade sobre alguns discursos, o *ethos*, enquanto saber como imagem de si (CHARAUDEAU, 2017), constitui uma liberdade para que as controvérsias e negações surjam.

Outro ponto a ser trabalhado é um conceito que permite explicar a visão de mundo bolsonarista, desenvolvido pelo pesquisador João Cezar de Castro Rocha (2021), em seu livro *Guerra Cultural e Retórica do Ódio – Crônicas de um Brasil Pós-Político*. Segundo o autor, a acepção bolsonarista de “guerra cultural” significa a partição maniqueísta do mundo, ou seja, produz visões dualistas sobre aspectos da realidade. Tal proposição aproxima-se do fundamentalismo, traduzido na crença da descoberta de verdades essenciais sobre o ser. Tudo e todos aqueles que se opõem a tal essência são vistos como “ímpios, infiéis”, os quais vem a ser marginalizados através de sua desumanização. De tal forma, fica inviabilizada a política como a conhecemos, por impedir negociações e diálogos e forçar imposições em uma disputa de narrativas polarizadoras, com a finalidade de criar inimigos imaginários. Isto configura-se como um movimento de massas, sobretudo no ambiente digital, abusando do potencial da desinformação. Por fim, ele aponta a linguagem da “retórica do ódio”, que ataca, diminui e menospreza aquilo que se distancia do seu eixo de ideais.

MATERIAIS E MÉTODOS

Caracterizando-se como uma pesquisa qualitativa, os instrumentos metodológicos adotados na presente proposta concentram-se na Análise do Conteúdo e na Análise do Discurso. De acordo com Bardin (1999), a Análise de Conteúdo é uma técnica que permite analisar o que o conteúdo e teor do objeto que está sendo analisado. O referido método auxilia em análises comparativas ensejando verificar o que está sendo enunciado e quais convergências e divergências existem entre os produtos.

Já a Análise do Discurso possibilita, como afirma (GREGOLIN, 1995), depreender o sentido dos enunciados. É uma técnica rigorosa de interpretação dos efeitos dos sentidos em texto e discurso (CAREGNATO; MUTTI, 2006). Para alguns teóricos, a AD não é um método e sim uma disciplina do campo da linguística que analisa e interroga sentidos

produzidos pela linguagem verbal ou não verbal. Contudo, neste trabalho a Análise do Discurso será trabalhada como metodologia, pois “em AD, a metodologia de análise não incide em uma leitura horizontal, ou seja, em extensão, tentando observar o que o texto diz do início ao fim, mas, realiza-se uma apreciação em profundidade, que é possibilitada pela descrição interpretação em que se examina [...]” (SILVA; ARAÚJO, 2017, p. 20).

Quanto aos materiais, os objetos de análise foram elencados com base em um balanço trimestral que analisou os ataques do governo Bolsonaro contra a imprensa ao longo do ano de 2020, produzido pela ONG internacional Repórteres Sem Fronteiras (RSF), o qual discrimina os ataques em três tipos, segundo seu direcionamento: a jornalistas, veículos e organizações e à imprensa de modo geral. Nesse sentido, foram escolhidos casos significativos e simbólicos no que diz respeito à hostilidade constante e diversificada em questão de alvos, que vão do individual até a classe jornalística como um todo, além de permitir avaliar o negacionismo e a falta de cooperação na busca pela produção e difusão de sentidos ligados ao momento político atual. Sendo assim, selecionam-se dois exemplos de ataques a jornalistas – homem e mulher –; dois casos envolvendo organizações – Rede Globo e *Folha de São Paulo* –, as quais são indicadas no balanço da RSF como as mais atacadas em 2020; e dois exemplos de ataque à mídia jornalística de forma ampla.

É válido destacar que todos os casos culminaram em um fazer jornalístico declaratório, ou seja, foram produzidas notícias as quais evidenciaram falas de Jair Bolsonaro, e não ações executivas, propriamente. Portanto, tem-se materiais que congregam discursos do Presidente sobre o fazer midiático e suas responsabilidades sociocomunicativas, bem como respostas dos próprios meios de comunicação, o que se configura como um embate sobre a atuação da imprensa, com potencial de influenciar a opinião pública sobre a mesma. Acrescenta-se ao material 3 fatos que servem como materialização deste poder persuasivo: a regressão do Brasil à zona vermelha em liberdade de imprensa em 2021, de acordo com a organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF); a criação de canais de comunicação estritamente bolsonaristas e direitistas; e uma matéria que noticia agressões à imprensa durante manifestação antidemocrática no Palácio do Planalto, realizada no dia 3 de maio de 2020 – Dia Mundial da Liberdade de Imprensa.

A Figura 1, a seguir, sintetiza os materiais elencados e a relação com os métodos descritos, com base no balanço trimestral.

Figura 1 – Delimitação da Pesquisa

Discriminação dos tipos	Descrição dos sujeitos e organizações	Método
Ataque a Jornalistas	Homem – Repórter não quis ser identificado.	ANÁLISE DE CONTEÚDO E DO DISCURSO
	Mulher – Patrícia Campos Mello. Ex-repórter de guerra e jornalista da <i>Folha de São Paulo</i> . Formada pela Universidade de São Paulo, mestra em <i>Business and Economic Reporting</i> pela Universidade Nova York, 46 anos. Recebeu o Prêmio Internacional de Liberdade de Imprensa, do Comitê para Proteção a Jornalistas (2019) e Troféu Mulher Imprensa (2016). Autora da obra 'Máquina do Ódio: Notas de uma repórter sobre <i>fake news</i> e violência digital', publicado em 2020.	
Ataque a veículos e organizações	Rede Globo – O grupo <i>O Globo</i> foi fundado em 1925 por Irineu Marinho. Já a emissora Rede Globo, constitui-se em 1965 e é meio de difusão de telenovelas, telejornais, radiojornais, programas de entretenimento, diversos conteúdos na internet, entre outros. Atinge cerca de 97 milhões de brasileiros diariamente e está presente em cerca de 190 países. Tem mensuração de 3.000 horas de conteúdos jornalísticos anuais, composta por cerca de 700 equipes espalhadas pelas emissoras da rede. Preza, de acordo com a Política Editorial de <i>O Globo</i> , pela isenção, laicidade, qualidade, agilidade, contrária a preconceitos, transparência, defende o princípio apartidário, entre outros.	
	Folha de São Paulo – Fundada em 1921 no estado de São Paulo, por Olival Costa e Pedro Cunha, a Folha de São Paulo é um jornal editado em São Paulo e um dos veículos de maior circulação nacional, possibilitado pela sua versão digital, além da impressa. O veículo venceu diversos prêmios em categorias diversas desde 1999, incluindo Prêmio Esso de Informação Econômica (2002, 2006, 2010) e Prêmio Esso de Informação Científica e Tecnológica (2009). Sua Linha Editorial descreve princípios como abordagem de assuntos críticos sem tabus, priorizar temas de interesses públicos, ênfases em informações exclusivas, atitude apartidária, cultivar pluralidade de opiniões, entre outros.	
Ataque à mídia	Mídia de forma geral. A escolha não refere-se a um exemplo específico, mas uma exemplificação genérica sobre ataques direcionados à mídia enquanto esfera noticiosa e profissionais que nela atuam.	

Fonte: Elaboração própria.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Inicialmente, busca-se analisar o *ethos* assumido pelo Presidente Jair Bolsonaro a partir de sua encenação sociolinguageira em falas públicas, o qual depende dos julgamentos cruzados de indivíduos e grupos sociais para concretizar-se. “[...] é preciso

acrescentar que o *ethos* não é totalmente voluntário (grande parte dele não é consciente), tampouco necessariamente coincidente com o que o destinatário percebe”, afirma Charaudeau (2006, p. 116). Tal ideia indica a Análise do Discurso como uma ferramenta analítica para decifrar o “duplo-ser” em questão: o ser de discurso e o ser social empírico de Bolsonaro, que se fundem em sua própria identidade política.

Figura 2 – Análise do Discurso e do Conteúdo

Descrição e ocasião	Análise da ênfase
CASO 1	
<p>No dia 20 de dezembro de 2019, Bolsonaro participava de uma entrevista coletiva pela manhã na frente ao Palácio da Alvorada. Em determinado momento, um repórter indagou sobre planos de transferir a embaixada brasileira em Israel de Tel Aviv para Jerusalém. De maneira inesperada, o presidente respondeu: <u>“Você pretende se casar comigo um dia? Não seja preconceituoso! Você não gosta de loiro de olhos azuis? Isso é homofobia, vou te processar por homofobia. Não admito homofobia! Seu homofóbico! Você pretende se casar comigo? Responde! Não pretende? Nós inauguramos o escritório da Apex [Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos] com a presença de Benjamin Netanyahu [primeiro-ministro de Israel]”</u>. Em um segundo momento, quando a pauta tratava dos desdobramentos da investigação do Ministério Público do Rio sobre o senador Flávio Bolsonaro, um dos filhos do Presidente, outro repórter perguntou o que aconteceria a Flávio caso cometesse algum deslize. Bolsonaro respondeu: <u>“Você tem uma cara de homossexual terrível. Nem por isso eu te acuso de ser homossexual. Se bem que não é crime ser homossexual”</u>.</p>	<p>Nesta situação, além de evitar responder às questões, Bolsonaro tenta usar aspectos físicos, com base em sua subjetividade, para considerar seu indagador como homossexual, de maneira discriminatória e, visto que, para ele, surtiu um efeito de gracejo, assim como para seus apoiadores, também preconceituoso, logo após taxar o primeiro repórter, de forma indevida, como “homofóbico”. Sua controvérsia começa ao inverter o bom valor do <i>ethos</i> de <i>humanidade</i>, na medida em que força o riso, mas, além de construir sua própria imagem estereotipada a partir de seu discurso, cria e atribui um rótulo para o interlocutor, buscando a “caricatura” e o “humor”, mas desmerecendo uma orientação sexual. Além disso, o presidente perde ainda mais seu <i>ethos</i> de <i>credibilidade</i> ao contrariar as expectativas de <i>seriedade</i> e <i>virtude (honestidade)</i> que poderiam ser esperadas de um momento de coletiva. Um político <i>sério</i> e <i>honesto</i>, para Charaudeau (2006), não deve “se encontrar em atividades frívolas, [...] não ter um ar de quem brinca constantemente a torto e a direito, nem um tom insolente nas entrevistas” (p. 120), assim como “remete à retidão e à sinceridade, tanto na vida pública quanto na vida privada: dizer o que se pensa, ter uma vida transparente (nada ter a esconder) (p. 123)”, sem gerar ofensas. Por fim, coloca em risco o <i>ethos de caráter</i>, ao promover uma situação conflituosa com sua provocação.</p>

CASO 2

Em 18 de fevereiro de 2020, Bolsonaro participava de uma entrevista quando o caso de denúncia de uma ação de rede de empresas, incluindo a Yancows (marketing digital), esquema fraudulento de disparo de mensagens pelo WhatsApp em favor de políticos e a afirmação do ex-funcionário da Yancows, Hans River, de que uma jornalista da Folha de São Paulo teria se insinuado sexualmente para ele, foi questionado sobre a relação do ex-funcionário à sua eleição e, mesmo que tenha sido Hans quem apresentou comportamento assediador, como ficou comprovado, o presidente, de forma hostil, afirmou que a jornalista "queria dar o furo a qualquer preço contra ele, fazendo uma alusão sexual com a palavra 'furo'", aproveitando-se do contexto. Novamente o foco da discussão é posto de lado e um novo elemento é colocado em pauta e, conseqüentemente, a primeira pergunta permanece sem esclarecimentos.

Bolsonaro manifesta um comportamento baseado na sua figura masculina para exaltar seu *ethos de potência e virilidade* (CHARAUDEAU, 2006), a partir de ataques que antes eram mencionados por apoiadores contra a mesma jornalista. Ainda que em uma situação explicitamente pública, fez uso de um discurso intimidador, fundado no contexto cultural machista impregnado na sociedade. Nesse aspecto, Charaudeau (2006) afirma que a intimidade "é construída com a cumplicidade dos jornalistas" (p. 151), a qual, no caso, foi completamente forçada e ofensiva. Ademais, sua insinuação sexual configura-se como um chamariz, que pode servir como estratégia para repercutir na mídia, sem qualquer honra e decoro, considerando seu histórico e experiência com frases polêmicas. É mais um fato que tangencia o esforço infeliz da produção de humor envolvendo sexualidade, o que tem potencial de *ethos de identificação* (CHARAUDEAU, 2006), se considerarmos as risadas de seus apoiadores presentes, o que permite induzir comportamentos semelhantes de indivíduos que assistiram ao vídeo sobre o fato e que concordam com os ideais do presidente.

CASO 3

Em outubro de 2019, em uma visita oficial do Presidente Jair Bolsonaro à Arábia Saudita para alinhar e fortalecer interesses econômicos, ele fez uso de suas redes sociais para transmitir um pronunciamento contrariando as informações de uma reportagem da TV Globo. A notícia referida colocou sob suspeição a possibilidade de envolvimento do presidente na execução de Marielle Franco. Bastante irritado e enfurecido ao dirigir-se à organização, Bolsonaro reage à reportagem do Jornal Nacional sobre o caso, declarando: "Isso é uma patifaria! Uma canalhice!", além de fazer referência, em meio ao assunto, à renovação da concessão pública da *Globo*, com vencimento em 2022.

A título de referência para comparação, o presidente afirma que a *Veja* apontou o governador do Rio de Janeiro (na época), Wilson Witzel, como "vazador" das informações envolvendo o processo, que encontravam-se em segredo de justiça. Witzel se pronunciou sobre o envolvimento de sua pessoa na discussão.

Nesse caso, Bolsonaro não só coloca outro ponto como pauta, mas comete uma espécie de falácia ao questionar a legitimidade da emissora responsável pela matéria. Além de elucidar o ambiente com uma suposta perseguição midiática à sua pessoa, ele também insulta a organização, ou seja, tangencia argumento. Dessa forma, é conduzido um desvio subjetivo, que tira de pauta os argumentos da discussão e coloca o próprio emissor como alvo.

Pensando no ato de evocar um *ethos*, é possível interpretar os elementos "grito" e "insultos", que compõem o início de sua manifestação, como constituintes de uma *vituperação* (CHARAUDEAU, 2006), em que há necessidade de expressar-se com força a partir de uma indignação. Entretanto, ao comparar sua fala à nota emitida por Witzel, vemos que o governador demonstrou *controle de si e equilíbrio* (CHARAUDEAU, 2006), ao medir suas palavras, o que Bolsonaro abandona com sua atitude "intempestiva" e explosiva, como indicou o próprio Witzel. Ademais, ao citar a concessão pública da organização, sem julgar o processo burocrático em si, mas focando no ambiente contextual da fala, Bolsonaro constitui uma espécie de discurso chantagista, evocando maliciosamente a *advertência*.

CASO 4

Em abril de 2020, Sérgio Moro deixou o cargo de Ministro da Justiça, por conta da decisão de Bolsonaro de trocar o diretor-geral da Polícia Federal (PF), Maurício Valeixo. Moro pedia um motivo específico para a saída de Maurício, que não foi apresentado. A partir disso, foi aberto um inquérito contra Bolsonaro no Supremo Tribunal Federal (STF), com intuito de investigar quais eram os possíveis interesses do presidente em investigações da corporação e se houve interferência com objetivos políticos nas apurações. Um dia após a nomeação do novo diretor-geral da PF, Rolando Souza, o presidente mostrou em coletiva (05/2020) uma imagem que reproduzia uma manchete da edição impressa da *Folha de São Paulo*: "Novo diretor da PF assume e acata pedido de Bolsonaro". Ele, então, chamou o jornal de "canalha", "patife" e "mentiroso". Considerando que Carlos Henrique Oliveira, atual chefe da PF no Rio de Janeiro, foi convidado para ser o diretor-executivo número dois na hierarquia do órgão, os jornalistas presentes indagaram Bolsonaro se ele teria pedido tal mudança na superintendência da PF no estado. "Cala a boca, não perguntei nada", foi sua resposta a um primeiro questionamento, feito por uma repórter de *O Estado de S. Paulo*. Questionado em seguida por repórter da própria *Folha*, o presidente gritou novamente: "cala a boca, cala a boca", impedindo o diálogo.

Ao encenar um *ethos de potência*, gritando, glorificando a própria força e exercendo violência verbal com seus insultos, o presidente consequentemente perde oportunidade de responder com *seriedade*, no que tange a elocução serena, bem como o *caráter*, em se tratando de equilíbrio e controle de si, mostrando-se bastante afetado pela entonação e altura de sua voz para responder, exagerando na expressão de *humanidade*, segundo os conceitos de Charaudeau (2006). Ainda segundo o autor, Bolsonaro usa da estratégia discursiva da *justificação*, buscando o efeito de sentido da inocência através da *negação*, rejeitando a denúncia, de forma a "declará-la nula e improcedente, o que significaria que não há o que justificar" (CHARAUDEAU, 2006, p.127). Além disso, a atitude de impedir questionamentos dos repórteres demonstra a falta de um *ethos de solidariedade*, que, neste caso, envolve o ato de saber ouvir e estar atento às necessidades jornalísticas e da opinião pública, constituída pelos seus administrados. Outrossim, é evocado um *ethos de Chefe*, que, ainda de acordo com Charaudeau (2006), age de "maneira mais autoritária, na verdade, agressiva" (p. 159), possuindo uma visão que distingue bem e mal, de forma a combater o segundo. Entretanto, não é possível definir exatamente qual é a percepção do mesmo enquanto chefe, pelas controvérsias em suas declarações.

forma como o papel de autoridade é colocado como algo inquestionável. Fomenta-se a autoridade de um presidente que fala por si, e não deve creditar ou acatar dúvidas em relação à sua competência. Não só descredibiliza os órgãos que o questionam, mas como se coloca acima de qualquer entidade representativa, seja ela midiática ou não. Dessa forma seu público, já muito influenciado por outros discursos, é levado a crer que não seja possível, realmente, que um presidente com tamanha "postura" seja duvidoso, já que confronta todos aqueles que o "desmoralizam". Porém, como já dito, sendo isto uma espécie de falácia, ainda sim possui um falso efeito elucidativo. Cria-se no imaginário social, um senso comum a respeito de sua imagem. Uma verdade mistificada em preceitos e opiniões.

CASO 5

Em abril de 2021, em dia de recorde de óbitos por Covid-19 no Brasil em 24 horas (4.195), o presidente disse em diálogo com apoiadores que resolveria o problema do vírus em poucos minutos, aumentando as despesas com verbas de publicidade a veículos de comunicação. “Não, é jogo de poder, se vai morrer mais gente não interessa não”, disse.

Segundo Bolsonaro, em outros países do mundo o “pessoal quer destruir o vírus, aqui quer destruir o presidente”, além de que criticou as medidas de restrição de circulação de pessoas decretadas por diversos estados para tentar controlar a pandemia. Em interação com os apoiadores presentes, argumentou que São Paulo é o estado que acumula o maior número de mortos e, ao mesmo tempo, é “o que mais fecha”, para questionar a eficácia da prática de isolamento social, citando “uma pesquisa, que parece ser verdadeira”, que aponta que quem leva “uma vida saudável é 8 vezes menos propenso a ter problemas com a Covid-19”.

Primeiramente, é preciso evidenciar o negacionismo de Bolsonaro ao contexto pandêmico que vive o Brasil, ignorando os fatos, óbitos e dados emitidos pelas secretarias de saúde, por exemplo. Exclui por completo, assim, qualquer *ethos de humanidade*, na medida em que, baseado em Charaudeau (2006), não demonstra “capacidade de demonstrar sentimentos, compaixão para com aqueles que sofrem” (p. 148). Há frieza e antipatia ao relativizar as mortes, dizendo não ter importância que outros indivíduos morram. Também não se enquadra em termos de *ethos de solidariedade*, que “faz do político um ser que não somente está atento às necessidades dos outros, mas que as partilha e se torna responsável por elas [...]”, com “vontade de estar junto, de não se distinguir dos membros do grupo e, sobretudo, de unir-se a eles a partir do momento em que se encontrarem ameaçados” (CHARAUDEAU, 2006, p.163). Se, para o autor, “ouvir é fazer existir”, a pandemia e suas consequências humanas não parecem existir para o presidente.

científico e do esforço de formulação de conhecimentos e medidas preventivas sobre o vírus, bem como as informações que a mídia jornalística divulga sobre o contexto de pandemia. A comparação sobre dados envolvendo o estado de São Paulo e a citação de uma pesquisa científica, de maneira genérica, são inseridas em um viés falacioso. Outrossim, culpabilizar a mídia, acusando-a de criar um imaginário pandêmico, afirmando que verbas de publicidade solucionariam o caso, indiretamente significam que ele considera o jornalismo brasileiro tendencioso, a partir do momento em que noticia acontecimentos cuja sua interpretação, de peso social completamente diferente, não é similar. Desse modo, tenta evocar de modo subversivo, chocando-se com instituições dotadas de credibilidade - ciência e mídia - *ethos de seriedade, competência e inteligência* (CHARAUDEAU, 2006), buscando um posicionamento provocador de identificação e admiração por aqueles que compactuam com suas ideias, ainda que negacionistas.

CASO 6 – CONTEXTO MUDIÁTICO BRASILEIRO

Segundo os conceitos de “guerra cultural” e “retórica do ódio” sugeridos por Rocha (2021), Bolsonaro atua no meio político em construções de narrativas criadoras de “realidades paralelas” a partir de negacionismo e uso de informações falsas, o que fomenta o enfraquecimento da agenda pública pautada pela mídia jornalística, bem como da disseminação de informações relevantes e de utilidade social, em se tratando de transparência, governança e informações sobre o momento pandêmico atual, por exemplo. Nesse contexto, a polarização da produção de sentidos no espaço público sobre o fazer político manifesta potenciais de descredibilização da imprensa, ao passo que desestimula sua prática diariamente por meio de ataques, ofensas e violências que constituem a linguagem da dita “guerra cultural”. Ao assumir os *ethé* políticos controversos aos de um bom governante, Bolsonaro não perde sua credibilidade, o que é paradoxal, porém pode ser explicado pelos processos identificatórios que seu discurso promove, cativando grupos sociais determinados e constituindo sua própria massa, com ênfase nos meios digitais, a qual partilha de seus valores e ideais de exclusão da diferença e pensamentos contrários aos seus. Como resultado, há um movimento de separação da opinião pública, dividida fundamentalmente entre o discurso midiático e o Bolsonarista, que nega responsabilidades administrativas, fatos, a ciência e o compromisso com a verdade.

Como primeiro acontecimento materializador desse esforço de polarização, tem-se a edição 2021 do Ranking Mundial da Liberdade de Imprensa, elaborado pela Repórteres sem Fronteiras (RSF), que avalia anualmente a situação da liberdade de imprensa em 180 países e territórios. De acordo com os dados, o Brasil entrou na “zona vermelha”, que sinaliza regiões do mundo onde a situação da imprensa é considerada difícil. Segundo o relatório, o país antes estava na “zona laranja”, chamada de “sensível”, e passou da 107ª colocação para a 111ª, em relação ao ano passado. É o quarto ano consecutivo de queda para o país, que em 2018 ocupava a 102ª posição. Em comentário, a RSF argumenta a complexificação do trabalho da imprensa no Brasil desde que Jair Bolsonaro foi eleito presidente, em 2018: “Insultos, difamação, estigmatização e humilhação de jornalistas passaram a ser a marca registrada do presidente brasileiro. Qualquer revelação da mídia que ameace os seus interesses ou de seu governo desencadeia uma nova rodada de ataques verbais violentos, que fomentam um clima de ódio e desconfiança em relação aos jornalistas no Brasil”.

Outro fato a ser destacado é a agressão de jornalistas em frente ao Palácio do Planalto, enquanto cobriam o ato em apoio ao governo Jair Bolsonaro e com pautas antidemocráticas e inconstitucionais, em maio de 2020. A equipe do jornal *O Estado de São Paulo* foi atingida por chutes, murros, empurrões e rasteiras. Durante o ato, jornalistas de diversos veículos foram agredidos e hostilizados por participantes do protesto. Coincidentemente, o ataque ocorreu no Dia Mundial da Liberdade de Imprensa - 03 de maio. Nota-se o impedimento do fazer jornalístico pelos apoiadores do presidente, atitude definida por Rocha como aprendizado e aplicação da retórica do ódio, que inviabiliza negociações e debates, assim como a liberdade de expressão, neste caso de violência.

Um terceiro fato que demonstra o fechamento do discurso Bolsonarista em si mesmo é a criação de uma comunidade no aplicativo Mano. O aplicativo oferece em sua plataforma canais interativos, ferramentas de transmissões ao vivo, chamadas e criação de conteúdo para circular dentro das comunidades de usuários do Mano. Nele, Bolsonaro e sua rede de apoiadores colocam à disposição no canal “TV Bolsonaro”, conteúdo favorável ao governo e sua agenda, produzindo o que Rocha (2021) chama de midiosfera Bolsonarista. Trata-se de um polo de produção e difusão de conteúdos direitistas e inclinados aos interesses do presidente, funcionando como uma mídia alternativa à realidade pautada na ciência, na mídia e nas expectativas de decência, compromisso e responsabilidade democrática e constitucional.

Fonte: Elaboração própria.

No que diz respeito à organização política, o jornalismo ocupa uma posição central, desempenhando o papel de ator político ao possibilitar aparições, visibilidades e representações democráticas no espaço público, ao passo que constitui fluxos informacionais ligados à conservação ou perda de poder, a partir de sua capacidade de formação da opinião pública, na medida em que sugere acontecimentos como notórios

e relevantes. Espera-se trocas de sentido horizontais entre os governantes e a mídia, enquanto meio de fiscalização do poder público e fomento à transparência.

A partir do embate entre busca pela verdade jornalística com o esforço de conservação da imagem política, determinados governantes usam de sua autoridade e a dimensão da liberdade de expressão para legitimar os seus posicionamentos. Considerando o negacionismo, tais atores esquivam-se tanto de discursos publicizados quanto de fatos consistentes e comprovados, caso estes sejam contrários a seus valores, com a intenção de anular seus significados, relativizando violências e tensões no âmbito da memória.

Além disso, ocorre a culpabilização dos próprios meios de comunicação, como se fossem os responsáveis por manipular discursos falsos e tendenciosos, em uma tentativa por parte dos governantes de conquistar mais pessoas que simpatizam com seus ideais. A aparição do Presidente Jair Bolsonaro negando discursos ou tentando ressignificá-los, transferindo à mídia a responsabilidade de uma desordem informativa e profissional, ocorre porque o Chefe do Poder Executivo é possuidor de um potencial de autoridade, o que desenvolve um papel coletivo sobre quem é o sujeito falante, mesmo que este tome atitudes contrárias à expectativa de um *ethos* político positivo, o que deveria descredibilizá-lo.

Nesse sentido, o imaginário social é orientado pelas construções simbólicas e identificações em atrito, oferecendo risco à confiança na imprensa e em suas narrativas sobre o presente; nesta situação, quando Jair Bolsonaro questiona a competência midiática, utilizando a falaciosa neutralidade jornalística a seu favor. Retomando as necessidades para o exercício do poder, para que haja crença e aderência a um sujeito político, emergem esforços discursivos fundados em discursos racionais e no afetivos, respectivamente: o *ethos* de credibilidade e o *ethos* de identificação, estratificados conforme as expectativas depositadas no governante para contextos específicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou alcançar respostas ao objetivo de compreender como o negacionismo de Jair Bolsonaro, a partir de enunciações discursivas sobre a imprensa brasileira, e o “jornalismo declaratório” impactam o imaginário social sobre as mídias noticiosas, a partir da relação entre os veículos de comunicação como *lócus* de enunciação discursiva e aparecimento do presidente e formação da opinião pública, bem como do

reforço, considerado alcançado, de apresentar a indissociabilidade entre duas esferas públicas.

Os seis casos discriminados em ataque a jornalistas, veículos e organizações e à mídia em geral evidenciam como a guerra cultural, compreendida neste estudo como um padrão comportamental que provém do pacto entre o *cluster* social, é estabelecida por um estatuto de crença e negação, isto é, o discurso impacta o imaginário social sobre o ‘efeito nocivo’ das mídias noticiosas na medida em que o discurso controverso é renunciado pela figura de autoridade, sendo a mídia, portanto, a esfera de desconfiança, pois foi convencionalmente, racionalmente, que os meios de comunicação defenderão seus interesses particulares e para isso sempre terá um mártir político/partido.

O Bolsonaro quebra qualquer paradigma de credibilidade com suas atitudes controversas, mas a guerra cultural que ele promove, pauta na retórica do ódio, bem como na autoridade e nos apoiadores, o que facilita processos identificatórios, impede a sua descredibilização. A partir dos conceitos da Análise do Discurso que discriminam o *ethos* político, constatou-se que o Presidente tem sua imagem subvertida daquilo que se espera de um representante político e que seus discursos e ações não estão inseridos nas tipologias classificadas, isto é, além de se apresentar como antissistêmico e subverter todos os valores simbólicos e de expectativas imaginárias, o *outsider* sustenta e tonifica essa afirmação na medida em que fomenta um desvanecimento dos conceitos propostos por Charaudeau (2006) e institui novas formas da construção de uma imagem que rompe com as perspectivas socialmente acordadas sobre o ‘ser político’.

As respostas obtidas ao questionamento proposto neste artigo permitiram considerar que as tensões entre apoiadores e oposição são oriundas do estatuto de autoridade e legitimidade que são depositadas na em Jair Bolsonaro e na intensificação de que a mídia e os profissionais que nela tramitam produz efeitos maléficos sobre sua imagem, orientando a construção de um imaginário social que retroalimenta que o papel da mídia, sobretudo no que diz respeito à atividade jornalística, é único e exclusivamente o transmitir os fenômenos, sem interferência e aprofundamento, mesmo que esses estejam no âmago do interesse público – o que, inclusive, compromete o trabalho de apuração, checagem e em um *modus* jornalístico isento.

É nesse contexto que se faz necessário reafirmar a necessidade de mitigar a disparidade entre comunicação e política e reafirmar que ambas as esferas públicas são indissociáveis e concentra a responsabilidade de formação dos sujeitos e sujeitas. A

necessidade convencionada de ver os meios de comunicação como meios de difusão isenta compromete essa compreensão, uma vez que essa isenção e neutralidade é posta sobre uma cosmovisão da não revelação de um posicionamento. Porém, o deferimento desse posicionamento não exige que os meios sejam pluriversais e fomentem um debate representativo, haja vista a incapacidade dos indivíduos em deixar de lado suas experiências, repertórios e crenças, sejam eles receptores, emissores ou representantes políticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA BRASIL. Bolsonaro ataca repórteres, critica a Folha e nega interferência na PF. **O Tempo**, 5 mai. 2020. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/bolsonaro-ataca-reporteres-critica-a-folha-e-nega-interferencia-na-pf-1.2333265>. Acesso em: 06 mai. 2021.

AMORIM, Ana Paola. Mídia, opinião pública e legitimidade democrática. **Cadernos da Escola do Legislativo**, v. 14, n. 22, p.115-139, 2012.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquina; MUTTI, Regina. Pesquisa Qualitativa: Análise de Discurso *versus* Análise de Conteúdo. **Texto e Contexto – Enfermagem**, v. 15, n. 4, p.679-684, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. “O ethos: uma estratégia do discurso político”. *In*: CHARAUDEAU, P. (Org.). **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006, p.113-166.

DUARTE, André de Macedo; CÉSAR, Maria Rita de Assis. Negação Política e Negacionismo como Política: pandemia e democracia. **Educação e Realidade**, v. 45, n. 4, p.1-22, 2020.

FARIAS, Victor. Hans River é denunciado por falso testemunho na CPI das Fake News. **Congresso em Foco**, 12 fev. 2020. Disponível em:

<https://congressoemfoco.uol.com.br/legislativo/cpi-discute-denunciar-hans-river-por-falso-testemunho/>. Acesso em: 06 mai. 2021.

FOLHAPRESS. Interferência na PF: Quais eram os interesses de Bolsonaro? Confira 12 perguntas e respostas. **Valor Econômico**, 24 fev. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2021/02/24/quais-eram-os-interesses-de-bolsonaro-ao-interferir-na-pf-confira-12-perguntas-e-respostas.ghtml>. Acesso em: 06 mai. 2021.

G1. Bolsonaro ofende a TV Globo em transmissão nas redes sociais. **G1**, 30 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/30/bolsonaro-ofende-a-tv-globo-em-transmissao-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 06 mai. 2021.

GOMES, Aguinaldo Rodrigues. Machocracia, negacionismo histórico e violência no Brasil contemporâneo. **Ñanduty**, v. 7, n. 10, p.146-158, 2019.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. Análise do Discurso: conceitos e aplicações. **Revista Alfa**, v. 39, p. 13-21, 1995.

HANSEN, Messiluce da Rocha. **Esfera Pública Midiática: um estudo a partir dos princípios do discurso público e do modelo de democracia deliberativa habermasiana**. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2019.

JORNAL NACIONAL. Bolsonaro diz que repórter tem 'cara de homossexual terrível'; entidades de jornalistas reagem. **G1**, 20 dez. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/12/20/entidades-de-jornalistas-protestam-contra-ataque-de-bolsonaro-a-reporteres.ghtml>. Acesso em: 06 mai. 2021.

LIMA, Venício. Artur de. Os mídia e o cenário de representação política. **Revista Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 38-96, p.239-271, 1996.

LYSARDO-DIAS, Dylia. As contribuições de Patrick Charaudeau para o desenvolvimento da AD no Brasil. In: PAULA, Luciane de. (Org.). **Da análise do discurso no Brasil à**

análise do discurso no Brasil: três épocas históricas-analíticas. Uberlândia: EDUFU, 2010, p.160-181.

MAINGUENEAU, Domonique. “Estudos de discurso e análise do discurso”. *In:* MAINGUENEAU, Dominique. (Org.). **Discurso e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2014, p. 15-57.

MIGUEL, Luiz Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Revista Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 55-56, p. 155-184, 2002.

OLIVEIRA, Rosane de. Bolsonaro reage com fúria a reportagem sobre morte de Marielle. **GZH**, 30 out. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rosane-de-oliveira/noticia/2019/10/bolsonaro-reage-com-furia-a-reportagem-sobre-morte-de-marielle-ck2cquh960ayj01n3nyf917se.html>. Acesso em: 06 mai. 2021.

PODER 360. Folha mostra mensagens e afirma que Hans River mentiu à CPMI das fake news. **Poder 360**, 12 fev. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/folha-mostra-mensagens-e-afirma-que-hans-river-mentiu-a-cpmi-das-fake-news/>. Acesso em: 06 mai. 2021.

REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. Um ano sombrio para a liberdade de imprensa no Brasil – 580 ataques contra a mídia em 2020. **Repórteres Sem Fronteiras**, 21 jan. 2020. Disponível em: <https://rsf.org/pt/relacoes/um-ano-sombrio-para-liberdade-de-imprensa-no-brasil-580-ataques-contramidia-em-2020>. Acesso em: 06 mai. 2021.

RIBEIRO, Eva Márcia Arantes Ostrosky; MAINERI, Tiago. Mídia e política: as mudanças proporcionadas pelo advento da Internet. **Revista Comunicação e Informação**, v. 17, n. 1, p.177-192, 2014.

ROCHA, João Cezar de Castro. **Guerra Cultural e Retórica do Ódio - Crônicas de um Brasil Pós-Político**. Goiânia: Editora Caminhos, 2021.

SILVA, Jonathan. Chasko; ARAÚJO, Alcemar Dionet de. A metodologia de pesquisa em análise do discurso. **Grau Zero – Revista de Crítica Cultural**, v. 5, n. 1, p.17-31, 2017.

VEJA. Bolsonaro faz insinuação sexual a repórter; jornal acusa quebra de decoro. **Veja**, 18 fev. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-faz-insinuacao-sexual-a-reporter-jornal-acusa-quebra-de-decoro/>. Acesso em: 06 mai. 2021.