

VINICIUS ZAGOTO GOMES

**A PRESENÇA DO BOLSONARISMO EM UM TELEJORNALISMO  
EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO QUADRO  
*LIBERDADE DE OPINIÃO, DA CNN BRASIL***

VIÇOSA – MG  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO  
2021

VINICIUS ZAGOTO GOMES

**A PRESENÇA DO BOLSONARISMO EM UM TELEJORNALISMO  
EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO QUADRO  
LIBERDADE DE OPINIÃO, DA CNN BRASIL**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Mariana Ramalho Procópio Xavier

VIÇOSA – MG  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO  
2021

Universidade Federal de Viçosa  
Departamento de Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo

Monografia intitulada *A presença do bolsonarismo em um telejornalismo em transformação: uma análise do quadro Liberdade de Opinião*, da CNN Brasil, de autoria do estudante Vinicius Zagoto Gomes, aprovado pela banca examinadora constituída pelos seguintes integrantes:

---

Profa. Dra. Mariana Ramalho Procópio Xavier — Orientadora  
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

---

Prof. Dr. Rennan Lanna Martins Mafra  
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

---

Prof. Ms. Murilo Ramalho Procópio  
Curso de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora – Campus Governador  
Valadares

Viçosa – MG, 27 de outubro de 2021

## AGRADECIMENTOS

Agradecer é reconhecer, manifestar gratidão, retribuir, mas poderia ser sinônimo de se despedir. Se agradecimentos são imbuídos de significados, este trabalho carrega várias doses de boas histórias. E se conclusão é a palavra definida para dar fim a algo, este trabalho encerra esse período em que, indireta ou diretamente, muitos participaram e contribuíram para me fazer até chegar aqui. Despedida não é o meu momento preferido, é sempre um filme que passa na cabeça, de retrospecto daquilo que vivemos. Há quem diga que é para frente que se olha e anda, mas não há como se entender sem olhar o retrovisor. Nele está o momento quando cheguei ao Campus Viçosa, pela primeira vez. Uma chuva fina caía e dava tom especial aquele dia de consolidação de uma escolha. O receio de sair caminhando por ali, desbravando cada canto naquele dia mesmo, uma espécie de medo em meio a uma arquitetura imponente demarcada logo na entrada pelas Quatro Pilastras. Por outro lado, a sensação de tranquilidade, de saber que os próximos anos seriam dedicados a conhecer aquele espaço. Falar que os momentos que vivi ali foram inesperados não é mero clichê e quem lê esta despedida e pôde me conhecer sabe. Aqui estamos, em meio a uma pandemia, encerrando este ciclo de forma virtual e tentando reunir em palavras uma forma de consolidar todos esses momentos. Os encontros na reta e o olho no olho trocado entre uma aula e outra ficaram para trás, mas estão sempre na memória, assim como as pessoas. Em especial, um agradecimento a mulheres fundamentais na minha vida: mãe, avó e tia pelo apoio. Vera Lúcia, por me fazer apaixonar pelas letras no Ensino Médio; Mariana Procópio pela seriedade e paciência na orientação deste trabalho e pelos ensinamentos nos últimos anos; Mariana Bretas por virar uma amiga e me mostrar outras formas de ver o mundo; e Laila Magesk pelos olhos atentos com meus textos e pela bondade em compartilhar tanto comigo.

### *Agradecer e abraçar*

*Agradecer os amigos que fiz  
E que mantém a coragem de gostar de  
mim, apesar de mim...*

*[...]*

*Agradecer, ter o que agradecer  
Louvar e abraçar!*

*Autoria: Maria Bethânia*

## ***Horário Nobre***

*Nem adianta me ligar agora  
Eu estou grudado na tela  
Antiga história de amor  
Orgulho da gente  
Ajeita a poltrona, chegou... São  
Clemente!  
No espelho, a magia atravessa gerações  
Está no ar a mística das grandes  
emoções  
Coragem, irmãos, que a viagem  
Tem os dramas da vida que imita a arte  
As lutas de um povo e suas bandeiras  
Amores e risos por todas as partes*

*Dance bem, dance mal, dance sem parar  
Roque quer sambar... não é brinquedo,  
não  
Quero ouro, muito dez, Inshalá  
O Astro na imagem da televisão*

*Bem lembro a me seduzir  
A morena sensual Gabriela  
Fogosa Tieta e a doce Isaura  
Branca escrava, tão bela  
Em Bole-Bole quem não viu?  
Dona Redonda explodiu!  
Segura a peruca, Perpétua  
Odete, chegou sua hora  
O Brasil parou! Quem matou?  
Já vai terminar do jeito que eu quis  
Vilão não tem vez, final feliz*

*Olha quem chegou, Sinhozinho Malta  
Viúva Porcina sambando igual mulata  
Milhões de imortais também presentes  
Na tela da São Clemente*

*(Autores: Gabriel Mansilha, Nelson  
Amatuzzi, Victor Alves, Floriano do  
Caranguejo, Beto Savana, Guguinha e  
Fábio Portugal  
Intérprete: Igor Sorriso)*

## RESUMO

Esta monografia tem como objetivo compreender o bolsonarismo, de acordo com o conceito dado por Adriano Freixo e Rosana Pinheiro Machado, e analisar como esse fenômeno político se estabelece dentro do quadro *Liberdade de Opinião*, exibido no telejornal *Novo Dia*, da *CNN Brasil*. Para isso, discute-se as transformações ocorridas na televisão e no telejornalismo brasileiro, da forma ao conteúdo, através do conceito de mediatização. Como repertório teórico-metodológico utilizamos a Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin, organizando as temáticas mais recorrentes no quadro e classificando os discursos do comentarista Alexandre Garcia. Por meio de nossas análises, constata-se que as falas do comentarista no quadro da CNN Brasil manifestam a descrédibilização da ciência, o dualismo com o Partido dos Trabalhadores, uma valorização a ideais meritocráticos e de algumas correntes do liberalismo e a retomada de fatos do passado dentro da perspectiva de pós-verdade. Conclui-se que, ao abrir espaço e dar voz ao bolsonarismo, a televisão tenta, em meio à concorrência com o *streaming*, *internet* e conteúdos *sob demanda*, capturar uma determinada audiência presente em outras plataformas.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise de conteúdo, bolsonarismo, televisão, telejornalismo, CNN Brasil

## ABSTRACT

This paper aims to understand the concept of "bolsonarismo", according to Adriano Freixo and Rosana Pinheiro Machado and analyze how this political phenomenon is established in the attraction "Liberdade de Opinião", part of the news show "Novo Dia", on CNN Brasil. For this, the transformations in Brazilian television and telejournalism are discussed, from format to content, through the concept of mediatization. We used the method of Content Analysis, by Laurence Bardin, organizing the most recurrent themes in the table and classifying the speeches of the host Alexandre Garcia. Through our analyses, the comments of the journalist manifest the discredit of science, the dualism with the "Partido dos Trabalhadores", an appreciation of meritocratic ideals and other notions of liberalism and the reinterpretation of facts from past within the perspective of post-truth. Our conclusion is that CNN Brasil tries to capture a certain audience present on other platforms, like streaming, internet and on-demand content, by opening space to "bolsonarismo".

**KEYWORDS:** Content Analysis, bolsonarismo, television, telejournalism, CNN Brasil

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO 1: A TELEVISÃO E AS TRANSFORMAÇÕES ADVINDAS DA MIDIATIZAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE O CONTEXTO BRASILEIRO.....</b>	<b>17</b>
1.1 Considerações sobre midiáticação .....	17
1.2 Considerações sobre a TV no Brasil: mudanças em um contexto de midiáticação .....	19
1.2.1 O telejornal e o telejornalismo em transformação .....	23
1.3 O telejornal Novo Dia e o quadro Liberdade de Opinião, da CNN Brasil .....	30
<b>CAPÍTULO 2: A ASCENSÃO DO BOLSONARISMO NO CAMPO POLÍTICO E SUA PRESENÇA NA MÍDIA .....</b>	<b>33</b>
2.1 O terreno fértil para a ascensão do bolsonarismo em âmbito global .....	34
2.2 O contexto nacional .....	36
2.3 O bolsonarismo e a comunicação .....	40
<b>METODOLOGIA E ANÁLISE .....</b>	<b>44</b>
3.1 A Análise de Conteúdo e suas etapas metodológicas .....	45
3.2 Os episódios .....	49
3.2.1 Os episódios de política .....	50
3.2.2 Os episódios de economia .....	54
3.2.3 Os episódios de saúde .....	57
3.2.4 Os episódios de meio ambiente.....	60
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>63</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>66</b>

## INTRODUÇÃO

Uma prática comum no presente é tentar traçar um fio histórico de fatos do passado para entender os acontecimentos da atualidade, no contemporâneo. No caso da eleição de Jair Messias Bolsonaro (sem partido) em 2018, essa tentativa de remontar o passado se dá pela característica de ineditismo da sua vitória no pleito presidencial, como o fato dele representar o conservadorismo, uma visão de mundo de extrema-direita e um rompimento ideológico com seus últimos antecessores.

O caminho para a vitória de Bolsonaro se deu em um cenário de mudanças na legislação e efervescências sociais no Brasil e no mundo, como em 2015, quando o Supremo Tribunal Federal (STF) determinou a proibição de doações de campanha feitas por pessoas jurídicas a candidatos, e nos dois anos seguintes, com o período de campanha encurtado e o auxílio financeiro a campanhas liberado através de máquinas virtuais.

Tais alterações fizeram com que as mídias digitais ganhassem um papel central na eleição de 2018, dando a ela também um caráter inédito. A internet se tornou o principal caminho para um político conseguir alcançar seus públicos. Com pouco ou nenhum tempo na TV, os pequenos partidos passaram a investir em campanhas direcionadas no *Facebook* e em outras plataformas, como, praticamente, a única arma na guerra das eleições<sup>1</sup>. As alterações na legislação eleitoral, centralizando a influência das mídias digitais na hora do voto, se somam às tensões sociais no Brasil e no exterior, criando um terreno fértil para que Bolsonaro pudesse emergir como um forte candidato em 2018.

Como afirma Reis (2020), a crise do capitalismo global, evidenciada na quebra econômica dos Estados Unidos em 2008 e suas reverberações em todo o mundo, junto com a revolução digital e as mudanças na forma de se fazer e de estar na política fazem parte de um cenário de tensão mundial. Desde a década de 2010 e 2020, diversas manifestações ao redor do mundo foram conclamadas. Os problemas econômicos e a pressão popular tornaram o trabalho dos líderes mais difícil, frente à pressão que vai das redes às ruas, de pessoas cada vez mais insatisfeitas e que buscam soluções imediatas para os problemas da vida cotidiana.

<sup>1</sup> O papel decisivo da mídia nas eleições 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2018/09/27/o-papel-decisivo-da-midia-nas-eleicoes-2018.html>. Acesso em: 21 abr. 2021.



Nesse cenário emergiram líderes com discursos autoritários e populistas, prometendo soluções rápidas e simplistas para as dificuldades das pessoas. Somado a isso, está o isolacionismo da população e, por conseguinte das nações, como tentativa de se protegerem das adversidades da globalização, como pôde ser visto no Reino Unido, com o *Brexit*<sup>2</sup>, ou na política econômica dos Estados Unidos, sob o comando de Donald John Trump (Partido Republicano)<sup>3</sup>.

No contexto brasileiro, não passamos incólumes à crise mundial e suas reverberações no campo social. Desde 2013, diversos grupos de perfil mais à direita e conservador passaram a ganhar notoriedade no cenário nacional, representando um discurso de que o cenário político do país deveria ser “passado a limpo”, como afirma Silva (2019). Em 2015, esses grupos estiveram na organização das manifestações pedindo o impeachment da então presidente Dilma Vana Rousseff (PT), fazendo coro contra o Partido dos Trabalhadores, dando força à Operação Lava Jato e até ecoando pedidos por uma nova intervenção militar.

Bolsonaro, naquele momento, deputado federal pelo Rio de Janeiro (RJ), filiado ao Partido Social Cristão (PSC), e depois já como candidato à presidência, em uma nova legenda, o Partido Social Liberal (PSL), emergiu como uma voz de parte desses grupos, através de falas conservadoras, militaristas e de extrema-direita. Segundo Filho (2019), ele se colocou como salvador, um messias que resolveria os problemas do país, com um discurso armamentista e de combate à corrupção, defendendo que armar a população seria a solução para a violência no Brasil. Culpando os governos anteriores, responsabilizando-os pelos transtornos do país, conseguiu eclodir no cenário nacional com falas agressivas e polêmicas, ganhando a torcida que o chama de “mito”.

Muitos dos que foram às redes e às ruas queriam a saída do PT e a vitória de Bolsonaro, outros queriam apenas a saída do PT e não necessariamente que esse espaço fosse ocupado por um líder conservador como Bolsonaro. Uma outra parcela queria apenas uma solução para os problemas como desemprego e contração da renda,

<sup>2</sup> “Brexit é uma abreviação para ‘British exit’ (‘saída britânica’, na tradução literal para o português). Esse é o termo mais comumente usado quando se fala sobre a decisão do Reino Unido de deixar a UE” - Entenda o Brexit e seus impactos em 8 perguntas. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-46335938>. Acesso em: 21 abr. 2021.

<sup>3</sup> Trump sempre teve uma postura protecionista, diz Matheus Andrade. Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/12/03/internas\\_economia.811239/trump-sempre-teve-uma-postura-protecionista-diz-matheus-andrade.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/12/03/internas_economia.811239/trump-sempre-teve-uma-postura-protecionista-diz-matheus-andrade.shtml). Acesso em: 21 abr. 2021.

evidenciados com a crise econômica que veio à tona no governo Dilma, e viram em Bolsonaro um caminho para isso.

Em 2018, na campanha eleitoral, Bolsonaro agregava discursos pró-economia liberal, de luta contra a corrupção, a favor da Lava Jato e de Sérgio Moro, contra o loteamento partidário nos ministérios e a favor da família e da posse de armas, por exemplo. Alguns discursos de campanha se contrastam com princípios do próprio Bolsonaro, conhecido até então por defender uma economia nacional e estatizante<sup>4</sup>.

A trajetória política de Bolsonaro, como afirma o jornalista Maílson da Nóbrega, em artigo à Veja (2018), em todos os seus sete mandatos enquanto deputado federal, foi caracterizada por “posições corporativistas e estatistas. Ele se negou a apoiar praticamente todas as iniciativas de desestatização ou de redução do intervencionismo estatal. Votou também contra o Plano Real. Defendeu medidas salariais em favor de grupos militares.”

Após as eleições de 2018, o discurso pregado por Bolsonaro passou a não condizer com seus feitos. Parte do temor se ele seguiria fiel ao defendido durante a campanha – uma vez que parte das ideias liberais eram antagônicas a tudo que ele sempre pregou durante a vida política – se concretizou, vide a sua atuação nos últimos anos, e rompeu com a expectativa de alguns setores e grupos que o apoiaram durante a campanha de 2018.

As reformas ditas “liberais”, como privatizações e concessões não ganharam apoio explícito do presidente, em contraste ao prometido na campanha<sup>5</sup>. Os ministérios ganharam vários personagens do Centrão<sup>6</sup>, Sérgio Moro saiu do governo, alegando interferência do presidente na Polícia Federal<sup>7</sup>; e a economia de modo geral – principalmente os bancos públicos e as estatais – sofreram ameaças de influências do governo diversas vezes, fazendo a política econômica ser comparada à de Dilma<sup>8</sup>. A Lava

<sup>4</sup> Bolsonaro volta às origens estatistas. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/mailson-da-nobrega/bolsonaro-volta-as-origens-estatistas/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

<sup>5</sup> “Nós queremos privatizar, mas não é tudo também, não”, diz Bolsonaro. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/economia/nos-queremos-privatizar-mas-nao-e-tudo-tambem-nao-diz-bolsonaro-0221>. Acesso em: 21 abr. 2021.

<sup>6</sup> Do plano de 15 ministérios à aliança com o centrão: relembre as promessas da campanha de Bolsonaro. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/do-plano-de-15-ministerios-alianca-com-centrao-relembre-as-promessas-da-campanha-de-bolsonaro-24861317>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>7</sup> Moro diz que Bolsonaro tentou interferir politicamente na Polícia Federal. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/04/24/moro-diz-que-bolsonaro-tentou-interferir-politicamente-na-policia-federal.ghtml>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>8</sup> Investidor estrangeiro teme que Bolsonaro repita nas estatais o intervencionismo do governo Dilma. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,investidor-estrangeiro-teme-que->

Jato, carro-chefe do discurso de Bolsonaro na campanha eleitoral, teve seu fim decretado pelo próprio presidente<sup>9</sup>; e o discurso anticorrupção ficou contraditório quando o caso Queiroz veio à tona<sup>10</sup>.

Em meio à pandemia, falas negacionistas diminuindo a gravidade da doença se somaram ao discurso de Bolsonaro<sup>11</sup>. Ao mesmo tempo, quando foi decretada a anulação<sup>12</sup> das sentenças contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), pelo ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Edson Fachin, e a volta do petista ao xadrez político de 2022, máscaras passaram a ser usadas pelo presidente por figuras ligadas ao governo, e uma narrativa menos negacionista pôde ser vista horas depois do primeiro discurso de Lula após as anulações<sup>13</sup>.

Esse não cumprimento do que foi dito em campanha e o que realmente foi feito após as eleições de 2018 mostram que Bolsonaro não atendeu, pelo menos até o momento, a diversos anseios dos grupos que o apoiaram no período eleitoral, seja na economia, na organização do Executivo ou no social. Bolsonaro passou a sofrer críticas de parte dos grupos que antes tinham o apoiado e não viram as promessas feitas na campanha serem cumpridas.

No entanto, o presidente viu também um grupo de apoiadores se consolidar e defendê-lo em diversas situações. Quando Sérgio Moro deixou o governo, a responsabilidade não foi colocada sobre o presidente, mas sobre o próprio ex-juiz responsável pela Lava Jato<sup>14</sup>. Nos casos em que a família do ex-capitão do exército é exposta, por exemplo, há um profundo silêncio entre os apoiadores de Bolsonaro, – só quebrado nos ataques à imprensa<sup>15</sup>. Em 2021, mesmo diante de uma grave crise

[bolsonaro-repita-nas-estatais-o-intervencionismo-do-governo-dilma.70003624370](https://www.youtube.com/watch?v=pc-ADrWSOJs). Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>9</sup> Bolsonaro: “Acabei com a Lava Jato, porque não tem mais corrupção no governo” Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pc-ADrWSOJs>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>10</sup> A cronologia do caso Queiroz. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/a-cronologia-do-caso-queiroz-23663199>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>11</sup> O que fala Bolsonaro vs. Os números do coronavírus no Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=olidhaS-zMI>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>12</sup> Fachin anula condenações de Lula relacionadas à Lava Jato; ex-presidente volta a ser elegível. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/03/08/fachin-anula-condenacoes-de-lula-relacionadas-a-operacao-lava-jato.ghtml>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>13</sup> Usando máscara, Bolsonaro sanciona lei que facilita compra de vacinas contra Covid-19. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/03/10/usando-mascara-bolsonaro-sanciona-lei-que-facilita-compra-de-vacinas-contr-a-covid-19.ghtml>. Acesso em: 3 mar. 2021.

<sup>14</sup> Bolsonaroistas queimam camiseta com rosto de Moro em Curitiba. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=mgHIjHrvbcs&ab\\_channel=UOL](https://www.youtube.com/watch?v=mgHIjHrvbcs&ab_channel=UOL). Acesso em: 21 abr. 2021.

<sup>15</sup> Bolsonaro ameaça repórter após ser perguntado sobre depósitos a Michelle. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_9hjtZ3J3uE](https://www.youtube.com/watch?v=_9hjtZ3J3uE). Acesso em: 3 mar. 2021.

econômica, com elevadas taxas de desemprego e um estado de calamidade na saúde pública, por conta da sua má gestão no controle da pandemia de Covid-19, esse grupo continuou defendendo-o incansavelmente.

Pesquisadores têm se debruçado, sobretudo nos últimos dois anos, a tentar entender esse grupo de apoiadores de Bolsonaro. Em artigos científicos disponibilizados na internet é possível encontrar variadas definições: movimento, fenômeno, ideologia, corrente, emergência e, em alguns momentos, alguns desses conceitos reunidos. Parte do consenso feito até aqui dá conta de que esses apoiadores mais fiéis de Bolsonaro podem ser denominados de *bolsonaristas*, dentro de um movimento em consolidação chamado *bolsonarismo*. Como apontam Freixo e Machado (2019), o bolsonarismo se trata de um fenômeno político que ultrapassa a própria figura de Bolsonaro, que é caracterizado por uma visão de mundo ultraconservadora, exaltando valores tradicionais e assumido uma narrativa nacionalista e patriótica, sendo profundamente crítica a tudo aquilo que esteja, ainda que pouco, identificado com a esquerda e o progressismo.

Neste sentido, no presente trabalho, entende-se o bolsonarismo de acordo com a definição de Freixo e Machado (2019), ou seja, como um movimento em consolidação, marcado por uma ideologia conservadora, militarista e de extrema-direita, em torno do fenômeno político Bolsonaro. Esse movimento é composto por apoiadores (bolsonaristas) de Bolsonaro, que estão em conflito entre si diante das quebras de promessas feitas por ele no período eleitoral, como afirma Nemer (2019) em entrevista ao jornal *Él País*<sup>16</sup>.

Esses apoiadores de Bolsonaro, os bolsonaristas, não incluem todos os segmentos sociais que votaram em Bolsonaro em 2018, mas sim as três principais correntes que sustentam o bolsonarismo e sustentaram a eleição do presidente no pleito: militarismo, conservadorismo e extrema-direita. Mesmo tendo conflitos internos dentro do bolsonarismo, os bolsonaristas não abandonam Bolsonaro e veem seu posicionamento como legítimo. Para estes, mesmo atendendo mais uma corrente e deixando as outras duas à margem em determinados momentos, ele continua igual: um homem representante de valores conservadores, de extrema-direita, nacionalista e ligado ao militarismo, que em determinado momento eleitoral, agregou discursos para angariar consigo apoio de outros

<sup>16</sup> Do bolsonarismo ao integralismo, como a extrema-direita se organiza na internet. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019-12-28/do-bolsonarismo-ao-integralismo-como-a-extrema-direita-se-organiza-na-internet.html>. Acesso em: 3 mar. 2021.

segmentos da sociedade, como os liberais, os reformistas, os insatisfeitos com as políticas do PT, as classes sociais mais prejudicadas pela crise econômica, entre outros<sup>17</sup>.

Os conflitos e transformações do bolsonarismo enquanto fenômeno político não se restringem às disputas internas das três correntes que o compõem, e se estendem também ao mundo externo, através da forma de se comunicar com os públicos. Segundo Nemer (2019), o bolsonarismo surfou principalmente por redes sociais como *Facebook*, *Telegram* e *WhatsApp*, redes virtuais de massa, de fácil utilização e que permitem um rápido compartilhamento de mensagens, para propagarem campanhas de apoio a Bolsonaro, discursos totalitários, conservadores, alinhados com a extrema-direita, além de *fake news* e desinformação, durante o período eleitoral de 2018 e após sua vitória.

O bolsonarismo passou a utilizar algumas ferramentas comunicacionais, como a disseminação de notícias falsas nas redes sociais, criação de robôs virtuais, impulsionamento e distribuição de correntes com informações distorcidas, entre outras, “saindo na frente” de outros movimentos que, até então, não utilizavam as tecnologias digitais de modo a tumultuar tanto o espaço público através do uso negativo dessas ferramentas. O fato pode ser comparado ao trumpismo, nos EUA, o qual, através de estratégias de disseminação de informações falsas, pôde-se criar um território danoso à oposição e um caminho favorável para a eleição de Trump em 2016<sup>18</sup>. Como aponta Felix (2019), agências de *fact-checking*<sup>19</sup> mostraram que na corrida eleitoral de 2018, foram 123 notícias falsas relacionadas a Bolsonaro e seu adversário Haddad, sendo que 104 favoreciam o ex-capitão do exército.

Além das redes sociais, os bolsonaristas iniciaram uma transição, ganhando espaço também na televisão. Se antes Bolsonaro aparecia nessa velha mídia por ter dito algo polêmico ou ter ofendido alguma minoria, os programas eleitorais de 2018 deram oportunidade diária para que ele pudesse entrar na casa de ainda mais pessoas, ainda que

<sup>17</sup> Ainda na entrevista para o jornal *El País*, Nemer (2019) afirma que a união feita por diversos segmentos da sociedade no período eleitoral se desfez e que quem continua apoiando Bolsonaro são pessoas mais ligadas ao militarismo, ideias conservadoras e de extrema-direita. Mesmo concentrando o apoio dessas três correntes, o autor aponta que a junção das três dentro do movimento bolsonarista não é sinal de coesão ou de união. Esses conflitos internos do bolsonarismo fazem com que ele seja um movimento ainda em consolidação, em transformação.

<sup>18</sup> O programa GloboNews Documentário explica como é feita a disseminação de *fake news* e como a propagação de informações falsas pode afetar a polícia e a democracia. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/videos/t/todos-os-videos/v/fake-news-baseado-em-fatos-reais-fala-das-noticias-falsas/6186746/>. Acesso em: 11 mar. 2021.

<sup>19</sup> *Fact-checking* significa checagem de fatos, no português. “A checagem de fatos é um método jornalístico por meio do qual é possível certificar se a informação apurada foi obtida por meio de fontes confiáveis e, então, avaliar se é verdadeira ou falsa, se é sustentável ou não.” (AOS FATOS).

o tempo de campanha do candidato na televisão fosse mínimo. Durante a corrida eleitoral de 2018, a facada em Bolsonaro gerou uma repercussão maior que imagem dele próprio e também do bolsonarismo<sup>20</sup>. A partir das horas diárias que a cobertura em cima do caso tomou, mais brasileiros puderam saber quem era Bolsonaro e ter acesso às discussões sobre o que ele e a oposição pregavam.

Além do horário eleitoral e do episódio da facada, as emissoras paulistas, consideradas as “lanterninhas no Ibope” (*Record TV, SBT, Band e Rede TV!*) alinharam-se ao bolsonarismo, dando espaço a Bolsonaro em diversas entrevistas, uma vez que ele evitou os debates e não participou de enfrentamentos diretos com seu adversário Fernando Haddad (PT) no segundo turno, como evidencia Lana (2019).

Esse espaço concedido a Bolsonaro no pleito de 2018 se ampliou ainda mais após sua vitória. Os bolsonaristas continuam nas redes sociais e estas ainda são uma das principais aliadas do grupo. No entanto, eles passaram a ocupar, além das mídias digitais, a televisão, uma mídia tradicional, através de espaços em programas telejornalísticos da televisão aberta e fechada.

A presença do bolsonarismo nessa mídia tradicional se dá em um momento em que a televisão também tem passado por profundas transformações advindas da midiaticização. Desde o avanço da informática e a disseminação da portabilidade e do compartilhamento de informações, a internet passou a ser o local principal para se informar e, diferente da televisão, a qualquer hora, o tempo todo e em qualquer momento. Não é necessário mais esperar o Jornal Nacional para saber do que houve em nosso país ou do outro lado do mundo. Praticamente no instante em que o fato acontece ele já está repercutindo na internet.

Diante disso, as grandes empresas de comunicação do mundo todo estão reconfigurando seus modelos de negócio desde os anos 90, quando começou essa revolução tecnológica. No caso dos telejornais, para continuarem relevantes, foi necessário apostar em mais informação ao vivo, dinamismo, novas formas de contar e narrar uma história, informalidade, artes e projeções gráficas e em opinião, como modo de complementar ou de trazer uma nova abordagem a um fato ocorrido e que já repercute há horas na internet.

<sup>20</sup> Plantão Globo: Jair Bolsonaro sofre atentado e leva facada durante campanha eleitoral (06/09/2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RsgjuLfvk1s>. Acesso em: 14 mar. 2021

Com essas transformações, a opinião ganhou um papel central no telejornalismo. É através da fala de comentaristas e especialistas sobre o fato ocorrido que a televisão consegue manter seu diferencial em relação à internet, conseguindo assim manter relevância em meio a tantas formas de se consumir e receber informação. Mais opinativos, canais como a CNN Brasil, acabam dando espaço a comentaristas com discursos negacionistas, extremistas, anticlima, anticiência, entre outras, dentro de uma narrativa de pluralidade ao prometer liberdade de opinião para o telespectador construir a sua<sup>21</sup>.

Com a existência desse espaço, expoentes do bolsonarismo passaram a ocupá-lo e, embasados em princípios conservadores e em “teóricos” como Olavo de Carvalho, ganharam legitimidade e lugar de fala em debates, quadros e entrevistas, antagonizando, quase sempre um ou mais convidados de esquerda e progressistas, como acontece na CNN Brasil.

Partindo desta contextualização, este trabalho se propõe a refletir sobre a relação do bolsonarismo com os meios de comunicação, notadamente sobre sua presença na televisão brasileira. Interessa-nos perceber a presença de temas e ideias bolsonaristas no contexto pós-eleitoral e, para tanto, escolhemos como objeto de estudo o quadro *Liberdade de Opinião*, do telejornal Novo Dia, da CNN Brasil. A escolha deste objeto se justifica em função do grande espaço oferecido aos bolsonaristas pela filial brasileira da CNN, chancelando ao mesmo tempo uma legitimidade na fala deles, ainda que contrariem princípios da ciência e da democracia.

A filial do canal internacional de notícias iniciou suas operações em 15 de março de 2020. Em julho de 2020, estreou o quadro *Liberdade de Opinião* como novidade na sua programação, com a participação de Alexandre Garcia e Sidney Rezende, sob o discurso de que os jornalistas teriam ampla liberdade para dizer o que pensam, amparado por uma promessa de fazer um jornalismo “plural” e “imparcial”, como disse a própria chamada de estreia do canal, veiculada em março de 2020<sup>22</sup>.

Diante dos fatos expostos, este trabalho tem como objetivo geral compreender o bolsonarismo e analisar a sua presença no programa *Liberdade de Opinião* da CNN Brasil, num contexto de transformações dos programas telejornalísticos e da televisão

<sup>21</sup> Chamada | Novo Dia - Estreia de Alexandre Garcia e Sidney Rezende | CNN Brasil. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=cPUE7mFFOFI&ab\\_channel=PauloPasturczak](https://www.youtube.com/watch?v=cPUE7mFFOFI&ab_channel=PauloPasturczak). Acesso em: 11 mar. 2021.

<sup>22</sup> Chamada institucional de estreia da CNN Brasil. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=gi8Llw7BHx4&ab\\_channel=HenriqueLuiz](https://www.youtube.com/watch?v=gi8Llw7BHx4&ab_channel=HenriqueLuiz). Acesso em: 14 mar. 2021.

brasileira. A fim que possamos alcançar o objetivo geral, elencamos os seguintes objetivos específicos: 1) Identificar no quadro Liberdade de Opinião, da CNN Brasil, indícios discursivos que nos auxiliem a tematizar o bolsonarismo; 2) Compreender como as transformações ocorridas na televisão, sobretudo em termos de formato, auxiliam ou estimulam a presença desta temática no quadro em questão.

No primeiro capítulo, dedicaremos a discussão sobre as transformações da televisão brasileira, mostrando a influência que esta ainda possui na contemporaneidade. Apontamos as principais mudanças ocorridas na TV a partir de uma perspectiva da midiatização, baseados nos conceitos de Braga (2018), Hepp (2014) e Hjarvard (2012; 2015), e discutindo os formatos jornalísticos e as alterações nos telejornais a partir das ideias de Antoniutti (2019), Becker (2004; 2006; 2014), Rocha (2006), Soster (2009; 2012), Souza (2004), Pedrosa (2014) e Pereira (2014). No segundo capítulo, concentramos nossos esforços em tematizar a ascensão da direita no país no período contemporâneo. É neste contexto que discutimos elementos capazes de explicar o fenômeno Bolsonaro e a emergência do bolsonarismo, a partir dos conceitos de Barcelos, Estrada e Severo (2019), Freixo e Machado (2019), Messenberg (2017), Nemer (2019) e Reis (2020). Ao final do segmento, faremos uma reflexão sobre a presença do bolsonarismo na televisão. Por fim, no terceiro capítulo realizamos uma análise de conteúdo, inspirados nos procedimentos metodológicos de Bardin (1977), do quadro Liberdade de Opinião, da CNN Brasil, com o objetivo de mostrar como se dá essa presença do bolsonarismo no telejornalismo brasileiro.



## **CAPÍTULO 1: A TELEVISÃO E AS TRANSFORMAÇÕES ADVINDAS DA MUDIATIZAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE O CONTEXTO BRASILEIRO**

Neste capítulo, vislumbramos discorrer sobre as transformações na TV, a partir de uma perspectiva de midiatização. Tematizaremos também as principais características dos telejornais as principais mudanças ocorridas neste gênero, no contexto brasileiro contemporâneo.

### **1.1 Considerações sobre midiatização**

As primeiras conceituações sobre midiatização podem ser encontradas ainda do século XX (Averbeck-Lietz, 2014, *apud* Hepp, 2014). Em seus estudos sobre as tradições da midiatização, Andreas Hepp (2014, p.46) aponta que Ernst Manheim (1933) já tinha um trabalho sobre a “midiatização das relações humanas imediatas” e que usava o termo para “descrever as mudanças das relações sociais na modernidade”, marcadas por alterações provocadas pela “emergência da assim chamada mídia de massa”. Posteriormente, outros autores se aprofundaram na pauta midiatização, tratando de distingui-la de mediação. A primeira seria centrada em problematizar as mudanças relacionadas à mídia no longo prazo, compreendendo as instituições e a cultura. Já a mediação busca analisar o processo comunicativo como um todo e entende que a comunicação pode sofrer influências que afetam a mensagem e a relação entre o emissor e receptor (MANHEIM, 1933; MARTÍN-BARBERO, 1993, *apud* HEPP, 2014).

Segundo John B. Thompson (1990, 1995, *apud* HJARVARD, 2012), a midiatização foi fundamental no desenvolvimento da sociedade moderna, promovendo invenção da imprensa, em meados do século XV, e transformando naquele momento o modo de circulação das informações. Surgiram livros, jornais, revistas, entre outros meios de comunicação massivos.

Desde o final da década de 90, é possível perceber uma nova transformação no compartilhamento e recebimento da informação. Como afirma Castells (1999, p.89): “o poder de comunicação da internet, junto com os novos progressos em telecomunicações e comunicação provocaram mais uma mudança tecnológica”. Surgiram microcomputadores descentralizados e autônomos permitindo com que a informação seja recebida e enviada de qualquer local: casa, rua, trabalho, entre outros. Mais tarde, com a

*Web 2.0*, além da portabilidade, veio uma maior interatividade, com os internautas deixando de ser utilizadores passivos e se tornando agentes ativos.

Com os indivíduos ativos na produção de conteúdos e realizando a comunicação para além do “mundo real”, o ato comunicativo passou a ser ainda mais influenciado pelas mídias, assim como estas passaram a sofrer alterações advindas dos nossos novos usos. Schulz (2004) *apud* Hjarvard (2012) identifica quatro tipos de processos onde os meios de comunicação interferem na comunicação humana: estendem as possibilidades de se comunicar; substituem interações no campo do real/presencial; incentivam uma fusão da comunicação pessoal com a mediada; e promovem a acomodação dos atores quando estes têm que se adaptar aos formatos e dinâmicas dos meios de comunicação.

A partir destas conceituações, entendemos a *mediatização* como a ação da mídia, que se dá entre dois âmbitos: sociedade e a própria mídia. É a teoria que nos permite compreender a influência da mídia na sociedade e na cultura e que, com essas transformações mudam a própria mídia. Desde quando acordamos, estamos tão imersos às mídias, que elas alteram de modo relacional nossa interação com a cultura e com outros indivíduos, desde o telejornal aos vídeos instantâneos que gravamos e publicamos instantaneamente nas redes sociais.

Os indivíduos, portanto, não são mais meros espectadores do que é exibido. Agora, eles participam, interagem e reconfiguram a própria produção de conteúdo. Como visto, isso foi promovido, principalmente, pela disseminação da internet e criação de novos dispositivos móveis. Essa mudança no âmbito social também provocou mudanças nos próprios meios mais tradicionais, que tiveram e estão tendo que se readaptar para se manterem legítimos em um mundo *mediatizado* e com informações e conteúdos descentralizados. A tecnologia permitiu a criação de novas mídias, estas deram às pessoas novas possibilidades de uso e mudaram as formas de interação, com isso, algumas mídias tiveram que se reinventar para continuarem relevantes e úteis à sociedade.

Nesse sentido, Stig Hjarvard (2012), ao discutir *mediatização*, busca compreender como as instituições e os processos culturais se transformaram em função da “*onipresença da mídia*”, e também através das mudanças ocorridas nas próprias mídias. Nessa discussão sobre influência dos meios nas relações e dinâmicas culturais e sociais, somos levados também a compreender a perspectiva *institucional* das mídias: “Isso significa que aplica-se um conjunto de conceitos sociológicos, o que torna possível especificar os elementos que compõem a lógica da mídia e analisar melhor a relação entre

os meios de comunicação e outras esferas sociais (instituições).” (HJARVARD, 2012, p.60).

A partir dessa perspectiva institucional é possível compreender a midiaticização em um quadro interacional que permite o estudo de outros campos relacionadas às investigações sobre mídias e a sociedade: psicológico, cultural e tecnológico: “O conceito de midiaticização é aplicado exclusivamente à situação histórica em que a mídia alcançou de uma vez autonomia como instituição social e está interligada de maneira crucial ao funcionamento de outras instituições.” (HJARVARD, 2012, p.60).

A instituição com a “sua composição, sua legitimidade, sua validade norteadora é historicamente desenvolvida pelas tensões e respostas encontradas na prática social para resolver os problemas que se manifestam” (BRAGA, 2018, p.295).

[...] os vários formatos de mídia tornam-se integrados às práticas cotidianas de outras instituições sociais e esferas culturais, e ao mesmo tempo adquirem o status de uma instituição semi-independente em si mesmos. [...] As mídias estão ao mesmo tempo “lá fora” da sociedade, compreendendo uma instituição com força própria, e também está “aqui dentro”, como parte das práticas do mundo vivido na família, no local de trabalho etc. (HJARVARD, 2015, p.18).

Instituições como a família, política e a religião sofrem influência dos meios de comunicação através dos seus espaços de interação. Ao mesmo tempo em que a midiaticização intervém nessas interações humanas, também funciona como uma entidade autônoma com sua própria lógica.

## **1.2 Considerações sobre a TV no Brasil: mudanças em um contexto de midiaticização**

Na década de 90, a desregulamentação do setor e a expansão da telefonia móvel e da internet tornou o sistema da comunicação muito mais complexo. Na contemporaneidade, ainda existem as grandes empresas de mídia, mas a competitividade é maior, uma vez que com as desregulamentações e a criação de novos dispositivos móveis e de internet, novos emissores e novas formas de consumo surgiram.

Nos últimos anos, conforme aponta Antoniutti (2019, p.106) “No prisma da comunicação de massa, os ditos meios tradicionais (rádio, televisão e mídia impressa) vem reavaliando seus papéis e se reconfigurando a todo instante. Isso tem ocorrido desde o advento da internet e o surgimento de novas possibilidades midiáticas.” A tecnologia

deixou de ser um produto de “menor significância” e ganhou “protagonismo mundial” no meio audiovisual.

Castells (2003), citando F. Sabbah (1985), afirma que esses novos meios possuem como característica a audiência segmentada, quebrando o conceito massivo dos veículos tradicionais e, por conseguinte, a forma de consumo da informação:

A nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor. (SABBAH, 1985 *apud* CASTELLS, 2003, p. 424).

Nesse sentido, a televisão tem seu protagonismo relativizado precisa se reinventar. Um dos exemplos que evidenciam essas transformações é o *on demand*. O serviço pode ser entendido pela seguinte dinâmica: conteúdos em vídeo (filmes, séries, programas de gêneros e formatos distintos, entre outros) disponíveis em uma plataforma para serem assistidos a qualquer hora, em qualquer lugar e em qualquer tela (a da TV, a do telefone, *tablet*, entre outros), de acordo com as preferências do espectador.

No Brasil, as apostas das principais empresas de mídias representam bem esse mundo midiaticizado. O Grupo Globo, por exemplo, surgiu a partir do jornal impresso. Mais à frente, passou a investir em revistas, rádios, filmes e na televisão. Acompanhando a expansão da *Web*, investiu em sites de conteúdos variados. Agora, com a efervescência da tecnologia *on demand* passou a centrar seus esforços nessa outra forma de consumo de seus produtos, incluindo seu portfólio de vídeos, *podcasts* e conteúdos da TV aberta e fechada no *Globoplay*.

[...] ficou claro que os formatos tradicionais precisam reavaliar sua atuação e ser altamente flexíveis e adaptáveis diante das novas demandas e dos novos cenários, se quiserem sobreviver em um mercado cada vez mais conectado. E mais que permitir sua sobrevivência, o investimento em novos dispositivos e o estabelecimento de conexões produtivas podem fortalecer esses meios e levá-los a horizontes até então desconhecidos. (ANTONIUTTI, 2019, p.118).

Além dos novos paradigmas enfrentados em relação ao consumo, a televisão contemporânea se vê diante de desafios relacionados também à produção.

A maneira como passamos a assistir à TV também provoca desdobramentos no mercado porque provedores de conteúdos *on demand* entregues via IP disputam a atenção das audiências, o que tende a transformar o valor do break comercial, a estrutura vertical da programação das emissoras e a própria noção de fluxo televisual. As redes tradicionais não definem mais sozinhas os conteúdos que passam a ser vistos e distribuídos. E observa-se nos processos de digitalização da tevê e dos meios a aparição de pequenos produtores de conteúdos audiovisuais para diferentes tipos de mídia. (BECKER, 2014, p.1).

Ainda no caso TV, em um contexto de midiatização, os emissores já não possuem mais o controle total sobre o conteúdo da mensagem, visto que, principalmente os circuitos de circulação da mensagem midiática passam a ser mais variados.

Não é difícil perceber que as imagens e os vídeos produzidos por esses atores sociais, - por meio de dispositivos móveis, como celulares, câmeras fotográficas e filmadoras portáteis – estão cada vez mais visíveis no discurso televisivo contemporâneo. Tal produção vem sendo utilizada em vários produtos audiovisuais, que vão dos telejornais aos programas de auditório, produzidos através de operações discursivas, de diversos gêneros e subgêneros, a partir da informação ou do entretenimento. Esse tipo de produção revela indícios da operação das mídias no contexto contemporâneo, no qual a conexão e a interação têm um papel fundamental. Além da portabilidade na forma de consumo, alterou-se também o modo de produção. (PEDROSO, p.1-2, 2014)

Na contemporaneidade, é possível dizer que tanto a internet pauta a TV, como a TV também pauta a internet. O que foi destaque na novela vira assunto nas redes sociais e faz o celular virar uma espécie de segunda tela, acompanhando a televisão. Ao mesmo tempo, os memes e vídeos que repercutem na internet – independentes de qualidades visuais/técnicas – por exemplo, também ganham espaço na TV. Essa troca entre o que pauta o que representa os desafios que o telejornalismo enfrenta. O lugar onde as informações saem primeiro agora é na internet. Quem tem acesso às mídias digitais, não precisa mais esperar o horário do Jornal Nacional.

Esse processo em atividade, (1) a utilização das tecnologias (*smartphones* e outros dispositivos móveis) como forma de expressão, como meio de comunicação; (2) meios de comunicação cada vez mais convergentes (mídias tradicionais e novas mídias integradas) (3) e a ampliação da oferta de acesso ao sistema midiático por meio da internet,

criam um ambiente propício para a geração e circulação de discursos na sociedade. (PEDROSO, 2014, p.2).

No cenário contemporâneo de midiaticização, a televisão no Brasil, passados mais de 70 anos desde sua chegada, continua influente no país. A última Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada em 2016, a pedido da Secretaria de Comunicação do governo, mostra que quase 90% dos brasileiros se informam pela televisão, sendo que 63% têm a TV como o principal meio de informação. Já a internet, vem em segundo lugar, com a preferência de 26% dos entrevistados, sendo citada como uma das principais fontes de informação para 49%. (G1, 2017).

No contexto da pandemia de Covid-19, essa presença da televisão se intensificou. Um estudo recente sobre comunicação e a atual crise sanitária mundial provocada pelo novo coronavírus, realizado pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), mostra que mesmo com a disseminação de dispositivos móveis e os novos hábitos dos consumidores de conteúdo, a televisão continua liderando como a fonte por onde as pessoas se informam. Respondendo à pergunta de múltipla escolha “Quais meios você mais utiliza para se informar sobre a pandemia do coronavírus?”, 73,41% dos entrevistados marcaram a televisão, 65,34% apontaram sites e blogs jornalísticos; 34,42% o WhatsApp; 25,12% o Facebook; 23,83% o Instagram; 22,38% o Youtube, e 20,34% o Twitter. Os impressos e as rádios ficaram abaixo de 16% das escolhas.

Ademais, de acordo com a pesquisa e reportagem “A internet chegou a mais de quatro milhões de residências no Brasil entre 2017 e 2018”, o volume de casas conectadas à internet no período correspondia a 74,9% do total de residências em um ano e a 79,1% do total em outro. O salto foi de 52,7 milhões para 56,7 milhões de lares online. O índice de residências com internet é aproximadamente 20% inferior aos com televisão. Assim, mesmo sofrendo ataques de diferentes bandeiras políticas e tendo que lutar para manter a audiência, engajamento e público, frente às novas mídias, a televisão é predominante na casa e nos costumes da sociedade brasileira. Só a TV Globo, por exemplo, atinge, via satélite, todos os 5.480 municípios, dos 5.570 existentes no Brasil. Uma cobertura de 98,38%.

Ao agir como uma instituição, a televisão demarca seu lugar de legitimidade para poder ditar modas, certificar o que é verídico ou não, criar os heróis e, em determinados momentos, até agir como entidade julgadora que vai determinar condenados e inocentados. É importante considerar também que, mesmo com a existência das novas

mídias, parte da sociedade ainda dá preferência ao consumo das mídias tradicionais. Ainda que haja diferentes formas de consumir notícias, os telejornais no Brasil ainda são o “ponto de credibilidade” onde a população se ancora para saber se o acontecimento realmente é fato. Nossas bagagens estão “acostumadas” a formatos tradicionais e a linguagem dos velhos meios. “Malgrado as diferenças entre os seres humanos, a comunicação toma como referência esses padrões: em qualquer ambiente e para todos os objetivos sociais, atendemos a regras e lógicas das instituições em que estamos imersos”. (BRAGA, 2018, p.297).

No âmbito da midiatização, para os avessos ao jornalismo televisivo, a imersão da internet na vida cotidiana, pode mudar também esse lugar de “verificação”, de consolidação do que é verídico ou falso. Canais no Youtube, *lives* no Facebook... se antes eram necessários muitos maquinários para a produção e a disseminação de conteúdo, hoje em dia, ainda que com uma qualidade menor, com o celular, a internet ou algum outro dispositivo, é possível fazer uma informação chegar a milhares de pessoas.

Esse movimento acaba gerando outro papel para mídia na atualidade – que é o de organizar o mercado discursivo que se torna cada dia complexo-, repleto de disputas de sentidos, reunindo várias visões sobre vários assuntos que são produzidos por vários integrantes da sociedade. Todo esse processo é parte de um fenômeno maior caracterizado como midiatização. (PEDROSO, 2014, p.2).

A força da televisão enquanto “ente de credibilidade”, “organizadora dos discursos”, perpassa pela sua própria presença nos lares brasileiros, não são suficientes para que ela fique incólume. O que tem se observado, nestes últimos 70 anos, desde sua chegada no Brasil, é uma aproximação com as narrativas dos emissores das novas mídias. Nesse sentido, tem sido cada vez mais frequente, uma linguagem mais informal e conversada, a presença de influenciadores digitais, ilustrações e produções gráficas dinâmicas, interatividade e participação com o público de casa através das redes sociais, e em alguns momentos, até programas e quadros dedicados exclusivamente a reproduzir vídeos que “bombam” na internet.

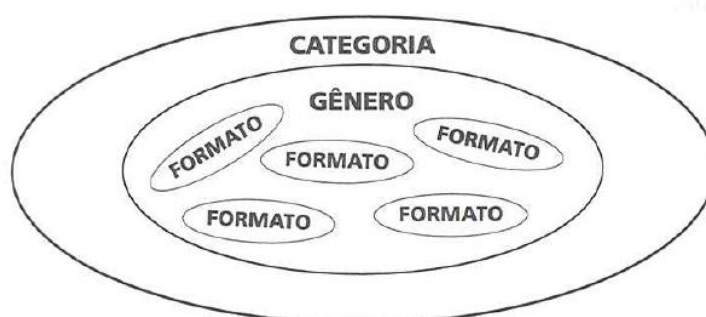
### **1.2.1 O telejornal e o telejornalismo em transformação**

José Carlos Aronchi de Souza (2004) define em *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira* 37 gêneros e 31 formatos, distribuídos em cinco categorias de

programas, identificados pelo autor entre 1994 e 2003, durante dez anos de acompanhamento da programação das sete principais redes de TV brasileiras.

Souza (2004) nos apresenta três separações: categorias, gêneros e formatos. Segundo o autor, a separação em categorias viria da necessidade de classificar gêneros correspondentes, abrangendo vários gêneros e podendo classificar os elementos “no elo que une o espaço da produção, os anseios dos produtores culturais e os desejos do público receptor”. (SOUZA, 2004, p.36). Nesse sentido, existem três categorias principais: entretenimento, informativo e educativo. Uma quarta categoria, chamada de “especial”, abarca programas infantis, religiosos, de minorias, agrícolas, entre outros, poderia existir, mas ainda causa controvérsias. Portanto, o autor prefere definir essas atrações especiais como “outros”. Ainda segundo Souza, essas três categorias definidas, podem, em determinado momento, se inter-relacionar e suscitar, por exemplo, em um programa na linha do entretenimento-educacional.

Em relação ao gênero, Souza vê o assunto para além da explicação linguística do termo em si, e sim sob o ponto de vista histórico e cultural, que “sofre influências do observador e de seus pares”. (2004, p.42). Parafraseando Martín-Barbero, Souza entende os gêneros como: “estratégias de comunicabilidade, fatos culturais e modelos dinâmicos, articulados com as dimensões históricas de seu espaço de produção e apropriação”. (2004, p.44). Os gêneros podem ser entendidos então grupos de programas televisivos, separados por proposta, estilo, forma, entre outras características. O que ajuda a definir o gênero, segundo Souza, é a terceira separação que o autor faz, o formato. “Ao gênero de um programa, associa-se diretamente a um formato” (2004, p.45).



*Em um gênero pode haver vários formatos de programa.*

Figura 1 – Representação de categoria, gênero e formato.  
Fonte: Gêneros e formatos na televisão brasileira (2004, p.47)



O formato telejornal, parte do objeto de estudo deste trabalho, tem características específicas, como apresentador no estúdio chamando matérias e reportagens sobre assuntos do cotidiano. Dentro do telejornal, podem existir variados formatos, como entrevistas, notas, reportagens, editorial, comentário e crônica. Tanto o gênero quanto os formatos são abarcados pela categoria informação. (SOUZA, 2004, p.153).

O telejornal é fundamental nas grades de programação das redes de televisão no Brasil, sendo exibidos de manhã à noite, podendo “ser apontados enquanto fenômeno da sociedade contemporânea, dado seu poder de alcance junto ao público” (VIANA, 2015, p.15).

Nos discursos midiáticos e também na programação das redes, os telejornais ocupam lugares estratégicos, vendem credibilidade e atraem investimentos. Além disso, promovem uma experiência coletiva e cotidiana de nação. Ao representar os fatos sociais, constituem a realidade social e intervêm na expressão das identidades nacionais. Produzem um território simbólico de tamanho poder, que ganhou, nas reflexões críticas sobre as mediações dos meios, o conceito de telerrealidade; um poder também comprovado financeiramente, apontando para os noticiários um surpreendente valor comercial. (BECKER, 2006, p.7).

Esse alcance, para além da presença massiva da TV nos lares brasileiros, ou desta enquanto “ente de credibilidade”, pode ser explicado, através das estratégias de comunicação utilizadas pelos noticiários, relacionada às regras transmitidas pelas heranças culturais ligadas a instituições sociais onde o ato comunicativo ocorre. (BECKER, 2004, p.23 *apud* VIANA, 2015, p.15). O telejornal é para o público como uma “janela” para a realidade, amparado nas noções historicamente compartilhadas da precisão e objetividade jornalísticas. O telejornal dá possibilidades aos públicos de saber o que acontece perto ou longe de onde ele acompanha o noticiário. (VIANA, 2015, p.15).

Uma das principais características da linguagem dos noticiários é garantir a verdade ao conteúdo do discurso e também a própria credibilidade do enunciador. Os textos provocam efeitos de realidade e se confundem com o real porque os personagens são reais e os fatos sociais são a matéria prima da produção. (BECKER, 2006, p.8).

Essa “soberania” do telejornal vem enfrentando desafios, assim como a TV, através da já explicada midiaticização. Com o avanço da tecnologia e do próprio jornalismo,

essa tentativa de se colocar como “janela para a realidade” é perpassa na atualidade por diversos recursos tecnológicos, interatividade e performance. Ao mesmo tempo em que a sociedade é influenciada pela transformação dos meios, estes também são transformados por conta das mudanças sociais.

Para entender como a midiatização tem provocado alterações no jornalismo, traremos os conceitos de Soster (2009; 2012), que possui estudos na área do telejornalismo e suas mudanças no cenário contemporâneo. Para o autor, a midiatização do jornalismo pode ser identificada através de quatro vertentes: autorreferencialidade, correferencialidade, descentralização e dialogia.

A primeira pode ser entendida como a capacidade da mídia contemporânea de referenciar repetidamente suas operações. É quando um dispositivo faz referência a si próprio e explica suas próprias operações. Neste sentido, os programas jornalísticos passam a mostrar os bastidores e o processo produtivo. Exemplos disso são as redações incorporadas aos cenários dos telejornais, onde é possível ver toda a “fábrica de notícias” em operação, e até mesmo quando repórteres narram como foi o processo de produção da reportagem, como ocorre no semanal *Profissão Repórter*, da TV Globo.

A correferencialidade é quando a instituição jornalística se vale dos seus pares para fazer referência ao seu jornalismo e o dos outros. Ocorre quando o assunto pode partir de diferentes mídias (TV, impresso, rádio, sites...) e ser citado nessas diferentes mídias. Um exemplo é quando um furo jornalístico sai no impresso ou em uma revista e é citada no telejornal ou em um programa da rádio. A informação passa por um processo de circularidade em diferentes mídias. A correferenciação também acontece quando o telejornal chama seu público para acompanhar suas notícias disponibilizadas em sua plataforma na internet ou destaca as manchetes do impresso, conclamando os leitores a comprá-los.

A terceira vertente, a descentralização, aparece como o ponto central desses dois últimos tópicos centrais, é o fim da hegemonia canônica do telejornal como único emissor que reinava absoluto dentro da programação, sendo superior a todas as outras mídias existentes. Antes, era impossível ocorrer essa autorreferenciação e correferenciação, onde outros emissores engendram o conteúdo do telejornal. Agora, sites, manchetes do impresso e conteúdos de outras mídias complementam os programas telejornalísticos. Não há mais uma hierarquia ou impedimento para citar outras fontes de informação. Em alguns casos, os telejornais têm citado até o conteúdo de outras empresas concorrentes, como ocorre comumente no *Jornal Nacional*, que puxa furos das revistas *Veja* e *Istoé* e

de jornais como o *Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. O que tem valido é a preocupação em dar a informação, independente de quem for o emissor, seja este uma mídia ou uma outra empresa concorrente, com isso a emissão da informação ficou descentralizada.

Em junho de 2020, como resposta à decisão do governo Jair Bolsonaro de restringir o acesso a dados sobre a pandemia de Covid-19, os veículos *GI*, *O Globo*, *Extra*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *UOL* formaram um consórcio para trabalhar de forma colaborativa na busca de informações a respeito do avanço do novo coronavírus nos 26 estados e no Distrito Federal. Os dados são apurados em conjuntos e divulgados nos portais e noticiários dessas empresas envolvidas<sup>23</sup>.

Por fim, a dialogia representa o diálogo formado entre os dispositivos do sistema midiático (TV, jornais, revistas, etc.) com outros sistemas sociais. Isso ocorre quando se faz uso de recursos visuais via artes digitais e apropriação de técnicas da literatura na composição do texto. Atualmente é comum ver programas jornalísticos fazendo o uso dessas técnicas. O dominical *Fantástico*, por exemplo, usa durante todo o programa recursos visuais que combinam técnicas em três dimensões e ilustrações no telão.

Em um contexto mais amplo, foi possível ver, nos últimos anos, diversas redes de TV no Brasil investindo muito fortemente nessa interatividade, cenografia, tecnologia e em uma linguagem mais conversada, como aponta Pereira (2015) em seu trabalho sobre as transformações promovidas no Jornal Nacional:

[...] percebemos que, em tempos de internet, serviço de *streaming*, TV a cabo e novas tecnologias que disseminam cada vez de forma mais abrangente produtos diversos de comunicação, o telejornal está mais preocupado com o público. Ao adotar uma linguagem mais próxima da falada, usando termos como “tá”, “pra”, “ce”, rindo, e fazendo algumas brincadeiras, o Jornal Nacional se aproxima do telespectador, que passa a ver mais no âncora a figura de uma pessoa comum. (PEREIRA, 2015, p.96).

Mudanças no Jornal Nacional cancelam para nós o quanto os telejornais brasileiros tiveram e estão tendo que se readaptar, afinal, com seu estilo consolidado - de âncoras atrás de uma bancada fixa, chamando matérias e reportagens do Brasil e do

<sup>23</sup> Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>. Acesso em: 11 jun. 2021.

mundo – e liderando a audiência há mais de 50 anos, o JN não costuma sofrer grandes alterações no visual e no formato.

Ao observarmos o Jornal Nacional, que entrou no ar em 1969, e manteve o mesmo estilo até 1996, podemos observar que, durante 27 anos, a emissora manteve-se rígida nas transformações e praticamente só foram notadas as transformações tecnológicas. Nesse período, o Jornal Nacional teve como meio de produção a película de 16mm, o UMatic e o Betacam SP, que eram formatos tecnológicos distintos e que, de um para o outro, pode-se constatar maior agilidade na produção. Mas a apresentação se manteve, com o estilo peremptório dos apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin, que representavam, então, a própria identidade do Jornal Nacional. Isso consolidou um modelo que traz familiaridade, convoca a memória remota do telespectador e o remete a algo familiar, cujo passado testemunhou. (ROCHA, 2016, p.6).

Em seu estudo sobre o JN, Pereira (2014) cataloga uma série de elementos que fazem parte do leque de alterações promovidas nos telejornais, em função dos desafios a eles impostos advindos da midiatização:

1. Mapa-tempo: o tradicional quadro mapa-tempo, onde um(a) jornalista aparece mostrando como fica o tempo no país, ganhou mais tecnologia, efeitos visuais, artes gráficas, linguagem mais conversada e interação com os âncoras.
2. Link: o *link*, momento em que o repórter entra ao vivo para dar uma notícia, ficou mais coloquial e agora possibilita até um bate-papo com os apresentadores, ainda que com perguntas previamente combinadas em alguns casos.
3. Arte: presença maior de ilustrações e artes gráficas nas reportagens, no estúdio – tematizando, por exemplo, uma pauta de economia – e até em reportagens, ajudando o repórter a contar uma história;
4. Forma de apresentar: agora é possível ver os apresentadores de corpo inteiro, caminhando e interagindo com os telões e com os repórteres. Essa maior liberdade deu a possibilidade de mais comentários pessoais por parte deles;
5. Cenário: telões de alta definição maiores, espaço para os apresentadores caminharem, novos enquadramentos de câmera e diminuição das bancadas (até retiradas em alguns casos);
6. Reportagem: maior quantidade de repórteres fazendo reportagens, presença maior de repórteres das afiliadas e linguagem mais conversada, apostando na oralidade, em uma postura informal, descontraída e popular.

O exemplo da Globo serve para nós como base para mostrar as transformações de todas as outras emissoras brasileiras. Isso porque, pela liderança em audiência e faturamento, a Globo acaba investindo mais em tecnologia e tem mais possibilidades para fazer readaptações.

A qualidade técnica, até então o elemento âncora do que distinguia a internet da TV, também está sendo colocada em xeque. Com a pandemia de Covid-19, e com as pessoas conectadas através de videochamadas e *lives*, o telejornalismo teve que abandonar parte das fontes da rua e cenários bonitos para começar a inserir fontes remotamente, nem sempre mantendo uma boa qualidade de imagem e som. A partir disso, o critério de informar de modo rápido, dinâmico, mantendo interatividade com o telespectador tem prevalecido sobre a égide da qualidade técnica.

Em pesquisa sobre as mudanças nas rotinas produtivas na redação da TV Correio, afiliada da Record TV em João Pessoa, na Paraíba, por conta da pandemia, Bandeira, Dias e Siqueira (2020) ouvem produtores e editores, que relatam como o telejornalismo mudou em face do avanço do novo coronavírus. Um editor conta que antes da pandemia, se a foto ou vídeo não estivesse com uma qualidade desejável, não seria inserida na reportagem. Já um produtor afirma que o celular passou a ser um aliado do jornalista, mesmo com a qualidade final inferior a equipamentos profissionais de gravação para a TV: “O bônus é que a gente consegue trazer a informação para o telespectador e ônus é a questão da qualidade que a gente perde no produto final, mas não deixa de atingir o objetivo principal neste momento que é informar a população” (BANDEIRA, DIAS, SIQUEIRA, 2020, p.170).

Os princípios de qualidade de imagem e som tem se conflitado e, ao mesmo tempo, abrindo espaço para que uma reportagem, por exemplo, seja feita com um celular ou enviada por uma pessoa de casa, sem formação jornalística. Os telejornais locais são os maiores exemplos disso. É possível ver fotos enviadas por telespectadores, críticas às prefeituras, enviadas pelo *Whatsapp* e até mesmo participação ao vivo, via ligação, de quem está em casa assistindo, como já faz o Bom dia Espírito Santo, da TV Gazeta, afiliada da TV Globo no Estado<sup>24</sup>.

Além das mudanças na forma e no conteúdo, ainda dentro de princípios televisivos, a TV e o telejornalismo têm pegado para si personagens e conceitos da

<sup>24</sup> TV Gazeta lança canal de whatsapp para falar com telespectadores <https://globoplay.globo.com/v/8842252/>. Acesso em: 11 jun. 2021

internet e de como os debates são feitos nessa esfera digital. Nos últimos anos, várias figuras que cresceram e ganharam repercussão na internet, com grande audiência em canais do *YouTube*, por exemplo, acabaram sendo convidadas a migrar para as telas da TV. Discussões que, até então, citavam apenas o meio digital também adentraram na televisão, numa tentativa, dos veículos da grande mídia capturarem essa audiência que trafega em outras plataformas.

A globalização e a convergência das mídias levam os indivíduos a consumir cada vez mais informações, inclusive pelos meios digitais, mas o telejornalismo “mastiga” as informações que circulam no mundo, as quais estão cada vez mais expostas aos processos de circulação e interpretação. Assim, o telejornalismo reafirma a sua centralidade por ocupar um lugar de referência, construído ao longo de sua história. Um lugar de confiança para a compreensão das notícias, a partir de uma identidade social por ele construída e reconhecida socialmente. No entanto, caberá ao receptor discernir se o que está sendo dito e as vozes que ali se manifestam em relação ao fato relatado são verdadeiros, ou seja, são suficientes enquanto correspondentes da realidade. (AMADEI, 2016, p.30).

Em nossa análise, esse contexto reflete as transformações ocorridas nos telejornais em face da midiaticização e pode ser visto no quadro *Liberdade de Opinião*, da CNN Brasil, objeto de estudo do trabalho ao qual falaremos a seguir.

### **1.3 O telejornal Novo Dia e o quadro Liberdade de Opinião, da CNN Brasil**

Quanto às categorizações de Souza (2004), o quadro *Liberdade de Opinião*, da CNN Brasil, não pode ser identificado como entrevista, tampouco como debate, pois é apenas um comentarista falando, sem ser rebatido. O quadro teria o formato de opinião, dentro do telejornal Novo Dia, que é um programa jornalístico como formato de noticiário.

O *Novo Dia* é o primeiro telejornal ao vivo da grade de programação da CNN Brasil. O programa se inicia às 6h e dura até às 11h. No site do canal é possível encontrar uma pequena descrição da atração:

Um Novo Dia começa com Rafael Colombo, Elisa Veeck e Luciana Barreto apresentando as discussões políticas, os rumos da economia e do mundo. Participações de Sidney Rezende e Alexandre Garcia no Liberdade de Opinião e Dr. Fernando Gomes no Correspondente Médico.

O programa mantém algumas marcas clássicas do telejornal: uma grande e fixa bancada, ângulos que não colocam tanto a redação à mostra e ancoragem feita por um homem e uma mulher – que interagem entre si, mostram destaques nos telões e chamam reportagens, repórteres e matérias. Os apresentadores em alguns momentos se deslocam e fazem uso de um texto mais coloquial, tanto entre os próprios apresentadores, como com quem está em casa.

A atração é comandada pelos apresentadores Rafael Colombo e Elisa Veeck, que lideram a bancada da atração, direto de São Paulo. Desde o dia 15 de março de 2021, dia em que o canal completou um ano no Brasil, o telejornal passou a ter a presença virtual de Luciana Barreto, a terceira apresentadora, que direto da sede do canal no Rio de Janeiro aparece projetada no telão atrás da bancada.

Desde 27 de julho, o *Novo Dia* conta com o quadro *Liberdade de Opinião*, com comentários opinativos dos jornalistas Alexandre Garcia e Sidney Rezende, que entram no ar via *link*. O apresentador chama os comentaristas em horários distintos do programa, e eles opinam sobre temas relacionados à economia, política e cotidiano.

O quadro tem por objetivo, como narra a chamada de estreia, dar liberdade aos jornalistas para que eles possam dizer o que pensam. Foi por meio desse posicionamento que a atração ganhou repercussão nas redes sociais. Os comentários de Alexandre Garcia, alinhados ao discurso bolsonarista e de extrema-direita, são os que mais geram visualizações para o canal e repercutem nas redes, seja positiva ou negativa. Os de Sidney Rezende não geram tanto engajamento, na maioria das vezes por se tratarem de opiniões alinhadas mais a um centro ideológico. Para ilustrar essa constatação, no dia 14 de junho de 2021, o comentário de Garcia, intitulado: “Bolsonaro é um raro presidente que mantém contato com o povo” possuía, às 15h08 do dia seguinte, cerca de 243 mil visualizações, contra 3,8 mil visualizações do comentário de Rezende, intitulado “Bolsonaro fez aglomeração indevida perto de termos 500 mil mortes”. Ambos os vídeos foram postados no mesmo momento na conta oficial da CNN Brasil no *YouTube*.

Alguns comentários de Garcia, em relação à pandemia de Covid-19, por exemplo, contrariam conceitos científicos e de saúde. Ainda assim não são rebatidos, como observa o jornalista e analista de TV Mauricio Stycer:

Na estreia do quadro, Alexandre Garcia fez um elogio entusiasmado da hidroxicloroquina, um medicamento não recomendado pela OMS para tratamento da Covid-19. O jornalista disse que o presidente Jair Bolsonaro ‘é a comprovação científica de que o uso da

hidroxicloroquina dá certo’. O âncora do programa, Rafael Colombo, não refutou o argumento, nem mesmo mencionou que três dias antes havia sido divulgado mais um estudo, o maior já feito no Brasil, comprovando a ineficácia do medicamento. Para todos os efeitos, o comentário de Garcia sobre o medicamento foi ao ar como uma ‘opinião’. (UOL, 2020)

Sabendo do posicionamento de Garcia e ao mesmo tempo do engajamento que suas falas produzem, o canal decidiu rebatizar o nome do quadro, como aponta Stycer:

Batizado originalmente como ‘Liberdade de Expressão’, o quadro protagonizado pelos jornalistas Alexandre Garcia e Sidney Rezende na CNN Brasil trocou de nome na véspera da estreia, nesta segunda-feira (27). A direção do canal optou por rebatizá-lo como ‘Liberdade de Opinião’. É uma mudança sutil, mas busca reforçar a ideia de que as ideias expressas pelos seus novos comentaristas não refletem necessariamente a opinião do canal.

Ao evidenciar publicamente estas opiniões, a CNN tenta reforçar a ideia de pluralidade<sup>25</sup> e imparcialidade<sup>26</sup>. Mas é válido lembrar que os termos não são sinônimos de defesa de ideias sem base ou comprovação científica. Como observa Aline Ramos (2021), em análise sobre o negacionismo de Garcia no canal, “Ter opiniões diversas e contrárias pode ser muito saudável para um bom debate. Já as análises que partem de informações não referendadas pela ciência, sobretudo quando a pauta é pandemia, são perigosas, já que envolvem a saúde das pessoas.”. O lugar de fala dado ao negacionismo científico, os conceitos de pluralidade, debate e imparcialidade no jornalismo acabam sendo distorcidos e permite que a sociedade seja desinformada sobre temas tão caros quanto medidas sanitárias para o combate à Covid-19.

Em janeiro de 2021, devido à repercussão do quadro no matinal *Novo Dia*, o canal criou uma segunda edição, com Caio Coppola, conhecido por falas em defesa do presidente Bolsonaro e alinhadas ao bolsonarismo e ao conservadorismo, e a jornalista Rita Lisauskas, de posicionamento progressista. Os dois opinam sobre os fatos do cotidiano no *Visão CNN*, programa exibido no período vespertino. Caio e seu posicionamento bolsonarista estão na grade da emissora desde a sua fundação. Mesmo já tendo feito afirmações sem comprovação científica, o comentarista continuou presente na grade do canal, sendo a peça chave do quadro *O Grande Debate*, que colocava

<sup>25</sup> Existência de múltiplas fontes. (BIROLI; MIGUEL, 2020).

<sup>26</sup> Mostra os fatos para além de interesses específicos. (BIROLI; MIGUEL, 2020).



diariamente uma pessoa de esquerda para debater com uma pessoa de ideologia totalmente antagônica.

A existência do quadro e a criação de uma segunda versão dele na grade mostram, devido à forte repercussão dos posicionamentos dos âncoras, mostram que diante de uma audiência interessada em conteúdos com essa visada ideológica. E que as reverberações advindas dessas falas – seja pelos apoiadores de Bolsonaro, ou por seus opositores –, fazem com que a CNN abra cada vez mais espaço para os bolsonaristas e, concomitantemente, para a polarização ideológica, que repercute, gera engajamento e audiência, mas não necessariamente, contribuem para melhorar o debate público ou informar as pessoas com precisão e ênfase na ciência.

## **CAPÍTULO 2: A ASCENSÃO DO BOLSONARISMO NO CAMPO POLÍTICO E SUA PRESENÇA NA MÍDIA**

Com as discussões sobre midiaticização e televisão estabelecidas, partiremos, neste segundo capítulo, para mostrar quais contextos nacionais e globais influenciaram na reemergência da extrema-direita e na ascensão do bolsonarismo no Brasil. Ao final, com o prisma da comunicação e política, abordaremos a relação dos bolsonaristas com as novas e velhas mídias, e como a televisão, a partir da midiaticização e da polarização política no Brasil passou a dar espaço para a extrema-direita.

## **2.1 O terreno fértil para a ascensão do bolsonarismo em âmbito global**

Quando tratamos o bolsonarismo como algo que está se consolidando somos chamados a refletir sobre o que possibilitou que esse movimento ascendesse e o que está pelo seu caminho de consolidação. Para Reis (2019), o terreno fértil que possibilitou essa ascensão vai para além das fronteiras brasileiras e “insere-se em um contexto internacional de reação a mudanças percebidas como ameaças mortais a tradições, valores e costumes” (REIS, 2020, p.1). Esses movimentos no cenário internacional, como o Brexit, a eleição de Trump e a consolidação de líderes como Benjamin Netanyahu e Erdogan marcam uma reemergência da extrema-direita na política mundial.

Em relação à ordem internacional, após a crise de 2008, foi gerada e intensificada uma radicalização de políticas neoliberais, afetando as relações Estado-sociedade ao redor do mundo. Uma de suas características mais penetrantes tem sido a reemergência de movimentos e partidos políticos de extrema-direita desafiando instituições e valores liberais-democráticos tradicionais, especialmente na Europa, com o fenômeno do “Brexit”, e nos Estados Unidos, com o governo de Donald Trump; mas também no terceiro mundo, a exemplo dos governos de Bolsonaro no Brasil, Rodrigo Duterte nas Filipinas, Benjamin Netanyahu em Israel e Recep Tayyip Erdogan na Turquia. (BARCELLOS; ESTRADA; SEVERO, 2019, p. 20)

Essa chegada da extrema-direita na política está relacionada às mudanças provocadas com a globalização e aprofundadas após a crise de 2008, como o avanço da informática, a precarização e informalização do trabalho, uso persuasivo das mídias sociais para a disseminação de fake news e destruição de reputações de políticos, crises econômicas, entre outros aspectos que geraram/geram insatisfações nas sociedades perpassadas pela midiaticização e em um mundo onde as informações circulam cada vez mais rápido (REIS, 2020, p.1-2).

Períodos de aguda crise econômica são historicamente favoráveis à ascensão da extrema-direita, pois a elite dominante, temerosa em perder sua posição socioeconômica, encontra em populistas radicais de direita uma fonte de segurança para o restabelecimento da ordem capitalista dominante. (BARCELLOS; ESTRADA; SEVERO, 2019, p.21)

Lançando o olhar para a América Latina, mais especificamente para ao Brasil, Reis (2020), traz como retrospecto a crise mundial de 2008, subestimada no governo Lula, e que somada a outras políticas econômicas foi estourar anos depois, já no governo Dilma, contribuindo para a ascensão da reação nacionalista. A pauta econômica, em face dos problemas enfrentados pelos latinos, virou o argumento central dos grupos mais à direita contra os governos de esquerda.

Com esse quadro estabelecido, tensões têm surgido em diversas partes do globo, com movimentos sociais, motins urbanos e revoltas sociais em todos os continentes. Nesse contexto, o que emergiu exponencialmente nos últimos anos foi o chamado populismo de direita, ou como Reis prefere definir, reação nacionalista, e cita como exemplos: Os Estados Unidos (fenômeno Trump), a Europa Ocidental (Itália, França, Inglaterra), Europa Central (Hungria e Polônia), Ásia (Filipinas e Índia), o mundo muçulmano (Irã e Egito) e a América Latina (Brasil, Chile, Colômbia).

Trata-se de uma extrema-direita descomplexada, ativa e propositiva, de grande ativismo público, com frequentes incursões nas ruas, explorando as insuficiências e deficiências dos regimes democráticos, instrumentalizando-os quando convém, desfigurando-os “por dentro” e usando intensamente os mecanismos próprios da revolução digital. (REIS, 2020, p. 3).

Nesses momentos de fragilidade nas economias mundiais, a extrema-direita se mostra com sucesso na tentativa de capturar oportunidades políticas, colocando-se como um movimento e organizando-se de modo transacional, cooperando com a troca de informações, discursos e ideologias.

A eleição de governos de extrema-direita com feições autocráticas e autoritárias, dentre elas a eleição de Bolsonaro, são apenas a “ponta do iceberg” de uma série de relações sociais entre diferentes atores de classes sociais distintas que perpassam a questão do “nós e os outros”/ “eu e os outros” e abrange um processo muito complexo no qual está em disputa os rumos sociais e planetários ao longo do século XXI. (BARCELLOS; ESTRADA; SEVERO, 2019, p. 22).

Citando Malamud e Núñez (2018), os autores evidenciam que, para além das estratégias da extrema-direita em meio as fragilidades das nações em meio à globalização, o “voto de raiva” também aparece como um dos aspectos vinculados a uma emergência de *outsiders*<sup>27</sup> e movimentam um imaginário, canalizando o descontentamento popular contra governos de esquerda, como ocorreu na América Latina, em países como Argentina, Brasil e Paraguai.

## 2.2 O contexto nacional

Freixo e Machado (2019), em *Dias de um futuro (quase) esquecido: um país em transe, a democracia em colapso*, fazem um retrospecto dos acontecimentos no campo nacional que criaram terreno fértil para emergência de movimentos conservadores, de direita e antipetistas no Brasil. As manifestações de junho de 2013, convocadas pelo Movimento Passe Livre (MPL) e diversas outras organizações estudantis, de modestos, deram lugar a um grande movimento de massa que resultou em umas das maiores manifestações da história do país.

Assim, nas semanas e meses seguintes, iniciar-se-ia uma verdadeira “disputa pelas ruas” que colocou, de um lado, os segmentos radicalizados da juventude - organizados em novos grupos e coletivos - , mas também organizações e partidos de esquerda, movimentos populares, sindicatos e organizações estudantis tradicionais, e, do outro, setores mais à direita e partidos da oposição conservadora que buscavam instrumentalizar aquelas manifestações como forma de tentar enfraquecer a hegemonia político-eleitoral do bloco articulado em torno do PT [...] (FREIXO; MACHADO, 2019, p.10).

Junho de 2013 foi o primeiro movimento sem a presença do PT no cerne da formulação, e o momento em que a direita descobriu as ruas e passou a ocupá-la, com discursos favoráveis à ditadura militar, com promessas e retóricas rasas, anticomunista e somado a um genérico sentimento anticorrupção.

Mesmo com o peso de 2013, Dilma Rousseff conseguiu se reeleger, vencendo no segundo turno o candidato Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), com uma margem apertada de 51,64% contra 48,36% do tucano. A divisão evidenciada nas urnas teve continuidade nos primeiros meses que sucederam o período

<sup>27</sup> Pessoas que se colocam na política enfatizando que não são políticos.

eleitoral, com o PSDB pedindo auditoria ao Supremo Tribunal Eleitoral (TSE), para verificar possível “lisura” nas eleições presidenciais<sup>28</sup>.

Durante o segundo mandato de Dilma,

O fracasso da estratégia presidencial de recomposição da [base de] ‘governabilidade’ e a insatisfação das bases tradicionais do PT e da esquerda em geral com essa política de conciliação [ocupação de cargos políticos por personagens de perfil mais conservador ou ligados ao PMDB de Michel Temer], que levou, entre outras coisas à adoção de políticas de austeridade econômica que contrariavam os compromissos assumidos por Dilma durante a campanha, acabaram levando a presidenta para um crescente isolamento. (FREIXO; MACHADO, 2019, p.12, grifo nosso)

Somado a isso, veio a Operação Lava Jato, com denúncias sobre o pagamento de ilícitos e desvios da Petrobras, envolvendo diversos partidos e políticos de todas as camadas, mas com o PT sendo colocado na centralidade. Já em 2015, em meio a essa crise política, os grupos que tinham descoberto as ruas em 2013, voltaram, protestando contra o governo e pedindo o impeachment de Dilma - chancelado no ano seguinte - sob acusações de ter sido um golpe, pela forma como foi conduzido e por quem foi.

As manifestações que levaram centenas de milhares de pessoas às ruas nas principais cidades brasileiras, durante os meses de março, abril e agosto de 2015, trouxeram à luz o ativismo de certos tipos de atores sociais, que há décadas não participavam de forma tão intensa na arena pública. Tais manifestações revelaram a presença privilegiada de grupos de perfil conservador, os quais – e a despeito de suas clivagens internas em termos de tonalidades ideológicas – expuseram publicamente convicções de cunho segregador e autoritário. (MESSENERG, 2017, p.621)

Em 2016, o vice Michel Temer assumiu, já colocando como marca do governo o círculo azul cheio de estrelas da bandeira nacional, com o slogan positivista “ordem e progresso”. Com baixa popularidade, Temer aproveitou para tentar aprovar medidas econômicas austeras e antipopulares, e rompeu tanto na economia quanto no social com o progressismo dos governos anteriores. No ano seguinte, além da baixa popularidade, Temer teve que lidar também com as denúncias da JBS, que colocava o então presidente no centro de um esquema de propinas com o frigorífico. “Nos dois anos de governo

<sup>28</sup> PSDB pede ao TSE auditoria para verificar ‘lisura’ da eleição. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/10/psdb-pede-ao-tse-auditoria-para-verificar-lisura-da-eleicao.html>. Acesso em: 03 abr. 2021.

Michel Temer, a legitimidade do sistema político foi ruindo”, afirmam Freixo e Machado (2019, p.18). Enquanto isso, “Bolsonaro começa a crescer nas intenções de votos consistentemente”, (Idem, p.18)

Enquanto o ex-capitão começava a ser apontado como um candidato forte, a dinâmica das eleições 2018 ia se estabelecendo como um elemento a ser desbravado e entendido até por políticos mais tradicionais. A primeira medida inédita no pleito foi decidida em 2015 pelo STF, quando ficaram proibidas as doações de campanha feitas por pessoas jurídicas a candidatos. Foi a primeira eleição em que candidatos passaram a ser financiados apenas com recursos públicos e doações de pessoas físicas. Sem o financiamento de empresas, “a saída encontrada pelos políticos foi a definição de novas regras eleitorais com o propósito de ampliar as possibilidades de uso das plataformas on-line para promover os candidatos e arrecadar fundos para campanha, mediante vaquinhas virtuais (*crowdfunding*)”<sup>29</sup> (FELIX, 2019, p.18).

Com as mudanças na legislação eleitoral advindas com a minirreforma de 2015, o período de campanha diminuiu, encurtando as chances de um candidato aparecer na televisão e no rádio<sup>30</sup>. Em 2016, foram 35 dias de campanha, com duração de 30 minutos. Dois anos depois, esses blocos passaram a ter 10 minutos, ou seja, 20 minutos a menos que antes. Em 2017, com a aprovação do PLC 110/2017, foi regulamentado o uso de *crowdfunding* pelos políticos e o impulsionamento digital de conteúdos, permitindo “estratégias de propaganda mais sofisticadas”, como afirma Malini (2017) em entrevista ao *Valor Econômico*<sup>31</sup>.

O bolsonarismo se construiu em torno de um certo consenso entre a população, agrupando apoiadores fiéis de Bolsonaro (bolsonaristas) e outras camadas da população que legitimaram a escolha com o voto na urna, de modo democrático. Reis (2020) salienta que a candidatura de Bolsonaro possuía propostas que antagonizavam a “Nova República”, e com isso evidenciaram uma certa “falência do experimento político” erguido com a constituição de 1988. Com os desgastes e as reconfigurações dos dois

<sup>29</sup> *Crowdfunding* consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. Em português pode ser traduzido como financiamento coletivo.

<sup>30</sup> Eleições municipais de 2016: novas regras para o horário eleitoral. Disponível em: <https://www.politize.com.br/horario-eleitoral-gratuito/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

<sup>31</sup> Reforma eleitoral abre espaço para impulsionar conteúdo em rede social. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2017/10/17/reforma-eleitoral-abre-espaco-para-impulsionar-conteudo-em-rede-social-1.ghtml>. Acesso em: 21 abr. 2021.

principais partidos (PSDB e PT), para manter o capital político e a governabilidade, abriu-se espaço para as alas conservadoras e à direita no espectro político.

[...] [os partidos] assistiram passivos – e frequentemente como cúmplices – ao crescimento de forças conservadoras – representadas pelas bancadas BBB (boi, bala e bíblia), com as quais efetuavam “tenebrosas transações”. Em troca de votos no Parlamento, entregavam postos ministeriais e posições de poder, além de favores, como, por exemplo, concessões de meios de comunicação. Em nome da chamada “governabilidade”, instauraram o desgoverno, distanciando-se de seus compromissos e promessas originais. Formou-se, assim, em uma atmosfera de exasperação de contradições, condições favoráveis à emergência de lideranças “salvacionistas”, outsiders, supostos ou reais. (REIS, 2020, p.9)

Mesmo com todo esse contexto favorável à eleição de um algoz da extrema-direita, alguns elementos ainda poderiam evitar a chegada do bolsonarismo ao poder. Com a curta campanha eleitoral de 2018, as contradições expostas nos discursos de Bolsonaro ficaram cada vez mais evidentes, mostrando sua incapacidade para ser presidente. No entanto, a oposição tinha dificuldades para crescer e formar uma terceira via, e o PT insistia na candidatura de Lula, em um período onde o sentimento antipetista, anti-Lula e antiesquerda era muito forte.

Bolsonaro soube tecer importantes alianças com o capital financeiro (Paulo Guedes), apareceu como campeão da moralidade e da segurança (Moro), teceu e consolidou laços com as igrejas evangélicas (reação à pauta identitária dos costumes) e com outras forças conservadoras – as bancadas da “bala” (aparelhos de segurança e oficiais militares) e do boi (agronegócio de exportação). Em contraste com o que faziam Lula e o petismo, ampliou consideravelmente suas alianças, tornando-se estuário de uma ampla frente conservadora, bastante heterogênea, e que ia muito além das fronteiras estreitas da extrema-direita, da qual Bolsonaro sempre foi expressiva liderança. E, ainda, houve o episódio do atentado, permitindo uma autoapresentação vitimizada, sempre simpática e sedutora, e – mais importante – legitimando a ausência nos debates políticos. (REIS, 2020, p.9)

O pleito de 2018, que até então poderia ter Lula na disputa, através da insistência do PT, se embolou quando sua prisão foi decretada e Fernando Haddad teve que assumir a cabeça da chapa, junto com Manuela D’Ávila, do Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Somado a isso, a tentativa de homicídio contra Bolsonaro colocou cada vez mais a extrema-direita no centro do debate político e da corrida eleitoral.

Ainda que Bolsonaro não seja propriamente um outsider da política nacional, tendo sido parlamentar por quase 30 anos, sua campanha foi capaz de articular a imagem de um líder antiestablishment combatendo privilégios das elites e corrupção, uma realidade que grupos e intelectuais de extrema-direita atribuem ao “marxismo cultural” e a defensores dos “Direitos Humanos” no país. (BARCELLOS; ESTRADA; SEVERO, 2019, p.19)

Tanto o cenário internacional como o nacional podem ser apontados como terrenos férteis para a ascensão do bolsonarismo. Bolsonaro chegou ao cargo de presidente da República sem nunca antes ter exercido uma função no Executivo, sem grandes feitos políticos e sempre se direcionando a um grupo ligado aos seus familiares, e a ideais militaristas, conservadores e de extrema-direita.

### **2.3 O bolsonarismo e a comunicação**

Grupos alinhados à extrema-direita, por falta de espaço nas mídias tradicionais, usavam os espaços virtuais para fazerem suas ideias circularem, em redes de massa e de fácil utilização, como *Facebook*, *Telegram* e *WhatsApp*, que permitem um rápido compartilhamento de mensagens e disseminação de informações. (NEMER, 2019). Coutinho e Pereira (2019) afirmam que, no caso das eleições de figuras da extrema-direita “há uma ampla participação e relevância das redes sociais em seus processos de campanhas eleitorais e até mesmo nas decisões tomadas posteriormente à suas eleições” (p.2). Com os bolsonaristas não é diferente, e o uso das redes sociais por parte do grupo aparece como o ponto chave para entender a ascensão de Bolsonaro e da ideologia de direita no país.

Boa parte dos estudiosos afirma que a comunicação é a chave para entender o desenvolvimento da imagem de Bolsonaro que, por sua vez, é o principal responsável pela representação do partido. Desde as últimas eleições, é notável a presença e a importância do meio digital na composição do cenário político mundial, ambiente extremamente propício à figura de Bolsonaro, que esteve por anos apagado na política e acabou encontrando eco nas redes sociais. (ALMEIDA; BORGES, 2019, p.2)

É pelo *Facebook*, por exemplo, que Bolsonaro se comunica diretamente com seus seguidores, através de *lives* e interação pelos comentários e curtidas.



Além do uso de recursos digitais, a equipe do presidente desenvolveu meios de campanha. Enquanto os demais partidos investiam no horário eleitoral e no “boca a boca”, Bolsonaro apostou na comunicação pelo WhatsApp - aplicativo de mensagens acessível à população. Nesse contexto, o fenômeno das fake news, que já havia sido central na eleição de Donald Trump e durante a votação do Brexit, ganhou nova dimensão no Brasil, disseminando notícias falsas e desviando o foco das eleições [...] (ALMEIDA; BORGES, 2019, p.2)

Tanto no Brasil, com Bolsonaro, como no exterior, a internet se tornou uma espécie de lugar do “vale tudo político”, onde Facebook e WhatsApp aparecem como as duas principais arenas de combate. Somado a isso, vem a questão da fragilidade da democracia perante à ascensão das novas mídias sociais, como “espaços abstratos de formação de opinião”. (COUTINHO; PEREIRA, 2019 p.6). Neste cenário de reconfigurações da TV, emergência das mídias digitais e certa categorização das mídias tradicionais como “manipuladoras”, personagens de vertentes políticas extremistas, como o bolsonarismo emergem.

Diante disso, algumas figuras centrais na gestão Bolsonaro, tais quais seus filhos, todos ocupando cargos políticos, e Olavo de Carvalho, um youtuber sem formação acadêmica, representam parte de um enorme quadro de interlocutores digitais responsáveis pela expansão da extrema direita (COUTINHO; PEREIRA, 2019, p.6).

Nesse mundo midiaticizado, onde as pessoas estão imersas às mídias e têm acesso às informações a qualquer hora e em qualquer lugar, novos regimes de visibilidade surgiram e as mídias digitais se tornaram espaços disputados tanto por esses personagens extremistas como por outros atores políticos, que buscam projetar sua imagem para uma grande audiência rapidamente. Para alcançarem seus públicos, há um constante reforço de uma imagem positiva a ser passada ao eleitorado, perpassada, nos últimos tempos, por um sistemático aumento da disseminação de *fake news*, a fim de persuadir o público. (FELIX, 2019, p.30).

Para Catalani (2018), “as famosas e tão debatidas fake news têm um papel central no funcionamento ideológico, na formação de sujeitos paranoicos, acuados, e ao mesmo tempo indignados e apáticos”. O autor cita que no caso de Bolsonaro, mesmo que a notícia venha a ser desmentida futuramente, a desinformação cria um desnorteamento das pessoas e um terreno de incertezas, que no contexto eleitoral de 2018, pode ter beneficiado o então candidato à presidência da República.

A partir da propagação de notícias falsas, Bolsonaro aparece como:

uma “figura reestabilizadora (o efeito de indignação ou medo perdura mesmo depois que a notícia é desmentida). Isso porque ninguém sabe quem é o forjador ou remetente daquela notícia, ela simplesmente aparece. E, diferentemente do boato, que pode ter como origem uma notícia verdadeira que é deturpada no processo comunicativo, as fake news exigem um forjador consciente. (p.6)

No livro *A máquina do ódio*, Patrícia Campos Mello (2020) evidencia como funcionou a lógica bolsonarista no *WhatsApp*, na época da campanha eleitoral e, posteriormente, perseguida pelo grupo após revelar essas informações, mostra o grande alcance que Bolsonaro possuía no Facebook ainda na época da eleição. Segundo a jornalista, a página de Bolsonaro contava com 6,9 milhões de seguidores, enquanto seu principal oponente, Haddad, possuía dez vezes menos. Lula, mesmo tendo sido presidente duas vezes e ainda continuar na lembrança do brasileiro, possuía cerca de 3,8 milhões.

Neste meandro, de uma comunicação feita basicamente através das redes sociais, assemelhando-se até a um esquema de “milícia digital”<sup>32</sup>, dada a sua agressividade e enraizamento, torna-se curioso o fato de agora, passados dois anos da eleição, os bolsonaristas estarem presentes naquele espaço que tanto criticavam, o telejornalismo. Houve uma “virada de chave” na forma como os apoiadores de Bolsonaro usam as mídias.

Dos programas de entretenimento aos telejornais, pautas políticas passaram a ser cada vez mais frequentes, perpassadas, quase sempre, pela polarização em debates entre a esquerda e a direita. Para além das mídias digitais, os bolsonaristas passaram a estar presentes na TV e no telejornalismo, este que vem se reconfigurando em função da midiatização.

Como afirma Cris Silva (2019, p.7) “o risco à democracia não é em relação a “pessoa Jair Bolsonaro em si, enquanto indivíduo ou sujeito, mas a bolsonarização do espaço público, principalmente por meio das redes sociais, e reproduzidos por seus seguidores incitados por uma ideologia ultraconservadora de direita.”

Nesse movimento de tentar recapturar uma certa audiência perdida para outras plataformas, alguns canais da TV brasileira passaram a dar mais espaço para expoentes e figuras da direita que, em seus momentos de fala, além de defender esse ponto de vista

<sup>32</sup> *Milícias digitais* é um conceito popularizado depois das eleições de 2018 no Brasil e pode ser compreendida como uma associação de pessoas ligadas sem um arranjo jurídico-legal, que agem de modo organizado na web, nas redes sociais, com robôs, contas automatizadas e perfis falsos. Promovem o cancelamento de adversários através de campanhas de ataque.

ideológico acabam emitindo discursos anti científicos e negacionistas, numa ideia de antagonismo ao progressismo e ao *status quo*, amparados por uma falsa defesa da liberdade de expressão.

### CAPÍTULO 3: METODOLOGIA E ANÁLISE

Com os conceitos-chave do trabalho definidos, partiremos para a metodologia, buscando sistematizar um caminho para alcançarmos os objetivos da pesquisa. Como dito, a escolha do quadro se deu pois, em uma primeira análise, percebemos a presença de um expoente de discursos bolsonaristas, o jornalista Alexandre Garcia, dentro do telejornalismo brasileiro.

Em um primeiro momento, duas opções metodológicas surgiram como possibilidades: a Análise do Discurso (AC) e a Análise de Conteúdo (AD). Após o estudo de teorias relacionadas à midiatização, à televisão e suas transformações na era contemporânea, além da comunicação e política, a AC se mostrou como mais capaz de nos possibilitar chegar às respostas levantadas nos nossos objetivos dentro do tempo disponível para a realização desta pesquisa.

A AD, de tradição francesa, estudada por figuras como Patrick Charaudeau (2011) e Dominique Maingueneau (2008), está voltada para compreender a prática da linguagem, a construção de sentidos, representações sociais e estratégias discursivas. Nessa área da linguística, os estudos estão voltados para a língua, visando descrever seu funcionamento, enquanto a AC de Laurence Bardin (2016), procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais nos debruçamos, é uma busca por outras realidades por meio das mensagens. Como afirmam Henry e Moscovici (1968) *apud* Bardin (2016, p.46):

Qualquer análise de conteúdo não visa o estudo da língua ou da linguagem, mas sim a determinação mais ou menos parcial do que chamaremos as *condições de produção* dos textos, que são o seu objeto. O que tentamos caracterizar são estas condições de produção e não os próprios textos. O conjunto das condições de produção constitui o campo das determinações dos textos.

Neste sentido, o que buscamos caracterizar são justamente essas condições de produção. No caso deste estudo, como a produção dos textos a serem analisados manifestam e representam a forma como o bolsonarismo está presente no telejornalismo, além do fato de estarmos tratando de um produto audiovisual, a Análise de Conteúdo, a qual trabalharemos, nos dá possibilidades de compreender e analisar outros elementos que constituem e completam o discurso televisivo: cenários, ilustrações, objetos, imagens, enquadramento cenográfico, expressões, entre outros. Se tratando de um produto

audiovisual, nosso interesse é buscar o que está por trás, ver como aquilo é mostrado e como pode manifestar algo.

### **3.1 A Análise de Conteúdo e suas etapas metodológicas**

A AC, de Bardin (2016) é um conjunto de ferramentas metodológicas em constante aperfeiçoamento que podem ser aplicados a discursos diversificados. A pesquisadora define três fases para a análise de conteúdo: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A pré-análise é a fase de organização, baseada em intuições. Vai criar um caminho sistêmico a ser seguido nas etapas posteriores da análise. Tem por missão a escolha dos documentos a serem analisados, formulação de hipóteses e dos objetivos, além da elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. Essas três missões não, necessariamente, se sucedem, tampouco são cronológicas, mas se ligam diretamente e dependem uma da outra.

Nesta primeira etapa da pré-análise nos centramos, ainda, em atividades não estruturadas, ou seja, é uma seleção feita de modo geral, diferente de todo o processo da Análise de Conteúdo, que tem suas etapas bem definidas e sistematizadas. Fazemos uma “leitura flutuante”, assim chamada por Bardin (2016), onde analisamos os conteúdos prévios ainda sem nos deixarmos invadir por impressões e orientações. Partimos para uma primeira seleção dos documentos, tendo em vista os critérios definidos pela autora: exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Isto é: selecionar a maior quantidade de documentos de acordo com a proposta do trabalho.

A fase de pré-análise deste trabalho começou ainda na disciplina de TCC 1, no segundo semestre de 2020. Entre a preparação do pré-projeto, fizemos uma listagem em uma planilha do *Google Spreadsheets* listando todos os episódios do Liberdade de Opinião e organizando-os por título, data, horário, nome dos comentaristas e links para visualização. Como os vídeos são disponibilizados na conta da CNN Brasil no *Youtube*, nossa busca foi na página do canal na plataforma, sempre colocando na procura, como palavra-chave, o nome do quadro, para conseguir achar os episódios em meio à gama de outros vídeos publicados pela emissora. A procura, naquele momento, seguiu as orientações de Bardin (2016): uma busca ampla, sem inferências, que pudessem proporcionar um leque de conteúdos a levar a análise a exaustão. Neste sentido, foram catalogados 160 vídeos, de 27 de julho de 2020 a 16 de novembro do mesmo ano.

Já partindo para um aprofundamento maior nos conteúdos, fizemos a primeira filtragem. Como nos interessa analisar a presença do bolsonarismo no telejornalismo, não fazia sentido analisar as falas de Sidney Rezende, já que este, em nossa primeira análise superficial, demonstrou posicionamentos progressistas e não de direita ou de defesa de Bolsonaro. Com a exclusão desses vídeos, nos restou 80 episódios, todos com Alexandre Garcia.

Após esse primeiro contato com o material a ser trabalhado, passamos à exploração do mesmo. Segundo Bardin (2016), esta etapa pode ser feita digitalmente, com o auxílio de computadores ou manualmente. Para a organização dos documentos recolhidos, a autora recomenda a utilização de “unidades de registro”, uma unidade de significação que corresponde ao segmento do conteúdo considerado unidade de base, visando sua categorização. Pode ser um tema, uma palavra ou um personagem. O tratamento descritivo para Bardin (2016) não é exclusivo da análise de conteúdo, e outras disciplinas se debruçam sobre: linguística, semântica e documentação.

Para definir as unidades de registro recorremos à definição do que é o bolsonarismo, citada no início do trabalho: *um movimento em consolidação, marcado por uma ideologia conservadora, militarista e de extrema-direita, em torno do fenômeno político Bolsonaro*<sup>33</sup>. Considerando isto e o período em que os vídeos foram coletados, durante o avanço da pandemia de Covid-19, percebemos que os discursos de Alexandre Garcia alinhados ao bolsonarismo são permeados pela ideologia conservadora, militarista e de extrema-direita que perpassam temáticas variadas, como saúde, meio ambiente, economia e política. Como o leque de comentários é amplo, dividimos os vídeos nessas quatro categorias. A filtragem e separação resultou em 47 vídeos com a temática política, 19 de economia, oito de saúde e quatro de meio ambiente. Para manter um equilíbrio entre os temas analisados, optamos por filtrar os vídeos de política, economia e saúde, selecionando os quatro de cada, que parecem demonstrar mais o discurso bolsonarista.

Cabe ressaltar que, apesar do título do vídeo abordar o mote/assunto principal do episódio, os 20 minutos, em média, de fala do comentarista, abordam outras temáticas. O âncora Rafael Colombo faz perguntas sobre assuntos variados e, Alexandre Garcia, vai respondendo. O título do vídeo acaba sendo o do assunto mais importante da fala. Nesse sentido, para fins de organização, vamos nos centrar em analisar a fala de acordo com o título do episódio.

<sup>33</sup> Definição escrita na página 12 deste trabalho.

### Quadro Descritivo Do Corpus

Temas	Nomes dos episódios	Data	Duração	Resumo
Política	Alexandre Garcia analisa mudança de tom no discurso de Bolsonaro	25/08/2020	21:10:00	Questionado por Rafael Colombo sobre um tom mais agressivo de Bolsonaro, Garcia afirma que estilo “paz e amor” era do “lulinha” e ameniza tratamento áspero do presidente com jornalistas.
	Alexandre Garcia analisa sistema das eleições brasileiras	16/09/2020	22:59:00	Colombo questiona Garcia sobre a necessidade do voto impresso pela urna brasileira, e o comentarista considera a impressão do voto como algo positivo.
	Alexandre Garcia avalia cenário político nos EUA	05/10/2020	18:55:00	O comentarista é questionado sobre a vantagem de Biden sobre Trump nas eleições americanas e retoma um fato do passado para desacreditar as pesquisas eleitorais nos EUA.
	Alexandre Garcia: corrupção no Governo e a Lava Jata acabaram?	08/10/2020	22:55:00	Garcia afirma que a colocação de Bolsonaro fez referência ao fato de não existir corrupção no governo e cita o Mensalão e a Lava Jato como exemplos de corrupção nos governos petistas.
Economia	Alexandre Garcia analisa prorrogação do estado de calamidade pública	05/08/2020	20:14:00	O comentarista é questionado se a aprovação do presidente tem relação com o Auxílio Emergencial. Ele não concorda e ainda desinforma ao falar que o STF tirou a responsabilidade de Bolsonaro na condução da pandemia.
	Alexandre Garcia analisa prorrogação do	19/08/2020	20:11:00	Garcia diz que as pessoas que dependem do benefício deveriam procurar trabalho, ignorando a informalidade

	auxílio emergencial			e as altas taxas de desemprego no país.
	Alexandre Garcia comenta influência da economia em Bolsonaro	25/09/2020	18:10:00	O comentarista diz que a economia não influencia na aprovação do presidente e afirma não acreditar em pesquisas eleitorais.
	Alexandre Garcia: 'Temos de pagar a conta da prorrogação de auxílio neste ano'	13/11/2020	19:45:00	Neste episódio, Garcia diz que uma segunda onda da pandemia é improvável e volta a exaltar a hidroxicloroquina.
Saúde	Alexandre Garcia analisa fala de Bolsonaro sobre mortes por Covid-19	07/08/2020	19:21:00	O comentarista releva a afirmação de Bolsonaro de que a vida deveria seguir mesmo com o país atingindo a marca de 100 mil mortes por Covid-19. Esse é o episódio mais tenso, onde há um debate entre Garcia e o apresentador do programa.
	Alexandre Garcia analisa investimento em vacinas contra Covid-19	12/08/2020	21:14:00	O jornalista expõe as vacinas em tom pessimista, como se elas só estivessem sendo produzidas por conta de um acordo global do capitalismo contra o medicamento sem eficácia contra a Covid-19
	Alexandre Garcia avalia obrigatoriedade da vacina	09/09/2020	19:21:00	O comentarista concorda com a não obrigatoriedade e cita, novamente, medicamentos contraindicados para o tratamento da Covid-19.
	Alexandre Garcia: 'Não comprar Coronavac é uma decisão política do presidente'	21/10/2020	20:56:00	Questionado sobre a posição do presidente, o comentarista cita que o país está com acordos para o recebimento de outras vacinas e menospreza a eficácia da Coronavac.
Meio ambiente	Alexandre Garcia analisa impacto das queimadas no Pantanal	15/09/2020	19:25:00	Garcia traz outros elementos que resultariam nas queimadas e não fala da falta de ação do governo Federal.
	Alexandre Garcia analisa fala de	23/09/2020	20:00:00	Garcia defende e concorda com as afirmações



	Bolsonaro na ONU			distorcidas e mentirosas do presidente na ONU.
	Alexandre Garcia: 'Desnecessária' a briga entre ministros Salles e Ramos	26/10/2020	22:21:00	O comentarista diz que a briga entre os ministros é desnecessária e aproveita a ocasião para defender a condução de Salles à frente do Meio Ambiente.
	Alexandre Garcia: "Falta de respeito a um chefe de poder" sobre ataque de Salles	29/10/2020	21:54:00	Colombo convida Garcia a comentar uma discussão entre Salles e Rodrigo Maia (DEM), e cita o fato de que o ataque pode ter sido provocado por um hacker.

Com a decupagem dos vídeos, ganhamos um suporte para analisar o elemento textual, para além do visual, seguindo o princípio da enunciação da AC. A enunciação, para Bardin (2016) considera que na produção da palavra é realizado um trabalho, expresso um sentido e operadas transformações. Isto é, partimos para descrever os silenciamentos, as expressões, o tom, os sentimentos, aspectos emocionais, onomatopeias e não a construção estrutural ou as estratégias discursivas mobilizadas pelo comentarista. Nos interessa saber como aquele discurso se manifesta, como é mobilizado visualmente e o que representa. Buscando salientar esses detalhes visuais e emocionais que vão para além da palavra, conseguiremos entender como o bolsonarismo se manifesta no telejornalismo.

Por fim, com os documentos organizados e categorizados, passamos ao tratamento dos resultados, quando realizamos a inferência e interpretação. É o momento no qual buscamos ir além das informações disponibilizadas nos documentos, trazendo sentido para o que foi verificado nas etapas anteriores. Durante a interpretação dos dados, nos voltamos aos marcos teóricos, que nos dão o embasamento necessário para o estudo. O sentido da interpretação se dá na relação entre os dados obtidos e a fundamentação teórica. Ao fazer esse percurso, estamos analisando o que aquele discurso enunciado significa, o que, em profundidade, ele é. Ao realizar a inferência, o interesse não é apenas na descrição os materiais colhidos, mas sim no que estes poderão ensinar após serem tratados.

### 3.2 Os episódios

Todos os episódios possuem o mesmo formato: o âncora Rafael Colombo anuncia o quadro, uma vinheta de apresentação é exibida e Alexandre Garcia aparece em um telão atrás de Colombo. O âncora introduz um assunto e passa a palavra para Garcia comentar. O cenário é sempre o mesmo: o âncora fica sentado atrás de uma grande bancada e à frente de um telão onde Garcia aparece. O ambiente ao redor do comentarista, em todos os episódios, é o mesmo, um escritório da sua casa, com uma estante repleta de livros, com uma bandeira do Brasil e um quadro com o logotipo da CNN. Há ainda uma mesa, com uma fotografia e uma placa com o nome Alexandre Garcia em letras maiúsculas. Ao centro, está Alexandre, sempre sentado. À direita há um globo terrestre de tom marrom claro e, à esquerda, uma banqueta com uma caneca da CNN. Essa configuração cenográfica não é alterada, e os enquadramentos são os mesmos, com Garcia sendo mostrado sempre da barriga para cima. O que muda, às vezes, são alguns objetos que ele porta à mão: a constituição, anotações, pranchetas, entre outros. Tendo em vista a mesma composição cenográfica, citaremos durante a análise apenas os momentos em que essa configuração mudar, ou seja, quando o comentarista pegar algum objeto diferente, que tragam um novo elemento à cena.



Figura 2 – Captura de tela do quadro Liberdade de Opinião.  
Fonte: Reprodução CNN Brasil.

### 3.2.1 Os episódios de política

A presença de uma voz do bolsonarismo no telejornal da CNN não é sinônimo de um bom relacionamento de Bolsonaro com a mídia e com os jornalistas no país. O primeiro episódio intitulado “Alexandre Garcia analisa mudança de tom no discurso de Bolsonaro” evidencia como se dá essa relação. Mais para o fim da participação de Garcia, Colombo lança um questionamento: “No fim de semana (o presidente) disse que tinha vontade de agredir um soco na boca um repórter do jornal O Globo. Então Alexandre, essa fase paz amor do presidente da República foi algo pontual?”.

Garcia então inicia a fala citando Lula e amenizando o temperamento agressivo do presidente: “Olha, eu acho que essa fase paz e amor era do lulinha”. (solta um riso contido). Na sequência, o comentarista afirma que esteve na cerimônia no Palácio do Planalto – onde Bolsonaro disse, em evento mostrando uma suposta eficácia da hidroxicloroquina no combate à Covid-19, que era atleta e que se o novo coronavírus atingisse os jornalistas bundões a chance de sobreviver era bem menor<sup>34</sup> – e apresentou, em tom irônico, um novo contexto da fala a Colombo:

Ele (Bolsonaro) disse: ‘eu sou atleta’. Vou repetir aqui para que a gente deixe as coisas bem claras. ‘Eu sou atleta e vocês jornalistas me ridicularizam por ser atleta, agora vocês...’ Não vou usar o termo ele usou, mas ele disse: ‘vocês são uns fracotes, quero ver quando pegarem a Covid’. A agressão dele foi essa. (GARCIA, 25 ago. 2020).

Quando Garcia retoma a figura de Lula a uma discussão a qual, em nenhum momento, a figura dele foi citada ou chamada, o comentarista conclama um antagonismo entre a figura de Lula e do PT versus Bolsonaro, tentando justificar uma postura do presidente atual a partir dos comportamentos do ex-presidente. Com isso, aciona o sentimento antipetista para legitimar a agressividade de Bolsonaro. Ademais, quando afirma que quer deixar as coisas bem claras, o comentarista parte do pressuposto que há alguma confusão na fala de Bolsonaro que precisa ser explicada, demonstra ter conhecimento do que a declaração gerou e, ao mesmo tempo, a minimiza.

Depois dessas afirmações, Garcia passa a falar de uma série de casos onde políticos teriam agido com mais agressividade contra jornalistas. O tom ameno como Garcia tratou o ataque de Bolsonaro não condiz com a realidade. Segundo levantamento feito pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), foram registradas 135 ocorrências

<sup>34</sup> Bolsonaro chama jornalistas de "bundões" em evento "Brasil Vencendo a Covid". Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=WEhJLHQHIkU&ab\\_channel=UOL](https://www.youtube.com/watch?v=WEhJLHQHIkU&ab_channel=UOL). Acesso em: 20 ago. 2021.

de ataques à imprensa em 2018 e 208 em 2019. Deste total, Bolsonaro, sozinho, foi responsável por 121 casos, 58,17% dos ataques à imprensa, sendo 114 ofensivas generalizadas e sete agressões diretas a jornalistas<sup>35</sup>.

Garcia costuma inserir em seus comentários casos genéricos ou do tempo passado. No episódio sobre as agressões verbais de Bolsonaro a jornalistas, ele cita a forma como Fernando Collor se comunicava com a imprensa e uma experiência que teve ao entrevistar o ex-vice-presidente Aureliano Chaves. No segundo episódio analisado por este trabalho, intitulado “Alexandre Garcia analisa sistema das eleições brasileiras”, inicia a fala comparando o voto impresso da urna eletrônica com suas agendas de papel e digitais: “Eu tenho agenda eletrônica, mas eu garanto a confiança na agenda eletrônica com a minha agenda de papel. As duas funções juntas e assim a essa proposta de voto conferido, confirmável pelo papel”. Com isso, ele traz uma comparação pessoal para aproximar a discussão sobre o voto impresso a elementos da vida cotidiana do público.

O tema do quadro naquele dia parecia ser um prenúncio do assunto que iria tumultuar a agenda pública quase um ano depois. Uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC) foi feita para tornar obrigatório o voto impresso na urna eletrônica<sup>36</sup>. Vale lembrar que a discussão foi levantada por Bolsonaro, que acusa o modelo de não ser confiável e alega que houve fraudes na votação de 2018, a mesma em que foi eleito. Ao buscar fatos históricos não conhecidos do grande público, citando ainda personalidades do passado, Garcia busca mostrar que tem repertório e conhecimentos para poder fazer tais afirmações. O que não diminui o fato de determinadas colocações estarem fora de contexto ou serem aplicadas para dar uma sinalização de verídico a algo impreciso ou incorreto.

O fato se repete no terceiro vídeo, “Alexandre Garcia avalia cenário político dos EUA”, em que o comentarista recorre novamente a um fato do passado para responder o questionamento de Colombo sobre as pesquisas das eleições americanas. Pesquisas naquele momento mostravam uma vantagem de 10 pontos para Joe Biden (Partido Democrata) sobre Donald Trump (Partido Republicano) a pouco mais de um mês da

<sup>35</sup> Ataques à liberdade de imprensa explodem com Bolsonaro. Disponível em: <https://fenaj.org.br/ataques-a-imprensa-explodem-com-bolsonaro/>. Acesso em: 30 ago. 2021.

<sup>36</sup> Entenda a polêmica em torno da PEC do voto impresso. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2021/06/entenda-a-polemica-em-torno-da-pec-do-voto-impresso>. Acesso em: 20 set. 2021.

votação. “Quando eu vejo pesquisa, eu não consigo deixar de lembrar 1948, Truman Democrata e Thomas Dewey Republicano. Está a 50 a 44, ganha o Dewey. Os jornais deram manchete. O Truman, que ganhou, pegou os jornais e ria no dia seguinte”. Após comparar as pesquisas e a eleição de 2020 com o contexto de sete décadas atrás, ele cita que Bolsonaro, depois da facada, teve que se ausentar dos debates e, ainda assim, ganhou a eleição. Garcia usou um fato do passado, da vitória de um democrata, para evidenciar que Trump, a qual Bolsonaro é aliado, ainda tinha chances de vencer, o que não ocorreu. Essa retomada a fatos do passado que, nem sempre, têm relação com o presente, se apresentam como uma estratégia do próprio bolsonarismo em fugir de confrontos com temas do presente, jogando as discussões para um tempo em que os bolsonaristas tenham propriedade para se ater ou para fugir de alguma contradição atual.

Em “Alexandre Garcia: corrupção no governo e a Lava Jato acabaram?”, o comentarista é convidado a opinar sobre uma fala de Bolsonaro. O presidente afirma que acabou com a corrupção e com a Operação Lava Jato. “É um orgulho, uma satisfação que eu tenho dizer a essa imprensa maravilhosa nossa que eu não quero acabar com Lava Jato, eu acabei com a Lava Jato, porque não tem mais corrupção no governo”, disse o chefe do Executivo Federal, sinalizando que a Operação teria acabado porque não haveria mais o que ser investigado. Garcia então começa sua fala se referenciado novamente ao PT: “Primeiro veio o Mensalão, depois a Lava Jato, mesmo período do governo do PT...”, dando a entender que a corrupção só existia nos governos petistas, que estes loteavam os ministérios para partidos políticos e que isso não acontecia na gestão Bolsonaro.

Nesta primeira seção com os vídeos de política, duas percepções surgem: a primeira é a do uso de fatos do passado para dar legitimidade a uma afirmação feita no presente, a segunda é a inserção do PT ou do ex-presidente Lula como argumento para defender Bolsonaro e seu governo. As falas de Garcia em relação ao PT correspondem ao mesmo sentimento antipetista utilizado na eleição de Bolsonaro e é propagado pelos bolsonaristas. A corrupção, atualmente, é como uma reunião de indivíduos de direita, que se expressam no antipetismo. Posto isso, é como se toda a corrupção no país estivesse relacionada ou fosse provocada exclusivamente pelo PT (TELLES, 2019).

Já os fatos do passado trazidos para legitimar afirmações do presente evidenciam o conceito de pós-verdade, neste sentido, fatos científicos e conhecimentos são substituídos por fatos alternativos (FARKAS; SCHOU, 2019 apud CAMPOS; COIMBRA; FERNANDES; OLIVEIRA, 2020). Mistura-se uma certa dose de fatos corretos com observações que aparentam ser certas, mas que no fundo traduzem algo

falso ou distorcido movido por interesses. É como ocorre com Garcia quando puxa elementos do passado ou insere o PT nas falas, buscando fundamentar a narrativa bolsonarista.

### **3.2.2 Os episódios de economia**

No episódio “Alexandre Garcia analisa prorrogação do estado de calamidade pública”, Colombo questiona o jornalista sobre gastos públicos feitos por políticos, afirmando que a popularidade de Bolsonaro cresceu nas pesquisas após a implantação do Auxílio Emergencial. O comentarista responde dizendo que não concorda:

Se a popularidade do presidente por causa disso (auxílio) é uma coisa assim... Não creio que seja por causa disso [...] provavelmente a popularidade do presidente cresceu porque as pessoas estão percebendo sobre quem está com a razão nessa questão de administração da pandemia, embora não esteja com o poder. Como nós sabemos, o Supremo deixou bem claro que na administração da pandemia o poder é dos governadores e dos prefeitos, que aliás eu acho que é correto porque cada um desses dirigentes do Executivo conhece os problemas dos seus estados e municípios. (GARCIA, 5 ago. 2020).

Mais uma vez, o comentarista distorce os fatos. Ele associa a aprovação de Bolsonaro à razão, que neste sentido, seria o posicionamento negacionista do presidente colocado como algo concreto, certo e verídico, ainda que ele não estivesse com o poder, ou seja, a capacidade de gerenciar e manifestar a sua razão. Isso significaria que toda as pessoas que elevaram a popularidade do presidente concordassem com sua forma de pensar a respeito da condução da pandemia. A visão de Garcia, em concordância com Bolsonaro, dá a entender que o STF impediu o presidente de tomar medidas contra o avanço da pandemia de Covid-19 e que, portanto, ele não poderia ser cobrado pela população para tomar medidas mais eficazes. Levantamento feito pela Lupa, agência de checagem de notícias, mostra que essa afirmação é falsa. A pesquisa ressalta que o STF julgou três ações e entendeu que governadores e prefeitos têm autonomia para fazer planos de combate ao vírus em seus territórios, incluindo o fechamento do comércio. No entanto, os ministros entenderam que a União também poderia traçar estratégias de abrangência

nacional. Ou seja, não houve um impedimento<sup>37</sup>. A fala de Garcia reflete a posição do bolsonarismo em tentar eximir de culpa Bolsonaro e colocar a responsabilidade do desencadeamento da pandemia sobre prefeitos e governadores. Ao mesmo tempo, no final da fala, ele diz que concorda com o poder dado aos governos locais, assim, manifesta o bolsonarismo e a defesa a Bolsonaro mesmo reconhecendo como legítima a decisão do STF.

No episódio “Alexandre Garcia analisa prorrogação do Auxílio Emergencial”, o comentarista inicia sua fala falando dos apoios e manobras políticas necessárias para a manutenção do programa. Ao ser questionado por Colombo sobre qual seria a saída para as pessoas quando o auxílio acabasse ele responde: “Não sei, procurar trabalho. Eu acho que o Estado não pode ser o pai. Tem que ajudar sim, porque a função é distribuir renda, mas essas pessoas têm que procurar uma saída, porque ninguém pode ser tutelado, virar cliente”, o que reforça algumas ideias meritocráticas e de determinadas correntes do liberalismo, ao olhar o mundo a partir de um prisma igualitário, em que todos teriam as mesmas condições na luta social. Na sequência ele relembra um ideograma chinês, que diz que crise é oportunidade.

Ao jogar a responsabilidade para cima das pessoas, Garcia primeiramente retira o peso sobre o governo, ou seja, cabe aos próprios cidadãos resolverem suas vidas e não ao Estado. Em segundo, ignora um fato notório no Brasil, o desemprego. Em agosto de 2020, quando a fala foi feita, a taxa de desempregados ultrapassou os 14%. O pensamento de “crise como oportunidade” dito pelo comentarista reflete outro problema no país: o crescimento da informalidade de trabalhadores que não possuem carteira assinada e os direitos trabalhistas garantidos<sup>38</sup>. O comentarista, que cita frequentemente trechos da Constituição, parece se esquecer do capítulo dois, que em seu artigo seis traz os direitos sociais dos brasileiros: “a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados”<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> #Verificamos: É falso que STF afastou Bolsonaro do controle de ações estratégicas contra pandemia de Covid-19. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/07/01/verificamos-stf-bolsonaro-covid/>. Acesso em: 20 set. 2021.

<sup>38</sup> Desemprego fica em 14,6% e atinge 14,8 milhões no trimestre encerrado em maio, aponta IBGE. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/07/30/desemprego-fica-em-146percent-no-trimestre-encerrado-em-maio-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021.

<sup>39</sup> Constituição Federal (Texto compilado até a Emenda Constitucional nº 96 de 06/06/2017). Disponível em: [https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988\\_06.06.2017/CON1988.asp](https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_06.06.2017/CON1988.asp). Acesso em: 2 out. 2021.

Em “Alexandre Garcia comenta influência da economia em Bolsonaro”, Colombo questiona Garcia sobre a aprovação de Bolsonaro ter crescido mesmo com o país batendo a marca de 140 mil mortes por Covid-19. O comentarista insiste na tese de que a aprovação não tem relação com o Auxílio Emergencial, uma vez que o valor deste foi reduzido pela metade. Garcia ainda afirma que não acredita nas pesquisas feitas por institutos, mas sim no que ouve nas ruas, o que também revela uma descredibilização da ciência e das instituições científicas.

No episódio “‘Temos de pagar a conta da prorrogação de auxílio neste ano’”, o programa mostra um vídeo do ministro da Economia, Paulo Guedes, falando de uma possível prorrogação do Auxílio Emergencial, no caso de uma segunda onda da pandemia em 2021. Garcia inicia a fala afirmando que uma segunda onda da doença é improvável. “A Europa está entrando no inverno, nós estamos entrando no verão. Isso faz uma diferença”, diz em uma fala não baseada em evidência científica e sim em especulações do senso comum.

O marketing da Covid é tão forte que faz com que a gente esqueça disso. Foram internadas no Brasil até agosto, 418 mil pessoas com pneumonia, não com Covid. Morreram 112 mil de 16 de março até hoje, com pneumonia. É o que mais mata crianças de até cinco anos. Uma criança morre a cada 35 segundos no mundo, mas a gente deixou de lado. Outras doenças mataram mais que a Covid. (GARCIA, 13 nov. 2020).

O “marketing da Covid” dito por ele dá a entender que toda a preocupação das organizações médicas ao redor do mundo com a propagação da doença fossem uma grande estratégia para promover algo que o comentarista não concorda. Já o número apresentado é utilizado para reduzir a importância da Covid-19 frente a outras doenças. O fator climático dito por ele não necessariamente diminuiu ou aumenta os casos de Covid-19. De acordo com estudo divulgado pela Universidade Nacional de Brasília (UnB), ainda não há respostas definitivas acerca do impacto do fator climático sobre a disseminação da Covid-19. Assim, o vírus pode se disseminar por regiões quentes e frias e está ligado a outros fatores, como o distanciamento social<sup>40</sup>.

Na sequência, o comentarista diz que a postura de Guedes em anunciar uma possível segunda onda causa receio na população, mas que ele é pressionado para isso.

<sup>40</sup> Clima pode influenciar o vírus? Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/cidades-df/2020/09/4872652-clima-pode-influenciar-o-virus.html>. Acesso em 1º out. 2021.



Torce ainda para que a segunda onda não ocorra e finaliza dizendo que o ano de 2021 seria para pagar a conta do auxílio de 2020. “Temos a prevenção conhecida, o tratamento precoce conhecido, as armas até que chegue a vacina”, finalizou reforçando as falas sem comprovação científica do presidente e usando metáforas de ordem bélica, que soam positivamente entre os bolsonaristas.

Os posicionamentos emitidos relacionados à economia correspondem a visão dos bolsonaristas sobre a economia no país. Para eles é como se o Auxílio Emergencial não fosse necessário, afinal, bastaria cada pessoa começar a empreender e fazer a sua própria renda. Também seria dispensável porque esse prisma ideológico entende que a pandemia pode ser evitada com medicamentos como ivermectina e hidroxicloroquina e, portanto, tomando-os precocemente, não seria necessário fazer o isolamento social, seguindo a ideia de que o “Brasil não pode parar”<sup>41</sup>.

O que mais interessa é não deixar a roda da fortuna parar de girar, e ainda, que ela continue a girar, pois o discurso é: pior é morrer de fome do que morrer de um vírus, afinal, todos morreremos em algum dia. Esse discurso pragmático de falta de sensibilidade e respeito com a vida humana tem sido a tônica do que estamos presenciando nos anos de 2020 e 2021, especialmente por aqueles que deveriam estar cuidando incondicionalmente pela vida dos brasileiros. (BARBOSA; FREIRE; NANTES, 2021, p. 3).

Essa linha de pensamento bolsonarista ainda aponta para outra realidade. O Brasil que não pode parar é justamente o da mão de obra, ou seja, aqueles trabalhadores que têm de sair todos os dias de casa, enfrentar ônibus lotados, aglomerações, para não deixar a “roda da fortuna parar de girar”. O desprezo pela vida humana também aponta sobre a realidade do outro. Dados do Open SUS até julho de 2021, citados pelos autores, mostram que o perfil das vítimas de Covid-19 no Brasil: pretos, pardos e pobres são maioria nos óbitos provocados pela doença.

### **3.2.3 Os episódios de saúde**

Foi a partir o tema saúde que Bolsonaro se consolidou em uma corrente negacionista, anticientífica e de isolacionismo frente a outros países. O mesmo ocorreu

<sup>41</sup> Em liminar, Barroso proíbe campanha “O Brasil não pode parar”. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-mar-31/liminar-barroso-proibe-campanha-brasil-nao-parar>. Acesso em: 3 out. 2021.

com Garcia, ao estar alinhado com os discursos do presidente. Ele usou do espaço no quadro para disseminar mentiras e distorções, algo ainda mais grave, uma vez que ao tratar de saúde, se envolve a vida de pessoas.

Em “Garcia analisa fala de Bolsonaro sobre mortes por Covid-19”, é apresentado um vídeo da *live* semanal do presidente, a qual ele diz lamentar todas as 100 mil mortes pela Covid-19, e que deveríamos tocar a vida, para se safar desse problema. Colombo lembra que Bolsonaro chamou a pandemia de “gripezinha”, exaltou a hidroxicloroquina, disse ter histórico de atleta e questiona Alexandre, se o governo teria feito algo que pudesse ter evitado tantas mortes. Garcia não concorda e começa a discussão exaltando hidroxicloroquina.

Primeiro lugar, em nome da vida, eu tenho que discordar da (fala de Colombo sobre a) hidroxicloroquina. Tenho um exemplo aqui em casa de que ela é vital, decisiva no tratamento prematuro [...] não paga patente e é barata, tem efeitos maravilhosos no tratamento precoce, a experiência comprova, ninguém em laboratório comprovou. Segundo lugar o que o presidente disse é o que todos dizemos quando vamos a um velório: ‘olha lamento a perda, mas a vida continua’. (GARCIA, 7 ago. 2020, grifo nosso).

O comentarista elege um caso individual, novamente sem amparo científico, mas de natureza pessoal que legitimaria o uso dos medicamentos, silenciando estudos que comprovaram o contrário. Ele ainda valoriza a experiência, negando a ciência.

Esse foi um dos episódios mais tensos entre todos os outros selecionados na fase de análise. Colombo, que não costuma rebater as falas do comentarista, justamente pelo formato do quadro, mostra certo incômodo com Garcia e rebate:

Se a cloroquina funciona, é barata e serviu na Amazônia, como você lembrou, para lúpus, malária, outros tipos de doença, porque o mundo teria deixado que tanta gente morresse se tem um remédio barato aí à disposição [...] e se há interesse farmacêutico em dizer que ela não funciona também não pode existir um interesse farmacêutico em dizer que ela funciona? Afinal de contas o governo brasileiro comprou mais de quatro milhões de doses. Se não funcionar, vai fazer o que com ela (cloroquina)? (COLOMBO, 7 ago. 2020, grifo nosso).

Garcia responde que “se ela não funcionar não existe, porque ela está funcionando”, sem apresentar evidências científicas. E Colombo retruca: “ninguém provou que está funcionando”. “Uai, mas as pessoas que sobreviveram são a prova”, contesta Garcia com um riso. “Mas e os 100 mil que morreram? Eu, por exemplo tive

dois amigos que morreram de Covid, morreram à toa então? Porque fica parecendo que com R\$ 20,00 na farmácia eles poderiam estar aqui, vivos comigo agora, e não é assim”, diz o apresentador. O comentarista responde rindo, como estratégia de ironia, e pergunta se os amigos de Colombo teriam usado a hidroxicloroquina prematuramente. Na sequência o tema do quadro muda e Garcia é convidado a falar de uma pauta sobre economia. O posicionamento do comentarista vai ao encontro à defesa feita pelo presidente a respeito do medicamento e contra as recomendações das organizações de saúde que não orientam o uso para tratar a Covid-19.

Até o presente momento a comunidade científica não recomenda esses remédios derivados do quinino para a Covid-19, por conta da sua ineficácia e de reações adversas que poderiam piorar o quadro de pacientes em terapia intensiva. Isso não impede que o presidente recomende o remédio, menos pela solução de saúde que ele proporciona do que pela necessidade discursiva de se colocar na proa de uma solução, não importando se ela é racional ou imaginária. (ALVES; ORO, 2020, p.142).

No episódio “Alexandre Garcia analisa investimento em vacinas contra Covid-19”, Colombo cita o fato de ter uma boa corrida para a produção de vacinas, ressaltando os acordos de governos estaduais com farmacêuticas de outros países. A afirmação também mostra uma divergência com o governador de São Paulo, João Doria (PSDB), que fez acordos com a China resultando na Coronavac, a primeira vacina a ser aplicada em larga escala no Brasil. Garcia volta a insistir na hidroxicloroquina e expõe as vacinas em tom pessimista, como se elas só estivessem sendo produzidas por conta de um acordo global do capitalismo contra o medicamento sem eficácia contra a Covid-19.

Eu acho que é disputa comercial. E aí a gente nota porque fizeram toda essa campanha contra um remédio secular que está curando gente (hidroxicloroquina), às vezes de malária, essa malária que dá no Leblon. Mas em geral está curando da Covid. Só que esse remédio está provado por séculos, pessoas que usaram o ano inteiro e não tiveram problema nenhum, só que ele é muito barato, e a vacina vai ser um grande negócio. (GARCIA, 12 ago. 2020, grifo nosso).

Ele não responsabiliza nenhuma organização diretamente e joga a responsabilidade no capitalismo global. Já no episódio “Alexandre Garcia avalia obrigatoriedade da vacina”, o comentarista é questionado sobre uma afirmação de Bolsonaro, que diz não ver necessidade na obrigatoriedade da pessoa se vacinar contra a

Covid-19. Garcia então responde – segurando um exemplar da Constituição na mão – que o que deve prevalecer é o escrito no livro, referente aos direitos e garantias individuais. Novamente ele cita medicamentos, como hidroxicloroquina e ivermectina. Relembra a Revolta da Vacina, em sua estratégia de referenciar fatos históricos e ainda finaliza com uma situação abstrata, a cracolândia de São Paulo. “Vocês discutem o dia inteiro se pode ou não pode usar o sujeito que usa crack da praça, da rua, ‘ah, é o direito individual dele, tem que ficar ali, não pode ser internado à força.’”.

Essa escolha de trazer fatos do passado descontextualizados é adotada por Garcia, Bolsonaro e outros negacionistas, que tentam realizar uma espécie de “revisão do presente”, vendo a ciência de modo pessimista, colocando a mídia como propagadora de visões que geram pânico coletivo e diminuindo os cuidados necessários com a Covid-19. Neste sentido, faz com que aqueles que não concordam com essa postura sintam necessidade em si posicionarem, gerando tensões nas redes, além de pressionar uma discussão sobre a necessidade do isolamento social, o que alimenta um ressentimento coletivo na população (ALVES; ORO, 2020).

Em “Não comprar Coronavac é uma decisão política do presidente” Garcia é chamado para avaliar o presidente Bolsonaro desmentindo o então ministro da Saúde Eduardo Pazuello ao afirmar que não compraria a vacina produzida pelo Instituto Butantan em parceria com o laboratório chinês Sinovac. O comentarista defende a posição do presidente e traz outros elementos: o fato do Brasil estar em um consórcio que já garantiria milhões de imunizantes e a eficácia da Coronavac, dando a entender que ela seria pior que as outras vacinas.

Foi através dessa crise sanitária que Bolsonaro isolou o país globalmente e a partir dos episódios acima citados podemos ver ainda mais nitidamente qual o posicionamento ideológico do comentarista e também do quadro. O alinhamento ideológico ao bolsonarismo e ao negacionismo são notórios, ainda assim, foram raras as vezes em que o comentarista foi rebatido ou questionado sobre suas falas.

### **3.2.4 Os episódios de meio ambiente**

Para finalizar a análise, temos os episódios sobre o meio ambiente. Aqui, é possível ver uma outra marca do bolsonarismo: o privilégio ao agronegócio em detrimento ao meio ambiente, a flexibilização de normas de preservação ambiental e,

mais uma vez, o negacionismo – desta vez em relação as mudanças climáticas que afetam todo o mundo<sup>42</sup>.

Questionado no episódio “Alexandre Garcia analisa impacto das queimadas no Pantanal”, sobre as chamas que atingiram um dos biomas brasileiros, o comentarista cita que nunca houve nada igual e relaciona o fato à seca e ao vento, mas não cita a falta de ação do governo Bolsonaro. “Nunca se viu nada igual. Uma, muita seca, outra, o vento. Ficou incontrolável o fogo”. Em “Alexandre Garcia analisa fala de Bolsonaro na ONU”, o comentarista é convidado mais uma vez a opinar sobre as falas de Bolsonaro, desta vez nas Nações Unidas. Bolsonaro afirmou em discurso a Organização das Nações Unidas (ONU), que a Floresta Amazônica é úmida e, portanto, não permite a propagação do fogo, e que indígenas e caboclos seriam os responsáveis pelas queimadas. Garcia começa o comentário recordando do seu grupo escolar, no qual teria aprendido sobre as técnicas dos indígenas para incendiar a mata e defendeu a mesma tese do presidente, de que a umidade da floresta não permitiria incêndios. Aqui, Garcia mostra um total desconhecimento, responsabilizando os povo originários pelas queimadas e ignorando eu boa parte delas são provocadas para a criação de pastos da pecuária. Ele também cria um contexto fantasioso que acaba demonstrando sua falta de conhecimento em biologia e climatologia.

Além das estratégias já citadas acima, como referenciar fatos do passado, citar o PT ou trazer casos abstratos, Garcia tem o costume de divagar nos assuntos, principalmente quando é colocado a comentar algo visivelmente equivocado dito por Bolsonaro ou defendido pelos bolsonaristas. Neste caso, ele começa a contar histórias sobre o fluxo de veículos nas estradas que passam pela região Norte. Durante todo o quadro, é como se o comentarista fosse chamado a falar das falas enganosas ou distorcidas de Bolsonaro na ONU. Mas ao invés de mostrar possíveis equívocos do presente, no entanto, Garcia opta por fugir da temática ou puxar algum ponto que não seja negativo ao presidente e o bolsonarismo.

Outro levantamento feito pela Agência Lupa cita que o presidente mentiu ao dizer que o Brasil era líder em conservação de florestas tropicais e em afirmar manter uma política de tolerância zero com o crime ambiental; exagerou ao afirmar que o país é

<sup>42</sup> Liberação de agrotóxicos e componentes industriais bateu novo recorde em 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/liberacao-de-agrotoxicos-bateu-novo-recorde-em-2020-no-5o-ano-de-alta/>. Acesso em 9 out. 2021.

responsável por apenas 3% das emissões de carbono no mundo; e fez colocações não sustentáveis ao citar as grandes quantidades de queimadas como consequência inevitável da alta temperatura local somada ao acúmulo de massa orgânica em decomposição e ao afirmar que o Brasil foi vítima de um criminoso derramamento de óleo venezuelano<sup>43</sup>. Essas afirmações checadas por diversos jornalistas mostram o quão descolado da realidade o negacionista Alexandre está.

Entendida como um fenômeno mundial, os negacionistas, atualmente, se dividem em distintas vertentes: aqueles que negam o Holocausto, os que cometeram crimes durante ditaduras militares, os que contestam os efeitos do Aquecimento Global, os terraplanistas e os que aderem ao movimento antivacinação, entre outros, que alcançaram visibilidade com a consolidação da internet e das redes sociais. (CAMPOS; COIMBRA; FERNANDES; OLIVEIRA, 2020, p.8).

O alinhamento de Garcia à visão ideológica do governo na condução do meio ambiente fica notório nos episódios “‘Desnecessária’ a briga entre ministros Salles e Ramos” e “‘Falta de respeito a um chefe de poder’, sobre ataque de Salles”. No primeiro, o comentarista analisa uma discussão virtual entre os dois membros do Executivo federal e aproveita o momento para elogiar a gestão de Salles, então ministro do Meio Ambiente. No segundo, Garcia chamou de falta de respeito a atitude de Salles ao chamar Rodrigo Maia (PSDB) de *Nhonho (sic)*, mas afirmou que deveria se esperar para comprovar se a ofensa realmente foi feita por Salles ou por um hacker.

A temática meio ambiente foi citada poucas vezes no quadro, se comparada à política, economia ou saúde. Mas das vezes em que a discussão pautou este tema, Garcia não perdeu a chance de concordar e defender o modo bolsonarista de pensar.

<sup>43</sup> Na ONU, Bolsonaro cita dados falsos sobre pandemia e meio ambiente. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/09/22/bolsonaro-onu-2020/>. Acesso em: 3 out. 2021.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, tínhamos como objetivo geral compreender o bolsonarismo e analisar a sua presença no programa *Liberdade de Opinião* da CNN Brasil, num contexto de transformações dos programas telejornalísticos e da televisão brasileira. Percebemos, a partir dos conceitos de Adriano Freixo e Rosana Pinheiro Machado (2019), que o bolsonarismo trata-se de um fenômeno político que ultrapassa a figura de Bolsonaro e é caracterizado por uma visão de mundo ultraconservadora, exaltando valores tradicionais e sendo crítico a tudo que seja tido como esquerda ou progressismo.

Dentro dos objetivos gerais, tínhamos como objetivos específicos identificar no quadro *Liberdade de Opinião*, da CNN Brasil, indícios discursivos que nos auxiliassem a tematizar o bolsonarismo e compreender como as transformações ocorridas na televisão, sobretudo em termos de formato, auxiliam ou estimulam a presença desta temática no quadro em questão.

Ao catalogar os episódios, conseguimos verificar que o bolsonarismo se manifestou nas falas de Alexandre Garcia em todos os episódios analisados, independente da temática. Em suas afirmações, o comentarista tenta trazer um dualismo e um antagonismo com Lula e o PT; apresenta comparações pessoais como forma de se aproximar do cotidiano do público; busca mostrar repertório e conhecimento; retoma fatos do passado, como os próprios bolsonaristas, para fugir de determinado acontecimento ou contradição do presente; se ampara em valores meritocráticos e de algumas correntes do liberalismo e descredibiliza a ciência e as instituições científicas, além de usar metáforas bélicas, voltadas ao público bolsonarista, que é a favor de armamento e posse de armas.

Essa presença de Garcia como um expoente da forma bolsonarista de ver o mundo mostra as transformações ocorridas nos formatos telejornalísticos, evidenciando as mudanças presentes na televisão midiaticizada. Mesmo presente em tantos lares, as novas formas de consumo geraram algum tipo de perda para as grandes emissoras. A rotina do brasileiro mudou. Não acompanhamos mais aquela grade fechada, tampouco esperamos chegar determinada hora para ficar informado sobre algum assunto. A televisão não organiza mais as nossas rotinas e passou a ocupar um espaço flexível nas nossas vidas, de acordo com as necessidades de cada pessoa.

Mas em um mercado como o brasileiro, o qual uma mídia como a televisão sempre foi hegemônica e ditou moda e costumes por mais de sete décadas, o fim ou o

caminho para o fim não ocorre tão repentinamente. Justamente por fazer parte da cultura brasileira tão fortemente, um jogo de tensões se estabelece. Temos a internet, dispositivos móveis e conteúdos sob demanda de um lado, e do outro uma televisão que vem lutando para se transformar e continuar ligada em nossas casas, fazendo parte de nossas rotinas.

Nesta sociedade midiaticizada, a qual as mídias são a nossa vida, é a partir da midiaticização que a televisão entra nessa disputa, se reconfigurando, se adaptando e, por vezes, aglutinando estratégias e conceitos das mídias mais novas na briga (BECKER, 2014). Os textos impositivos lidos com vozes grossas e sérias deram lugar a falas descontraídas, quase como se fosse uma conversa. As imagens ganharam função cada vez mais importante ao chamar a atenção dos nossos olhos. Infográficos têm sido frequentemente utilizados para desenhar dados e números. Pautas, formatos e estilos de outros meios têm sido discutidos na televisão para recapturar um público que já a deixou ou que já nasceu em uma geração em que informação e entretenimento são sinônimos de internet (ANTONIUTTI, 2019).

Em um país já polarizado por conta dos últimos eventos políticos, as disputas da internet passaram a figurar também dentro da televisão. Com isso, passamos a ver, em um espectro, os julgados, neste sentido, a esquerda e o PT, contra grupos de extrema-direita, os julgadores postos como antagônicos. Dentro da perspectiva da democracia e do debate, o negacionismo e ideias, até então, absolutamente descartáveis, como o terraplanismo, entraram em voga. Ao perder essa característica de fazer parte da rotina das pessoas, a televisão passou a investir em opinião, convidando especialistas e comentaristas para explanarem sobre assuntos diversos. Com isso, personalidades como Alexandre Garcia passaram a ter espaço consolidado para emitirem o que pensam.

Mas haveria um limite para essa estratégia? No dia 25 de setembro, após defender novamente os medicamentos contraindicados, Garcia teve sua demissão anunciada pela CNN Brasil. Este trabalho acabou acompanhando da sua primeira aparição na emissora até a última, pouco mais de um ano. Teria o negacionismo ultrapassado a linha? O bolsonarismo foi tratado dentro do quadro *Liberdade de Opinião*, como algo aceitável, uma vertente democrática de um pensamento de oposição que contribuísse para discussões no espaço público e não silenciasses outros grupos.

Na ocasião que gerou sua demissão, Garcia fez um comentário negacionista como vários outros feitos nessa temporada no canal. Em alguns, a emissora se posicionou ao fim do quadro, dizendo que a opinião de comentaristas não representava as dela. Em outras, silêncio. O que mudou então? O contexto político. Se antes Bolsonaro possuía



uma grande aprovação, e os conservadores em espaços para propagar suas ideias, tendo seu presidente como o ente de credibilidade e de voz desse grupo no país, agora, os contextos têm mudado. Neste outubro de 2021, a aprovação de Bolsonaro está abaixo dos índices registrados no primeiro ano de mandato, enquanto os valores da gasolina e alimentos cresceram em relação aos anos anteriores. Já no espectro político, a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) caminha para o fim, chancelando a má condução do governo no combate à pandemia, evidenciando a importância da ciência e das instituições científicas e decretando, de uma vez por todas, que a solução para o combate a Covid-19 não é o uso de medicamentos como hidroxicloroquina, mas sim uma ampla vacinação acompanhada da manutenção do distanciamento social e das medidas de higiene.

Esta monografia, por fim, foi um retrato deste momento o qual a televisão passa. No âmbito do Departamento (DCM), uma espécie de continuidade de trabalhos feitos por estimados colegas. Sérgio Félix (2019), ao analisar a imagem de Bolsonaro no Facebook, e Mauricio Vieira (2019), ao estudar os discursos de posse do então presidente. O futuro ainda se desenha, mas uma coisa é certa: ao dar espaço para negacionistas e a extrema-direita, a televisão brasileira confirmou a tese de que a democracia no Brasil não está sendo abalada, ela já foi. E o que tem a sustentado são as instituições, que sofrendo pressões por todos os lados, por parte do governo Bolsonaro, persistem. Se “governos passam e as instituições ficam”, resta saber se a televisão ficará ao abrir espaço para o negacionismo, que termina em ataques aos valores democráticos. Os ataques de Bolsonaro à mídia e sua relação com o jornalismo e jornalistas são as respostas para essa indagação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMADEI, Gabriela Gentil. **Telejornalismo na era da convergência**: o Jornal Nacional e os protestos de junho. 2016, 70f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/5370>. Acesso em: 3 maio. 2021.

ANTONIUTTI, Cleide Luciane. Globo Play: um estudo sobre a plataforma de Vídeo on Demand da Rede Globo. **Paulus**. v. 3, n. 6, 2019. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/download/119/110/375>. Acesso em: 3 maio 2021.

ALVES, Daniel; ORO, Pedro Ari. Jair Bolsonaro, líderes evangélicos negacionistas e a pandemia do novo coronavírus no Brasil. **Sociedad y Religión**, v. 30, n. 54, p. 12-147, 2020. Disponível em: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/ojs/index.php/sociedadysociedadreligion/article/view/728/609>. Acesso em 1º out. 2021.

AVERBECK-LIETZ, S. **Understanding mediatization in “first modernity”**: Sociological classics and their perspectives on mediated and mediatized societies. In: LUNDBY, K. (ed.) *Mediatization of Communication. Handbook of Communication Science*. Berlin: de Gruyter, 2014.

BANDEIRA, Juliana; DIAS, Gilmara; SIQUEIRA; Fabiana. Telejornalismo e pandemia: as mudanças nas rotinas produtivas na redação da TV Correio. In: SIQUEIRA, Fabiana.; MONTEIRO, Patrícia. **Jornalismo em tempos de pandemia**: reconfigurações na TV e na Internet. 1ª ed. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. 224p.

BARBOSA, Marcelo Augusto M.; FREIRE, Joyce Anne de O.; NANTES, Rosalina Alves. Metáforas sobre o capitalismo na pandemia do coronavírus: o discurso neoliberal dos empresários Brasileiros. v. 7, n.7, 2021. **Brazilian Journal of Development**. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/32657/pdf>. Acesso em 1º out. 2021.

BARCELLOS, Sérgio Botton; ESTRADA, Duque Rodrigo; SEVERO, Ricardo Gonçalves. Entre governos autoritários e tendências fascistas na atualidade: do contexto internacional ao Brasil. **Germinal**. v. 11, n. 2, p. 16-24, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistagerminal/article/view/33196>. Acesso em: 1º jun. 2021.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

BECKER, Beatriz. **Telejornalismo de qualidade**: um conceito em construção. 15º Encontro Anual da COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_485.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_485.pdf). Acesso em: 25 maio 2021.

BECKER, Beatriz. **Televisão e novas mídias**: repensando o papel das audiências nos telejornais. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v. 17, n. 2, 2014. Acesso em: 25 maio 2021.

BRAGA, José Luiz. Instituições & midiaticização – um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo. Et al. (orgs) **Entre o que se diz e o que se pensa**: onde está a midiaticização? Santa Maria: FACOS-UFSM, p. 291-311, 2018.

CAMPOS, Mariane Motta de; COIMBRA, Regina Mayra; FERNANDES, Carla Montouri; OLIVEIRA, Luiz Ademir. A pós-verdade em tempos de Covid-19: o negacionismo no discurso do governo no Instagram. **Liinc em Revista**, v. 16, n. 2, 2020.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, v.1, 1999.

CASTELLS, M. **A era da informação**: Economia, sociedade e cultura: A sociedade em rede. São Paulo: Paz e terra, v.1, 2003.

AOS FATOS. Checagem de fatos ou fact-checking? Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em: 3 maio 2021.

ÉL PAÍS. Do bolsonarismo ao integralismo, como a extrema direita se organiza na Internet. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019-12-28/do-bolsonarismo-ao-integralismo-como-a-extrema-direita-se-organiza-na-internet.html>. Acesso em: 20 nov. 2020.

FELIX, Sérgio Luiz da Conceição. **Fake News e Política**: um estudo sobre notícias falsas e imagem pública de Jair Bolsonaro no Facebook. 2019, 63f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2019.

FREIXO, Adriano; MACHADO-PINHEIRO, Rosana. Dias de um país em transe, a democracia quase em colapso. In: FREIXO, A; MACHADO-PINHEIRO, R. (orgs.). **Brasil em transe**: Bolsonarismo, Nova direita e desdemocratização. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2019.

GODOY, Dudu. **O papel decisivo da mídia nas eleições 2018**. Meio & Mensagem, 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2018/09/27/o-papel-decisivo-da-midia-nas-eleicoes-2018.html>. Acesso em: 21 abr. 2021.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, v. 6, n. 1, p. 45-64, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82930>. Acesso em: 21 abr. 2021.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>. Acesso em: 21 abr. 2021.

HJARVARD, Stig. Da mediação à midiática: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**. v. 2, n. 3, p. 51-62, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331>. Acesso em: 20 nov. 2021.

LOBO, Edilene; MORAIS, José Luis Bolzan de; NEMER, David. Democracia Algorítmica: O futuro da democracia e o combate às milícias digitais no Brasil. **Culturas jurídicas**. v. 7, n. 17, p. 255-276. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/culturasjuridicas/article/view/45443>. Acesso em: 21. nov. 2020.

MANHEIM, Ernest. **Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit**. Brünn, Prag, Leipzig, Wien: Verlag Rudolf M. Rohrer, 1933.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Communication, Culture, and Hegemony: From the Media to Mediations**. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage, 1993.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MESSEMBERG, Débora. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade & Estado**, v. 32, n. 3, p. 621-647, 2017.

NÓBREGA, Maílson da. **Bolsonaro volta às origens estatistas**. Veja, 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/mailson-da-nobrega/bolsonaro-volta-as-origens-estatistas/>. Acesso em: 22 abr. 2021.

PEDROSO, Daniel. **A influência dos processos de midiática na relação entre a televisão e o telespectador**: um estudo de caso sobre a promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, apresentado pelo Fantástico. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, 37, 2014, Foz do Iguaçu – PR. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2281-1.pdf>. Acesso em: 23 maio 2021.

PEREIRA, Ingrid Borges Duarte. **Jornal Nacional: a nova cara do telejornalismo da Globo**. 2015, 115 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Comunicação Social – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

REIS, Daniel Aarão. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. **ESTUDOS IBERO-AMERICANOS**, v. 46, p. 1-11, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/download/36709/19614/>. Acesso em: 22 abr. 2021.

ROCHA JÚNIOR, Ulisses Gomes da. As transformações dos recursos da linguagem do Jornal Nacional. **Artefactum**, v. 13, p. 1-14, 2016. Disponível em: <http://artefactum.rafrom.com.br/index.php/artefactum/article/view/1174/648>. Acesso em: 21 maio 2021.

- SCHULZ, Winfried. **Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept**. European Journal of Communication 19:1, p. 87-101, 2004.
- SOSTER, Demétrio de Azeredo. **O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, mediatização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos**. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação 2009. 185f. Tese (Doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.
- SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana. Da anatomia do telejornal mediatizado: metamorfoses e narrativas múltiplas. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, p. 118-134, 2012. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/427/385>. Acesso em: 25 maio 2021.
- TELLES, Hecimara. A Direita Vai às Ruas: o antipetismo, a corrupção e democracia nos protestos antigoverno. **Ponto e Vírgula**, n. 19, p. 97-125, 2016. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/pontoevirgula/article/view/29895>. Acesso em: 1º out. 2021.
- THE HUFFINGTON POST. **A radicalização invisível da direita brasileira no WhatsApp**. 2019. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/entry/whatsapp-bolsonaro\\_br\\_5d5b5487e4b0d1e11366e0a9](https://www.huffpostbrasil.com/entry/whatsapp-bolsonaro_br_5d5b5487e4b0d1e11366e0a9). Acesso em: 2 nov. 2020.
- THE INTERCEPT BRASIL. **Grupos pró-bolsonaro no whatsapp não se desmobilizaram com a vitória. Pelo contrário, estão mais radicais**. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/08/23/grupos-pro-bolsonaro-whatsapp-estao-mais-radicaais/>. Acesso em: 2 nov. 2020.
- THOMPSON, John B. **Ideology and Modern Culture**. Cambridge: Polity Press. 1990.
- THOMPSON, John B. **The Media and Modernity: A Social Theory of the Media**. Cambridge: Polity. Press. 1995.
- VIEIRA FILHO, Maurício João. **Conservadorismo acima de tudo e de todos: análise dos discursos de posse presidencial de Jair Bolsonaro**. 2019, 85f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2019.
- VIANA, Adalberto Thiago Cordeiro. **O Bom Dia Espírito Santo está no ar: estratégias discursivas e modo de endereçamento no telejornalismo capixaba**. 2015, 85f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Espírito Santo, 2015.