



Presidente Jair Bolsonaro, a disputa pela verdade e a narrativa contra o jornalismo em contexto de pandemia

Márcio Ribeiro Garoni¹

Paula Caroline Zarth Padilha²

Resumo: No contexto da pandemia de coronavírus, o trabalho jornalístico, que reivindica a produção e acesso à informação como fundamental no combate à doença, tem sido alvo de ataques, também no contexto da produção de notícias sobre o COVID-19, mais assertivamente a partir do governo federal, por parte do Presidente da República, Jair Bolsonaro. A presente pesquisa irá apresentar dados sistematizados a partir de enunciações de Jair Bolsonaro, no período de março a junho de 2020, para problematizar como suas enunciações formam uma arena discursiva de construção de descredibilização do jornalismo na esfera pública. Para ancorar a análise epistemológica, acionamos os conceitos de enunciado e discurso (BAKHTIN, 2015 [1930]; VOLÓCHINOV, 2017 [1929]). Os dados apontam que o presidente se utiliza de seus enunciatos sobre a produção de notícias, no contexto da pandemia, para disputar o conceito de verdade.

Palavras-chave: jornalismo e democracia; governo Bolsonaro; violência contra profissionais; credibilidade jornalística; pandemia.

1. Introdução

O jornalismo profissional no Brasil enfrenta uma conjuntura de ataques fomentada pelo governo federal, a partir do Presidente da República, Jair Bolsonaro. De acordo com o relatório “Violência Contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil”, elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2020), em 2019 o presidente foi o responsável, sozinho, por 58,17% de ataques ao jornalismo e a jornalistas. A

¹ Diretor da Federação Nacional dos Jornalistas. Bacharel em Comunicação Social, habilitação em jornalismo pela Universidade Católica de Santos. E-mail: marciogaroni@hotmail.com.

² Diretora da Federação Nacional dos Jornalistas. Mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Bacharel em Comunicação Social, habilitação em jornalismo pela Universidade Positivo (PR). E-mail: paulazarth@gmail.com.

entidade cunhou como “descredibilização da imprensa” a categorização específica para o que chamou de “ofensivas genéricas e generalizadas” à profissão, realizadas pelo presidente Bolsonaro, e sistematizadas pela Fenaj através da divulgação de um monitoramento mensal³, que subsidiou dados para o relatório anual.

O referido monitoramento continua sendo realizado no ano de 2020, material que possibilita aferir como, em contexto de pandemia mundial de COVID-19⁴, o presidente Bolsonaro se utiliza de suas enunciações, seja em pronunciamentos oficiais, entrevistas à imprensa, ou em suas redes sociais pessoais, para dar continuidade à sua ofensiva de descredibilização do jornalismo profissional, mais especificamente no contexto da pandemia.

A partir dessas materialidades, o presente artigo propõe discutir o uso de uma narrativa de descredibilização da imprensa acionada para disputa da verdade na esfera pública por parte do presidente Bolsonaro.

2. Enunciado e discurso na perspectiva interacionista

Para discutir a formação de uma arena discursiva para a disputa da verdade na esfera pública (HABERMAS, 2014), com o entendimento do uso da descredibilização do jornalismo profissional por parte do presidente Bolsonaro, o presente artigo irá apresentar os conceitos de enunciado e discurso a partir da perspectiva bakhtiniana, teoria interacionista para pensar a linguagem, com método sociológico de análise dialógica de discurso (BAKHTIN, 2015 [1930]; VOLÓCHINOV, 2017 [1929]).

Conforme Bakhtin (2015 [1930]), os conceitos de enunciado (a palavra) e enunciação (o ato de enunciar) não se diferenciam, e discurso é a circulação desses enunciados a partir dos processos de interação, colocado em uso na vida real, considerando as diversas vozes dos sujeitos sociais, pois são parte de um mesmo contexto histórico e

³ Os autores são os dirigentes da entidade responsáveis pelo monitoramento.

⁴ Anunciada pela Organização Mundial de Saúde no dia 11 de março de 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 25/07/2020.

social situados, em que os falantes acionam os mesmos signos (VOLÓCHINOV, 2017 [1929]).

A noção de interação pressupõe, portanto, que o contexto social mais próximo situado define as condições reais de um enunciado, em que o sujeito que se enuncia é responsável, que se antecipa a uma resposta de seu interlocutor. Na interação, a palavra “é orientada para o interlocutor” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 204). Esse contexto situado determina o auditório social e o horizonte social e valorativo (VOLÓCHINOV, 2017 [1929]). Ou seja, o enunciado:

“é determinado de modo mais próximo pelos participantes do evento do enunciado, tanto os imediatos quanto os distantes, e em relação a uma situação determinada; isto é, a situação forma o enunciado, obrigando-o a soar de um modo e não de outro” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 206).

Conforme avalia Campos (2009), Bakhtin enxerga como fenômeno a busca de um enunciado pelo seu objeto, que é cercado de intencionalidade, presente na voz de quem enuncia. Discurso é a palavra em uso, que a diferencia de sua estrutura, em que esse conceito não considera mais a palavra como discurso se ela é retirada do contexto social (SILVEIRA, et al., 2012, p. 24).

O discurso, para Bakhtin, tem orientação dialógica, pois considera a palavra do outro, num processo de interação, como um ponto de vista (BAKHTIN, 2008 [1963]). A língua em uso, portanto, para tornar-se discurso nos processos de interação dialógicos, precisa de um sujeito que se enuncia e esse sujeito, essa palavra em uso, esse enunciado, esse discurso, não são neutros, pois materializam uma posição (BAKHTIN, 2008 [1963]).

São essas interações, a partir de determinados enunciados, direcionadas a um auditório social, que possuem compreensão dialógica, que formam uma arena discursiva, pois para Volóchinov (2017 [1929]), a compreensão de um enunciado “significa orientar-se em relação a ele, encontrar para ele um lugar devido no contexto correspondente”.

Com essa breve contextualização dos conceitos teóricos acionados, de enunciado e discurso nos processos de interação, é que se pretende apresentar a materialidade dos dados que caracterizam os ataques do presidente Bolsonaro ao jornalismo profissional, a

partir de seus enunciados de disputa da verdade na esfera pública, com recorte no contexto da cobertura da pandemia.

3. Materialidade dos dados

Para discutir a disputa da verdade pelo presidente Bolsonaro a partir de seus enunciados sobre o jornalismo profissional no contexto da pandemia, abordaremos primeiramente algumas considerações metodológicas sobre a Análise Dialógica de Discurso, que se propõe no presente artigo, para, em seguida, apresentar o corpus.

A Análise Dialógica de Discurso é uma proposta de olhar os objetos no mundo a partir das regularidades discursivas, sem se ancorar em categorias pressupostas (ROHLING, 2014) e se realiza a partir de metodologia sociológica, no arcabouço teórico da perspectiva bakhtiniana para os estudos de linguagens, o campo de estudo do discurso.

A metodologia sociológica para investigar enunciados é uma proposta de Volóchinov (2017 [1929]) a partir de noções sobre a temática, a responsividade e a entonação. Conforme o autor, o tema “expressa a situação histórica concreta que gerou o enunciado”; a responsividade é a designação do dialogismo, portanto, da compreensão na interação; e a entonação é a ênfase da palavra, sua valoração, que origina a percepção de significação e avaliação social (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 228).

Explicitados os elementos do método, apresenta-se o corpus da presente análise. A partir de novembro de 2019, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) iniciou a publicização de monitoramento de ataques à imprensa, ao jornalismo e a jornalistas proferidos pelo presidente Jair Bolsonaro, na véspera do Dia Internacional pelo Fim da Impunidade dos Crimes contra Jornalistas. A entidade, de representação sindical dos trabalhadores jornalistas de todo o país, situou essas ações do presidente como “institucionalização da violência contra jornalistas” (FENAJ, 2019b).

Os dados divulgados à época eram referentes ao período de janeiro a outubro de 2019, a partir de mapeamento e sistematização de ocorrências de ataques à imprensa com base em todas as postagens de Bolsonaro no microblog *Twitter* e no *Facebook* (as

contas são sincronizadas e os dados não foram duplicados), e nas transcrições dos discursos e entrevistas oficiais, disponibilizadas no *site* do Palácio do Planalto.

Divididas pela entidade em duas categorias, foram registradas, nesse primeiro levantamento, 99 ocorrências, com uma média de duas vezes na semana nos dez primeiros meses do ano, sendo 11 ataques diretos a jornalistas e 88 casos de descredibilização da imprensa.

A Fenaj deu continuidade à divulgação de seu monitoramento no mês de dezembro de 2019 (FENAJ, 2019a) e em janeiro de 2020 (FENAJ, 2020a), quando também publicizou os dados anuais com a divulgação de um relatório mais amplo (FENAJ 2020c; FENAJ, 2020g), publicado anualmente, sobre violência contra jornalistas, em que os ataques do presidente foram considerados como parte desse documento de maior abrangência, que inclui assassinatos, ameaças, assédio, agressão, a saber, todo tipo de violência contra profissionais jornalistas do país que tenha sido acompanhada pelos sindicatos nos estados.

O monitoramento que diz respeito aos ataques proferidos pelo presidente foi ampliado em 2020, com a inserção de ocorrências a partir de outras redes sociais e postagens audiovisuais, para incluir seus enunciados contra a categoria dos jornalistas em seu canal no *YouTube* e nos vídeos das *lives* publicadas no *Facebook*, ampliando, também, significativamente o número de ocorrências dos ataques ao jornalismo.

A primeira divulgação dos dados referentes ao ano de 2020 foi publicada pela Fenaj na véspera do Dia do Jornalista, comemorado em 7 de abril, e o conteúdo já contemplava dados relacionados à cobertura da pandemia do coronavírus, sendo referenciada no título da notícia (FENAJ, 2020b).

Observando, portanto, a *Linha do Tempo* (FENAJ, 2020d) publicada pela entidade na divulgação referente ao primeiro semestre de 2020, em que foram contabilizados 182 ataques contra o jornalismo ou diretamente a profissionais jornalistas, pode-se aferir 51 relacionados ao contexto da pandemia de coronavírus, e é esse corpus que iremos analisar discursivamente.

4. Polarização política em tempos de redes sociais

Os ataques sistemáticos do presidente Jair Bolsonaro à imprensa não são mera casualidade. Defendemos que há uma intencionalidade em pintar o jornalismo profissional como adversário, em um contexto de aumento da polarização política nos últimos anos, especialmente no ambiente das redes sociais, tanto nacional como internacionalmente, a exemplo do comportamento do presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump.

As redes sociais têm um papel relevante na agudização do cenário político-social nos últimos anos. Como resgata o trabalho de Machado e Miskolci (2019), o radicalismo à direita e à esquerda na internet não foi novidade na década de 2010, porém a emergência das redes sociais deu origem a grandes manifestações como a chamada Primavera Árabe, em 2010, a Occupy Wall Street, nos EUA e os Indignados, na Espanha, ambas em 2011. “Tais mobilizações apoiavam-se na facilidade de compartilhar conteúdos, na popularidade de perfis pessoais e, sobretudo, no poder dos algoritmos em atrair a atenção, agregar apoio às causas, induzindo à ação política” (MACHADO; MISKOLCI, 2019, p. 950). Como os autores sustentam, apesar de alguns fenômenos semelhantes terem acontecido no Brasil já em 2010, foram as chamadas Jornadas de Junho de 2013 que colocaram as redes sociais no centro do cenário político, apelando a um forte sentimento antiinstitucional, que reuniu grupos de diversas orientações ideológicas.

Por meio dos algoritmos, as plataformas de rede social guiam os usuários, “sugerindo-lhes amigos, expondo-os a determinados conteúdos – e não a outros –, assim como induzindo-os a se manifestar sobre certos temas” (MACHADO; MISKOLCI, 2019, p. 952). A lógica das redes, segundo os pesquisadores, favorece pautas mais simples e baseadas em valores já arraigados no senso-comum. No Brasil, isso abriu caminho para uma aliança em torno de uma plataforma moral, defendida por candidatos da extrema-direita em 2018, como o próprio Jair Bolsonaro, que de deputado do baixo-clero⁵ se tornou presidente da República, com intensivo uso de redes sociais, e fortes indícios de

⁵ Expressão relacionada a parlamentares com pouca expressão nos grandes debates da Câmara dos Deputados, geralmente mais preocupados com pautas de interesse pessoal ou dos setores minoritários que representam.

compras de serviços de disparos em massa, de forma ilegal⁶. O ataque generalizado ao trabalho da imprensa se insere nesse contexto, sustentado na figura do presidente e nas redes sociais.

5. Ataque a jornalistas como estratégia política

Em 2016, o Dicionário Oxford elegeu o termo “pós-verdade” como a palavra do ano. A instituição britânica definiu o termo como “relativo a ou que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção e crença pessoal”. O conceito se tornou frequente naquele ano no contexto do referendo do Reino Unido pela saída da União Europeia, e da eleição presidencial nos Estados Unidos. Os processos eleitorais foram marcados por denúncias de disseminação massiva de mentiras que acabaram favorecendo as candidaturas pela saída da União Europeia, no Reino Unido, e pela vitória de Donald Trump, nos EUA.

O documentário *Privacidade Hackeada*, de 2019⁷, mostra como a empresa de análise de dados *Cambridge Analytica* atuou nas duas campanhas vitoriosas, pela saída do Reino Unido do bloco da União Europeia, o chamado “Brexit”, e pela eleição de Donald Trump, do Partido Republicano, a presidente dos Estados Unidos. De acordo com o filme, baseado em entrevistas com ex-funcionários da *Cambridge Analytica*, a partir do vazamento de dados de usuários do *Facebook*, a empresa conseguiu manipular emoções e influenciar os eleitores a votarem nas candidaturas mais conservadoras.

Essa estratégia de manipulação de emoções que marcou a campanha de Donald Trump seguiu-se durante sua presidência, a partir de 2017. Além dos adversários do campo político, entre os alvos dessa campanha permanente estiveram a imprensa e os jornalistas. Em artigo para o *Nexo Jornal*, Rafael Iandoli chama atenção para a “guerra declarada contra a imprensa” movida por Trump:

⁶ Empresários bancam campanha contra o PT pelo Whatsapp. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em 30/07/2020.

⁷ *The Great Hack*, dirigido por Karim Amer e Jehane Noujaim. <https://www.imdb.com/title/tt4736550/>

Trump se diz perseguido pelos jornais do país. Segundo ele, o Twitter é a única forma de escapar de coberturas maliciosas feitas por jornais que não o querem como presidente. E isso vem desde a campanha eleitoral, como ele mesmo escreveu no dia 1 de julho. (IANDOLI, 2017)

Notícias negativas a Trump são classificadas pelo presidente como *fake news*. Eventualmente, frases do presidente comprovadas como mentiras pela imprensa, são rebatidas por assessores como “fatos alternativos”, como se fossem apenas versões distintas de uma mesma realidade. Em entrevista dada em 2017, o jornalista estadunidense Gene Policinski, diretor do Museu da Imprensa de Washington, o *Newseum*, disse que Trump trouxe muitos elementos novos no ataque aos jornais:

Até então, nenhum presidente havia questionado, como Trump vem questionando, o valor em si de a nação possuir uma imprensa livre. Além disso, nenhum outro presidente em exercício havia caluniado individualmente um repórter, da maneira como Trump fez. Por fim, nenhum outro presidente atacou os jornais levantando um nível tão alto de desconfiança e fazendo desses ataques uma ferramenta política tão efetiva de mobilizar a opinião pública. (CHARLEAUX, 2017)

Os ataques à imprensa, assim, são utilizados como ferramenta de estratégia política pela liderança do país mais rico do globo, que faz uso de suas contas pessoais nas redes, como o microblog *Twitter*, para se comunicar diretamente com a população, sem mediação da imprensa – e muitas vezes a atacando. Com uma campanha eleitoral semelhante, concentrada das redes sociais e mobilizando emoções da opinião pública, o governo de Jair Bolsonaro vai lidar de forma parecida com a imprensa.

Em artigo de opinião no Observatório da Ética Jornalística, Janara Nicoletti sugere que os ataques de Bolsonaro à imprensa sejam uma forma de controle do discurso da mídia (2020). A ofensa a jornalistas, assim, se trataria de uma maneira de driblar os assuntos mais incômodos ao governo:

Existe um evidente ofuscamento dos temas centrais das entrevistas que terminam em agressões aos jornalistas. Não se trata apenas de descontrole ou despreparo, há a necessidade de se apelar para fugir do assunto. O redirecionamento da pauta do dia acaba desinformando a população sobre a ausência de respostas ou esclarecimentos necessários. Há alguma estratégia por trás do que parece insanidade. (NICOLETTI, 2020)

Assim, reforçamos que o discurso de Bolsonaro contra a imprensa tem um viés de estratégia política, que tem o objetivo de desviar o foco das denúncias sobre os problemas de seu governo, além de criar em seus apoiadores um ambiente de permanente descrédito do trabalho jornalístico profissional. Em um contexto de pandemia, quando as ações governamentais ganham importância e as atitudes do presidente da República são ainda mais visibilizadas, essa estratégia se agudiza, como demonstraremos mais adiante.

6. A imprensa e a Covid-19

Ainda que permanentemente questionada pelo público em geral, a imprensa ganhou destaque no Brasil com a pandemia da Covid-19. Já em março de 2020, quando começaram a surgir os primeiros casos no País, jornais liberaram o acesso gratuito a reportagens sobre o coronavírus em seus *sites* (REVISTA IMPRENSA, 2020), e emissoras de televisão aumentaram o tempo de duração do jornalismo, com registros de aumento na audiência (MSN, 2020). No mesmo mês, o a emissora de tevê a cabo *Globo News*, eminentemente jornalística, abriu o sinal na internet a não-assinantes (COMUNIQUE-SE, 2020), no mesmo momento em que o cidadão ganhou outra opção de emissora *allnews*, a *CNN Brasil*, que estreou em 15 de março na tevê a cabo e em plataformas digitais, como o *Youtube* (CNN BRASIL, 2020).

A importância do jornalismo no período pandêmico é ressaltada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, A Ciência e a Cultura. Em documento lançado por ocasião do Dia Mundial da Liberdade de Imprensa de 2020, a Unesco alerta para a “desinfodemia”, com disseminação de informações falsas e demanda crescente por informações verificadas (UNESCO, 2020). Também chama atenção para os riscos aos direitos à liberdade de expressão, acesso à informação e à liberdade de imprensa, com jornalistas sendo atacados. Os agressores muitas vezes acusam os profissionais de espalhar *fake news*, “com a finalidade de reprimir reportagens críticas” (UNESCO, 2020, p. 14).

Lançado em maio de 2020, o documento já trazia registros sobre ameaças e ataques físicos a jornalistas na cobertura da pandemia. Cita aumento de pressão sobre os

profissionais e aumento da jornada de trabalho, e destaca o papel de alguns líderes políticos, que submeteram a duros ataques jornalistas que fizeram reportagens críticas. Nesse bojo, podemos destacar o comportamento de Bolsonaro em relação à imprensa e a jornalistas, que ajudou a criar um clima de hostilidade contra os profissionais, no momento em que o governo era questionado pelo enfrentamento do País a um de seus maiores desafios sanitários, sociais e econômicos da História.

7. Análise das ocorrências

Na presente etapa, apresentaremos, a partir das regularidades dos dados disponibilizados pela Fenaj sobre os ataques contra jornalistas e contra o jornalismo proferidos pelo presidente Bolsonaro, ocorrências que apontam para a formação de uma arena discursiva de disputa da verdade a partir da tentativa de desacreditar o trabalho da imprensa no que tange à produção de informação sobre a pandemia de coronavírus.

Ainda que mencionadas quantitativamente na apresentação do corpus, as ocorrências serão aqui expostas de maneira a demonstrar um todo discursivo que possibilite a análise de disputa da verdade. Conforme define Genro Filho (1987), o jornalismo pode ser entendido como modalidade de apreensão do real, em que “os fatos são percebidos e analisados subjetivamente” e possui como papel informativo adicional o de formar opinião pública e ser instrumento dessa opinião (HABERMAS, 2014 [1962]). Para Lippmann (apud MCCOMBS 2009), a opinião pública é construída por notícias, em que uma agenda pública pode ser estabelecida pelo jornalismo (MCCOMBS, 2009).

O presidente Bolsonaro se enuncia contra o jornalismo a partir da disputa da verdade da informação jornalística, atribuindo à imprensa adjetivações como mentirosa, omissa, que distorce. Essa regularidade, monitorada, analisada e publicizada pela Fenaj também se observa em enunciados sobre o jornalismo durante a pandemia, em que o presidente faz uso de suas enunciações para situar a imprensa numa intencionalidade de provocar pânico e caos sobre a doença.

É o que ocorre no seguinte trecho do discurso proferido durante Sessão de Abertura da Conferência Internacional Brasil-Estados Unidos, em Miami, no dia 10 de março de 2020, primeira ocorrência de ataque ao jornalismo sob a pandemia:

Obviamente, temos, no momento, uma crise, uma pequena crise, não é? Ou, no meu entender, muito mais fantasia, a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala, ou propaga, pelo mundo todo (...).⁸

A enunciação que atribui a doença como “*fantasia*” que “*a grande mídia propala*” é uma regularidade que se repete ao longo dos demais meses, e não foi atenuada pelo presidente conforme a doença evoluiu no país, tanto no contágio quanto na mortalidade. No dia 9 de junho, o presidente afirmou, na abertura da 34ª Reunião do Conselho de Governo, realizada no Palácio da Alvorada: “esse pânico que foi pregado lá atrás, por parte da grande mídia no tocante ao vírus”⁹.

Não é só nos pronunciamentos oficiais como chefe de Estado que os ataques ocorrem. Foi no *Twitter* que ele publicou um *print* de capa de jornal acompanhado de um texto afirmando que “uns seguem buscando o caos”¹⁰, para divulgar a cloroquina e contestar informação publicada pelo jornal Folha de S. Paulo sobre o uso do Exército na produção do medicamento.

Em outra ocorrência na mesma rede social, Bolsonaro afirmou, em abril, que combate “o pânico disseminado por todo o país com grande contribuição de parte da imprensa”¹¹.

Uma outra forma de Bolsonaro atacar o jornalismo no contexto da pandemia é no atendimento à imprensa, quando o presidente se utiliza das recomendações de combate ao vírus que não segue, como a necessidade de isolamento social e distanciamento. No *Youtube*, publicou um vídeo em que saía de uma farmácia, e era cercado por jorna-

⁸ Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos/2020/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-durante-sessao-de-abertura-da-conferencia-internacional-brasil-estados-unidos-um-novo-prisma-nas-relacoes-de-parceria-e-investimentos-miami-fl-eua>. Acesso em: 26/07/2020.

⁹ Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos/2020/fala-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-durante-a-abertura-e-encerramento-da-34a-reuniao-do-conselho-de-governo-palacio-da-alvorada>. Acesso em: 26/07/2020.

¹⁰ Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1241546261435727873>. Acesso em: 26/07/2020.

¹¹ Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1245537970167447552> e <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/posts/1846057225543255>. Acesso em: 26/07/2020.

listas, com o título: “Presidente compra medicamento em farmácia. Contrariando normas da Saúde repórteres se aglomeraram”.¹²

Durante entrevista coletiva sobre a pandemia em frente ao Palácio do Alvorada, no dia 29 de abril, quando questionado sobre medidas restritivas, Bolsonaro declara que a imprensa atribui questões a ele e que publica manchetes mentirosas sobre responsabilidades no combate ao coronavírus: “Não adianta a imprensa querer botar na minha conta essas questões, que não cabem a mim. Não adianta a Folha de S. Paulo, a Globo aí, que fez uma manchete mentirosa, tendenciosa, querer colocar a culpa em mim”¹³

No dia seguinte, Bolsonaro afirma que “É o vírus politizado”¹⁴, o que ele atribui à imprensa querer responsabilizá-lo pelas mortes na pandemia. Nesta ocasião, ele se recusa a atender todos os jornalistas que estavam cobrindo o Palácio do Alvorada e responde somente à CNN.

No dia 10 de maio, em publicação no canal do presidente no *YouTube*, o vídeo intitulado “A VERDADE: Covid 19”, produzido pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República,¹⁵ começa com a seguinte mensagem: “Parte da imprensa insiste em virar as costas aos fatos, ao Brasil e aos brasileiros”. A mesma frase é estampada em outro vídeo da Secom, publicado dez dias depois no canal do *YouTube* do presidente.¹⁶

Bolsonaro afirma, em outra entrevista coletiva no Palácio do Alvorada, no dia 2 de junho, que “o vírus é uma coisa que vai pegar todo mundo. Não precisava ter, grande parte da imprensa, criado esse estado de pânico junto à população”¹⁷.

Na presente análise, utilizamos as enunciações do presidente Bolsonaro em suas redes sociais, entrevistas e discursos, para refletir sobre a produção de uma arena discursiva de disputa da verdade, através de ataques direcionados ao jornalismo e a jornalistas, no contexto da pandemia de coronavírus no país. Os resultados apontam para a percepção de uma regularidade nos dados, em que são utilizadas adjetivações de des-

¹² O erro de grafia da palavra “aglomeraram” está mantido conforme descrição do vídeo publicada. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=pzIGJxX_Lpc. Acesso em: 26/07/2020.

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ukko459Zbcg>. Acesso em: 26/07/2020.

¹⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=nw31o_MILO8. Acesso em: 26/07/2020.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R2kjKLbHOT8>. Acesso em: 26/07/2020.

¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qsDzIwjKBq4>. Acesso em: 26/07/2020.

¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iTPMZ1thqe8>. Acesso em: 26/07/2020.

credibilização do trabalho da imprensa na produção de informações sobre o coronavírus, e que também produzem um discurso de que quem é atacado é o presidente.

Considerações finais

Com os excertos apresentados, é possível aventar neste recorte sobre a pandemia do coronavírus a partir dos dados do monitoramento de ataques de Bolsonaro à imprensa, produzido pela Fenaj, que o presidente se enunciou com regularidade, de forma a descredibilizar a produção da informação jornalística como ferramenta de combate à doença, colocando o jornalismo como uma verdade a ser disputada no contexto da pandemia.

Para Bolsonaro, com o uso de suas enunciações, em vez de divulgar a apuração de fatos para informar a população, a imprensa busca o caos, o pânico. Bolsonaro, portanto, constrói uma narrativa nesta arena discursiva, em que o objetivo da imprensa seria de combater o chefe de Estado, e não informar e orientar a população de forma a minimizar os impactos de saúde e de mortalidade da doença.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do Romance I – A estilística**. São Paulo: Editora 34, 2015.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

CAMPOS, Maria Inês Batista. Questões de literatura e de estética: rotas bakhtinianas. In. BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin – Dialogismo e polifonia**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARLEAUX, João Paulo. **A guerra de Trump contra a mídia analisada pelo diretor do Museu da Imprensa de Washington**. Nexo Jornal, 2017. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2017/03/14/A-guerra-de-Trump-contra-a-m%C3%ADia-analisada-pelo-diretor-do-museu-da-imprensa-de-Washington>. Acesso em 28/07/2020.

CNN BRASIL. **CNN Brasil tem programação na TV e nas plataformas digitais;confira**. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/2020/03/13/cnn-brasil-tem-programacao-na-tv-e-nas-plataformas-digitais-confira>. Acesso em: 31/07/2020.



COMUNIQUE-SE. **Globonews abre sinal na internet e escala novos comentaristas.** 2020. Disponível em: <https://portal.comuniquese.com.br/globonews-abre-sinal-na-internet-e-escala-novos-comentaristas-no-estudio-i/>. Acesso em 30/07/2020.

FENAJ. **Ataques de Bolsonaro à imprensa já somam 111 ocorrências.** 2019a. Disponível em: <https://fenaj.org.br/ataques-de-bolsonaro-a-imprensa-ja-somam-111-ocorrencias/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Jornalistas são alvo de Bolsonaro ao menos duas vezes por semana.** 2019b. Disponível em: <https://fenaj.org.br/jornalistas-sao-alvo-de-bolsonaro-ao-menos-duas-vezes-por-semana/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Ano se encerra com 116 ataques de Bolsonaro à imprensa.** 2020a. Disponível em: <https://fenaj.org.br/ano-se-encerra-com-116-ataques-de-bolsonaro-a-imprensa/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Ao jogar apoiadores contra jornalistas, Bolsonaro prejudica combate ao Coronavírus.** 2020b. Disponível em: <https://fenaj.org.br/ao-jogar-apoiadores-contra-jornalistas-bolsonaro-prejudica-combate-ao-coronavirus/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Ataques à liberdade de imprensa explodem com Bolsonaro.** 2020c. Disponível em: <https://fenaj.org.br/ataques-a-imprensa-explodem-com-bolsonaro/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Linha do Tempo jan-jun 2020.** 2020d. In. FENAJ. **Presidente Bolsonaro promove 245 ataques contra o jornalismo no primeiro semestre.** Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/07/LINHA-DO-TEMPO-ATAQUES-BOLSONARO-JAN-JUN-2020.pdf>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Presidente Bolsonaro promove 245 ataques contra o jornalismo no primeiro semestre.** 2020e. Disponível em: <https://fenaj.org.br/presidente-bolsonaro-promove-245-ataques-contra-o-jornalismo-no-primeiro-semester/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Presidente é o maior responsável por ataques à liberdade de imprensa no país.** 2020f. Disponível em: <https://fenaj.org.br/presidente-e-o-maior-responsavel-por-ataques-a-liberdade-de-imprensa-no-pais/>. Acesso em: 25/07/2020.

_____. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil – Relatório 2019.** 2020g. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_fenaj_2019.pdf. Acesso em: 25/07/2020.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 1987.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública.** São Paulo: Editora Unesp, 2014.

IANDOLI, Rafael. **Trump, “fake news”, e a guerra declarada contra a imprensa.** Nexo Jornal, 2017. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/07/03/Trump-%E2%80%98fake-news%E2%80%99-e-a-guerra-declarada-contra-a-imprensa>. Acesso em 28/07/2020.

MACHADO, Jorge. MISKOLCI, Richard. **Das Jornadas de Junho à Cruzada Moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira.** In: Sociologia & Antropologia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro.– v.9,n.3 (set.-dez. 2019)–Rio de Janeiro: PPGSA, 2011.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública.** Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

MSN. **Audiência de telejornalismo explode durante crise do novo coronavírus.** 2020. Disponível em: <https://www.msn.com/pt-br/tv/noticias/audi%C3%Aancia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronav%C3%ADrus/ar-BB11rTEV>. Acesso em 29/07/2020.

NICOLETTI, Janara. **Escalada de ofensas contra a mídia para distorcer o debate público.** Observatório da Ética Jornalística, 2020. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2020/02/18/escalada-de-ofensas-contra-a-midia-para-distorcer-o-debate-publico/>. Acesso em 28/07/2020.

OXFORD LANGUAGES. **World of The Year 2016.** Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em 28/07/2020.

REVISTA IMPRENSA. **Para conter fake news sobre coronavírus, jornais e TVs liberam acesso a não assinantes.** 2020. Disponível em: http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/83327/para+conter+fake+news+sobre+coronavirus+jornais+e+tv+liberam+acesso+a+nao+assinantes. Acesso em 29/07/2020.

ROHLING, Nívea. A pesquisa qualitativa e análise dialógica do discurso: caminhos possíveis. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 15, n. 2, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/ojs248/index.php/les/article/view/11815/8799>. Acesso em: 25/07/2020.

SILVEIRA, Ana Paula. ROHLING, Nívea. RODRIGUES, Rosângela Hammes. **A Análise dialógica dos gêneros do discurso e os estudos de letramento:** glossário para leitores iniciantes. Florianópolis: DIOESC, 2012.

UNESCO. **Journalism, press freedom and COVID-19.** Unesco, 2020. Disponível em: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_en.pdf. Acesso em 28/07/2020.

VOLÓCHINOV, Valentin. **Marxismo e Filosofia da Linguagem.** São Paulo: Editora 34, 2017.