

Jornalismo policial e o bolsonarismo: a desinformação como estratégia de dominação simbólica na TV

**Police journalism and bolsonarism: disinformation
as a strategy for symbolic domination on TV**

Karoline Fernandes

Jornalista. Doutoranda em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco. Recife, Brasil. E-mail: karoline.fernandes@gmail.com

Nadi Helena Presser

Professora e Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutora em Engenharia de Produção. Recife, Brasil. E-mail: nadihelena@uol.com.br

Resumo:

O *paper* em questão busca identificar narrativas carregadas de desinformação atreladas ao discurso bolsonarista na TV brasileira, a partir de um estudo de caso do programa Alerta Nacional, veiculado no canal Rede TV. O estudo de cunho descritivo, se baseia nos conceitos de desinformação e *fake news* da Ciência da Informação, e suas interrelações com o campo da Comunicação, por meio dos constructos da Teoria do Jornalismo (objetividade e imparcialidade), com vistas à problematização dos impactos de tais discursos no debate público. Com relação aos procedimentos metodológicos, optou-se pela técnica de análise de conteúdo. Nos resultados parciais, sugere-se a maior inserção do tema desinformação na TV aberta, bem como estímulo à Competência Midiática no combate à desordem informacional.

Palavras-chave:

Bolsonarismo; Desinformação; Fake News; Telejornalismo; Jornalismo Policial.

Abstract:

This paper seeks to identify narratives loaded with misinformation linked to the Bolsonaroist speech on Brazilian TV, based on a case study of Alerta Nacional TV news, broadcast on the Rede TV channel. The descriptive study is based on the concepts of disinformation and fake news in Information Science, and their interrelationships with the field of Communication, through the constructs of the Theory of Journalism (objectivity and impartiality), with a view to problematizing the impacts of such speeches in the public debate. Regarding the methodological procedures, the content analysis technique was chosen. In the partial results, it is suggested a bigger insertion of the topic of disinformation on open TV, as well as an incentive to Information Literacy in combating informational disorder.

Keywords:

Bolsonarism; Misinformation; Fake News; Television Journalism; Policial Journalism.

1 O bolsonarismo e a guerra de narrativas na mídia hegemônica

O movimento ideológico representado pelo presidente da República, Jair Messias Bolsonaro (sem partido), e apoiadores é, no senso comum da política brasileira, classificado como bolsonarismo. O vocábulo formado pelo sobrenome Bolsonaro associado ao sufixo *-ismo* se popularizou nas eleições de 2018. De acordo com o dicionário Houaiss, o uso do elemento *-ismo* para designar movimentos sociais, ideológicos, políticos, opinativos, religiosos e personativos, remonta, na gramática latina, aos séculos XIX e XX, com o despertar da ciência (HOUAISS, 2001, in GIANASTÁCIO, 2008, p.7). Na experiência brasileira, o movimento bolsonarista compartilha características da chamada direita radical – que, em determinando momento da história, foi genericamente representada pela figura de nazistas ou *skinheads*. Embora esses grupos desempenhem papel importante, a extrema-direita contemporânea possui também um pensamento intelectual, menos conhecido mas muito importante (SEDWICK, 2019, p.13). A antropóloga Lilia Schwarcz (2019) argumenta que o bolsonarismo é um fenômeno que na verdade tem raízes no nosso passado escravocrata, que, por sua vez, alicerçou-se no espectro do colonialismo e nas estruturas do “mandonismo” e do patriarcalismo. “Talvez estejamos vivendo mais um novo capítulo dessa nossa história autoritária, com uma convincente guinada conservadora e reacionária que surgiu das urnas no pleito de 2018” (SCHWARCZ, 2019, p. 225).

É oportuno refletir que a ascensão da ultradireita na política brasileira envolve uma gama de aspectos, entre eles o uso da informação como objeto de disputa de poder. A própria expressão *fake news* foi introduzida no debate público pelo ex-presidente norte-americano Donald Trump para fins políticos, como uma forma de desacreditar a imprensa perante à opinião pública, conforme alertou a jornalista à frente do *Tow Center for Digital Journalism* (Universidade de Columbia), Claire Wardle (2016). Inevitavelmente, o contexto das práticas informacionais da contemporaneidade nos leva a considerar o fenômeno da desinformação como um produto do ambiente digital. No entanto, o uso de mentiras pelos políticos é bem mais antigo. “Uma velha e complicada história, a do conflito entre a verdade e a política”, asseverou a filósofa Hannah Arendt no ensaio “Verdade e Política”, publicado em 1967 na revista *New*

Yorker. Nele, Arendt afirma que os políticos “transformam fatos em opiniões” e que, para que a verdade prevaleça em público, é preciso que instituições como o Judiciário e a comunidade científica, em princípio desinteressadas na manipulação da informação, restabeleçam a verdade dos fatos. Revestida deste propósito também está a imprensa – instituição basilar em qualquer regime democrático. A pesquisadora Cremilda Medina (2006) pontua que o jornalista é o “mediador social por excelência” e destaca que “nos surtos republicanos salientam-se as virtudes do jornalismo como instituição social que fiscaliza as mazelas dos outros três poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário. (MEDINA, 2006, in SEABRA & SOUSA, 2006, p. 27). Nessa busca pela construção da realidade, o *ethos* jornalístico que orienta a profissão adota critérios de noticiabilidade, entre eles *objetividade* e *imparcialidade*. Mas o panorama da imprensa hegemônica do Brasil nos revela que tais conceitos-chave muitas vezes não são capazes de proporcionar maior senso crítico e capacidade reflexiva a uma população não iniciada nas Ciências Humanas. Com frequência, contribuem para tornar os indivíduos mais vulneráveis à manipulação da informação, constituindo-se como instrumentos eficazes de dominação simbólica. No Brasil, a relação dissoluta entre mídia e poder é tão antiga quanto sua inauguração oficial, com a chegada da corte portuguesa em 1808. Conseqüentemente, suas conexões conflituosas com a verdade dos fatos reverberam no próprio processo civilizatório da nação.

Para refletir sobre o uso da informação jornalística como instrumento de dominação, esse artigo fragmenta o debate em torno do fenômeno da desinformação na TV aberta, através da análise de um produto jornalístico específico: o gênero policial. Para tanto, utilizamos como estudo de caso o programa *Alerta Nacional*, veiculado pela emissora *Rede TV!*. O *corpus* foi escolhido por julgarmos que as narrativas produzidas nesse produto reúnem os principais conceitos abordados aqui: *fake news*, desinformação, bolsonarismo, pós-verdade e jornalismo. Tal análise se deu no contexto da pandemia da Covid-19, que forneceu e continua a fornecer rico material de investigação para a comunidade acadêmica. Neste sentido, recorreremos à uma revisão de literatura que representasse uma intersecção entre a desinformação e as práticas jornalísticas, numa interdisciplinaridade entre os campos da Ciência da Informação e da Comunicação. Nas considerações finais, sugerimos a ampliação do

debate em torno do fenômeno na TV aberta, como forma de popularizar o tema para o grande público e ampliar a Competência Midiática da sociedade brasileira.

2 O fenômeno da desinformação: a desordem informacional como ferramenta política

Conforme introduzimos, o termo *fake news* foi utilizado por Trump para colocar em dúvida a atuação da imprensa diante da opinião pública. D’Ancona (2018) associa o fenômeno ao contexto da pós-verdade, caracterizado pelo desmoronamento da racionalidade:

[..] 2016 foi o ano que lançou a era da pós-verdade de forma definitiva. [...] entramos numa nova forma de combate político e intelectual, em que ortodoxias e instituições democráticas estão sendo abaladas em suas bases por uma onda de populismo ameaçador. A racionalidade está ameaçada pela emoção; a diversidade, pelo nativismo; a liberdade, por um movimento rumo à autocracia. A ciência é tratada como suspeição e, às vezes, franco desprezo. (D’ANCONA, 2018, p. 19).

Nas pesquisas do campo da Ciência da Informação já existe atualmente uma expressiva produção intelectual que aponta a influência das *fake news* em vários aspectos da sociedade. Busca no portal Brapci (base de dados de artigos e periódicos em Ciência da Informação) revela pelo menos 82 produções envolvendo o tema. Araújo (2020) observa que as *fake news* se utilizam da legitimidade e linguagem jornalística para disseminar conteúdos falsos e se originam em um profundo desinteresse pela verdade:

Em sua relação com as informações (ao buscar informações para tomar decisões, ao compartilhar informações para divulgar uma ideia ou convencer outras pessoas), o fato de serem essas informações verdadeiras ou não tornou-se algo irrelevante – mesmo, no contexto tecnológico atual, com muita facilidade e possibilidade de checagem da veracidade das informações a partir de consultas de alguns segundos na internet (ARAÚJO, 2020, p. 3).

A pós-verdade está relacionada a uma cultura na qual o apelo às emoções e às crenças tendem a prevalecer sobre fatos e argumentos. Para o autor, o fenômeno traz à baila uma distopia conceitual e semântica que busca na deturpação da verdade, a satisfação de ideologias (SILVA, 2018, p. 336).

2.1 O confronto entre regimes de verdade: bolsonarismo x imprensa

Embora em seus discursos Jair Bolsonaro demarque uma narrativa de ataque à imprensa, a disputa pelo monopólio informacional na mídia parece ser uma tendência de seu governo. Reportagem publicada em 23 de fevereiro de 2020 pelo *The Intercept* destaca que o Governo Federal mudou a lógica da distribuição de verbas publicitárias para as TVs abertas, privilegiando emissoras como Rede TV!, Record e SBT. (THE INTERCEPT, 2020¹). Neste sentido, não seria exagero afirmar que esses veículos de comunicação estariam atuando como catalizadores da retórica bolsonarista. Aqui procuramos analisar a linguagem do bolsonarismo na mídia, destacando que, no contexto da pandemia da Covid-19, o tal discurso ganhou um contorno evidente: o negacionismo científico. No 1º pronunciamento oficial relacionado à pandemia, em 24 de março de 2020, Bolsonaro minimizou os riscos da Covid-19, criticou o isolamento social e defendeu o uso da hidroxicloroquina – medicamento que a comunidade científica provou não ter eficácia no combate à doença (BOLSONARO, 2020). A antropóloga Rosana Pinheiro-Machado (2019) analisa que o discurso negacionista marca o populismo da nova direita. Por sua vez, este se caracteriza pela privação de debates e promessa de soluções fáceis para problemas complexos, mas que não seria efetivamente contrária à ciência:

A nova direita não é necessariamente anti-intelectual, porém, se coloca contra uma elite intelectual específica, a saber, o *establishment* liberal e progressista, o qual descreve de forma generalizante como “comunista”. Mais do que acabar com o conhecimento, a nova direita quer disputar ideias e seus pensadores. Para além do que aparece na superfície, os neoconservadores possuem um projeto de conhecimento que procura definir uma nova direção para a sociedade global; o que está em jogo é a disputa de novos regimes de verdade sobre a humanidade e sobre o planeta (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 80).

Contra o projeto liberal, o bolsonarismo, que carrega em si tais bandeiras, capilarizou-se primeiro nas redes sociais, dispensando, a princípio, a mediação da mídia tradicional para chegar aos eleitores. Neste estudo, refletimos sobre o

¹ Informação disponível em: <https://theintercept.com/2020/02/23/imprensa-bolsonaro-band-sbt-record-rede-tv/>. Acesso em: 09/03/21.

movimento inverso: a busca pelo protagonismo informacional em um espaço institucionalizado: a imprensa.

3 O papel do jornalismo na democracia e na Sociedade da informação

De maneira genérica, cabe ao jornalismo o papel de informar seu público, sendo esta atividade reconhecidamente estratégica para o funcionamento da sociedade moderna. Charaudeau (2012, p. 86) aponta que a democracia nasce de várias contradições, entre elas, o fato de que é preciso que o maior número de cidadãos tenha acesso à informação, embora nem todos os cidadãos se encontrem nas mesmas condições de acesso. Traquina (2005) define o campo como um “acordo tácito” entre os jornalistas e seu público para o estabelecimento da noção de “realidade”. Uma abstração que responde à pergunta: o que está acontecendo/ aconteceu no mundo?

Ao longo dos séculos, o saber passou a circular de modo mais ou menos livre, sendo abastecidos pelos jornalistas. Surge daí, para Ciro Marcondes Filho (2009), o mito da *transparência*. Na contemporaneidade, o jornalismo desempenha um papel central como fonte de informação primária, rápida e cômoda para as pessoas se informarem sobre o cotidiano. Assim, relatam Vizeu, Rocha e Mesquita (2012), a atividade desenvolve uma pedagogia que contribui para as pessoas entenderem o mundo que as cerca, ocupando um lugar de referência, onde as pessoas, em meio à fragmentação e velocidade dos fatos, encontram uma espécie de orientação. A reflexão que se propõe aqui se baseia em dois conceitos que se amalgamam à própria prática profissional dos jornalistas: *objetividade* e *imparcialidade*. Esses dois valores, construídos em torno do modelo liberal de imprensa que se mantém na atualidade, carregam em si ambiguidades que tem contribuído para o problema da desinformação a partir da mídia. A ambivalência da noção de objetividade jornalística foi objeto de estudos da socióloga norte-americana Gaye Tuchman (1999 in Traquina, 2005), no clássico estudo *A objetividade jornalística como ritual estratégico*. Neste ensaio, a pesquisadora argumenta que os jornalistas, para se protegerem de processos difamatórios ou outras formas de pressões da sociedade, recorrem à noção de objetividade, abstendo-se de emitirem opiniões e, em seu lugar, citando outras fontes. Esse procedimento, no entanto, tem papel limitante no exercício da profissão, no

sentido em que inibe uma análise epistemológica e reflexiva em torno dos fatos da vida cotidiana. Alsina (2009) observa que a fragmentação do discurso potencializa a objetividade, no sentido em que restringe a variedade e pluralidade de posições. Como afirma Ciro Marcondes Filho (2009, p. 103), armou-se uma concepção em torno do jornalismo como uma atividade em “busca da verdade”, ou seja, como uma forma de objetividade. Por aí se desenrolou o debate ideológico do século XIX, principalmente pela oposição entre uma visão liberal e uma visão de mundo socialista, ambas reivindicando para si a verdade. Mas a crise das ideologias do século XX desmoronou as bases filosóficas desse debate: não havendo mais projetos políticos por que se bater, jornalistas ficaram apenas com seu esqueleto instrumental: a busca da *transparência* em si, como valor único, de verdade. Para o autor, a ideologia da transparência é a resposta utilizada pelo jornalismo aos novos tempos de “visibilidade total”. Não importa mais a concepção política que se tem ou a ideologia. Tudo isso é neutralizado pelas informações gratuitas e volumosas, na qual qualquer um pode falar, sem prejudicar ninguém. O jornalismo não é nem neutro nem objetivo, pois, como qualquer atividade humana, a produção jornalística sofre o filtro e a regulação dos agentes pelos quais passa. Por outro lado, os próprios critérios dessa objetividade variam conforme o grupo social que tem posição de controle ou domínio do mercado de opiniões e que pode confrontar as notícias. (*idem, ibidem*, p. 180).

Nesse debate, uma das grandes questões que se coloca no jornalismo não é como resgatar a objetividade, a transparência e neutralidade, mas como pode esta profissão sobreviver na atualidade como algo que proporcione mais senso crítico, denúncia e insubmissão a certas verdades colocadas pela mídia. A partir do exposto aqui, observamos que, embora tais valores apresentem ambiguidades em si, acreditamos que, até que haja uma regulamentação da mídia, a imprensa brasileira não pode se furtar desses critérios no processo de produção da notícia, sob pena de descumprir o acordo tácito que mantém com a sociedade, de orientar os indivíduos sobre os acontecimentos. Somente uma ampla reforma de mídia poderia reconfigurar a atual estrutura do mercado de comunicação brasileiro – um dos mais concentrados do mundo, conforme demonstra a pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia (*Media Ownership Monitor* ou MOM), realizada pelas ONGs Interozes e Repórteres

Sem Fronteiras. O estudo apontou que apenas cinco famílias controlam metade dos 50 veículos de comunicação com maior audiência no Brasil. (INTERVOZES, 2017).

3.1 A centralidade da televisão no consumo de informação no Brasil

A despeito da explosão do acesso dos brasileiros à internet, segundo o IBGE², a TV aberta ainda parece ser a principal fonte dos brasileiros para se informar, como aponta a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira³:

Fig.1 – Print screen da tabela fornecida pela pesquisa.

P01) Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar? (ESTIMULADA - ATÉ DUAS MENÇÕES)

| Base: Amostra (15050) | 1ª MENÇÃO | 1ª+2ª MENÇÕES |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------|
| TV | 63% | 89% |
| Internet | 26% | 49% |
| Rádio | 7% | 30% |
| Jornal | 3% | 12% |
| Revista | 0% | 1% |
| Meio externo (placas publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto) | 0% | 0% |
| Outro (Esp.) | 0% | 2% |
| NS/ NR | 0% | 0% |

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.⁴

Estudo da Kantar Ibope Media (2020) concluiu que 99% das pessoas assistem a algum tipo de formato de vídeo, seja em TV pela internet, TV aberta, *sites* ou

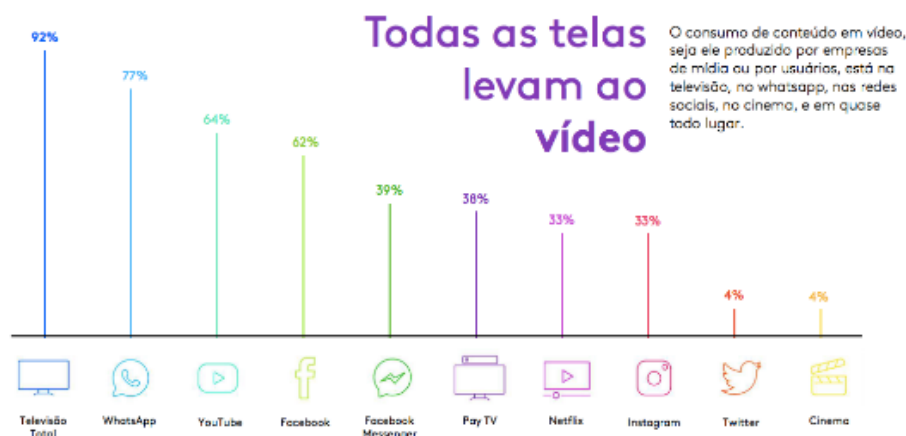
² SANTOS, Bárbara. Apesar de expansão, acesso à internet no Brasil ainda é baixo. Revista Exame, 20 de janeiro de 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/apesar-de-expansao-acesso-a-internet-no-brasil-ainda-e-baixo/>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

³ G1 São Paulo. TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa. 24 jan. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

⁴Disponível em: <<http://antigo.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>>. Acesso em: 14 abr. 2021.

aplicativos de mensagens. Nos últimos cinco anos, o tempo médio desse consumo aumentou 34 minutos e a audiência se manteve estável. Dentre os entrevistados, 92% consumiam vídeos na TV:

Fig. 2 – Print screen de tabela fornecida pela pesquisa.



Fonte: Kantar Ibope Media 2020.

Pelo enorme alcance entre os brasileiros, destacamos, principalmente, as consequências para a democracia que produtos como o *Alerta Nacional* representam, por se utilizarem da legitimidade jornalística para estimular discursos de ódio e causar desinformação.

4 O jornalismo policial como porta-voz das narrativas de direita

Barbosa Filho (2003) propõe a separação dos gêneros jornalísticos entre diversos formatos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, *programa policial*, programa esportivo e divulgação técnico-científica. O estudo dos gêneros envolve diferentes posicionamentos teóricos. No universo televisivo, foram compreendidos como “rótulos”, que norteiam a própria relação da indústria audiovisual com seu público. Essas categorias, no entanto, não são estanques. O hibridismo domina o mercado audiovisual (FECHINE, 2001, in SEIXAS e FERRARI PINHEIRO, 2001, p. 196). A partir desses aspectos, nosso estudo enquadra o *Alerta Nacional* no escopo do jornalismo policial – formato muito popular, marcado pela

violência como critério de noticiabilidade. A partir de um breve levantamento, pode-se concluir que o jornalismo policial povoa a mídia eletrônica do país desde os tempos da ditadura. Um dos primeiros comunicadores desse formato foi Jacinto Figueira Júnior, que estreou em 1966 o programa *O Homem do Sapato Branco* e permaneceu no ar até os anos 1980, tendo sido veiculado em emissoras como Globo, Band, SBT e até mesmo TV Cultura, conforme escreveu Jaime Carlos Patias (2006), no artigo O telejornal sensacionalista, a violência e o sagrado. Nos anos 1990, Gil Gomes consolidaria o gênero com o *Aqui Agora*. Apesar de esse programa ter sido extinto em 1997, não demorou para que formatos semelhantes fossem criados em todo o país. Segundo pesquisa da ONG ANDI – Comunicação e Direitos, em 2015 havia mais de 41 programas do gênero exibidos nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal.

O estilo do jornalismo policial brasileiro é marcado pela agressividade. Criminosos são xingados pelos apresentadores, com uso de termos como “vagabundo”. A linha editorial privilegia a violência, a corrupção e a ineficácia do Estado em garantir a segurança pública e a rejeição aos Direitos Humanos, através do reforço de estereótipos que discriminam principalmente a comunidade LGBTQIA+, atacam direitos das mulheres e criminalizam a população negra periférica. Com uma construção noticiosa carregada de chavões, sua linguagem se distancia de valores-notícia discutidos anteriormente, tornando as fronteiras entre fato e opinião obscuras.

4.1 CPF cancelado: Sikêra Jr, o porta-voz do bolsonarismo

O *Alerta Nacional* estreou em rede nacional em 28 de janeiro de 2020, com transmissão pela Rede TV!, sob comando do pernambucano José Siqueira Barros Júnior (52 anos), o Sikêra Jr., de segunda a sexta-feira, das 18h às 19h30. Nas redes sociais, o comunicador arrebanha mais de 10 milhões de seguidores entre contas de *You Tube*, *Twitter* e *Instagram*.

Fig. 3 – Imagem captura da rede. Sikêra Jr e elenco do *Alerta Nacional*



Fonte: Agência Pública.⁵

Para desenvolver este estudo, utilizamos a análise de conteúdo (AC), método que se configura, ainda hoje, como uma das técnicas mais praticadas no campo da Comunicação, por proporcionar descrição “objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações” (BERELSON, 1952, p.18 *apud* KIENTZ, 1973 p.10). Fonseca Júnior (2006 *in* Duarte, Barros, 2006, p.280) destaca sua capacidade de adaptação aos desafios da comunicação. Para obtermos um quadro geral dos temas abordados, aplicamos a AC por Amostragem Não-Probabilística, analisando uma edição por semana para obter um panorama do mês. Escolhemos o mês de abril de 2020, quando houve uma explosão de casos de Covid-19 no Brasil e repetimos a análise no mesmo período de 2021 (quando o país enfrenta a 2ª onda da pandemia), para identificar possível mudança de discurso, conforme tabela abaixo:

Quadro 1 – Tabela de análise

| ABRIL/2020 | DATA | TEMAS ABORDADOS ALERTA NACIONAL |
|---------------|-------|--------------------------------------------------------------------------|
| Segunda-feira | 06/04 | Critica o isolamento de idosos. Chama a Covid de “gripe” |
| Terça-feira | 14/04 | Comenta: “quem é que mata mais, é o coronavírus ou é a bala”? |
| Quarta-feira | 22/04 | Sikera Jr anuncia que está com “gripe” |
| Quinta-feira | 30/04 | Sikêra Jr segue afastado para tratar Covid-19. Mayara Rocha o substitui. |
| Sexta-feira | 03/04 | “Retrospectiva da Lacração” /transfobia; LGBTQIA+fobia |

Fonte: Autoras

⁵ Disponível em: <<https://apublica.org/wp-content/uploads/2020/05/sikera-junior.jpg>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

Quadro 2 – Tabela de análise

| ABRIL/2021 | DATA | TEMAS ABORDADOS ALERTA NACIONAL |
|---------------|-------|------------------------------------------------------|
| Segunda-feira | 12/04 | “Ativista maconheiro”. “A geração do Lula e Dilma”. |
| Terça-feira | 20/04 | Universidades x drogas; Duas mulheres: não dá certo” |
| *Sexta-feira | 23/04 | Entrevista com Bolsonaro |
| Quinta-feira | 01/04 | “Cadê as vacinas, governadores”? |
| Sexta-feira | 09/04 | “Não podemos parar de trabalhar” |

Fonte: Autoras

As tabelas acima buscam catalogar mensagens associadas ao discurso bolsonarista, tendo, principalmente, a Covid-19 como pano de fundo. No primeiro dia de análise do mês de abril de 2020 (3 abr. 2020), destacamos a exibição do que o apresentador chama de “Retrospectiva da Lacração”. Trata-se de uma compilação em vídeo de performances de artistas LGBTQIA+ e mulheres feministas tiradas de contexto, com claras intenções de estimular a violência contra esses grupos. Entre as imagens, o cantor Johnny Hooker instiga o público a entoar: “Jesus é travesti”. O ato é em protesto à censura da peça teatral *O Evangelho segundo Jesus, Rainha do Céu*, encenada pela atriz transexual Renata Carvalho, cujo espetáculo foi proibido de ser realizado após várias críticas de grupos religiosos em todo o país, durante o Festival de Inverno de Garanhuns de 2018. Em outro *frame*, o programa exhibe a imagem da performance da artista transexual Viviany Beleboni, que desfila presa a uma cruz, com o dizer “*Basta de homofobia*”, durante a parada *gay* de São Paulo em 2015. A imagem da travesti “crucificada” também foi alvo de perseguições de grupos religiosos. Há também a imagem do artista Antonio Obá. Em sua obra *Atos da transfiguração: receita de como fazer um santo*, o premiado *performer* exhibe seu corpo negro e nu e rala uma imagem de gesso de Nossa Senhora Aparecida – um dos símbolos da fé católica. O trabalho de Obá também integrava a exposição *Queermuseu*, do Santander Cultural, que foi suspensa após sofrer censura. Após várias ameaças de morte, o artista se autoexilou em Nova Iorque (EUA). Outro trecho do vídeo exhibe mulheres feministas em performance contra a criminalização do aborto. Um locutor narra o vídeo:

“No Carnaval, o que é mais comum, são pessoas do mesmo sexo se beijando... Criminosos agredindo a própria polícia... Sexo em plena luz do dia. A lacração. Nesta cena, vemos Jesus Cristo e o diabo, representado por dois homossexuais. Eles encenam uma das passagens da Bíblia, onde Jesus

anda sobre as águas. Agora, mais desrespeito com Deus. Este jovem, aparentemente está no Carnaval, ele rasga a Bíblia e come algumas folhas e joga o livro sagrado no chão. [...] Chamar um homossexual de *gay* no Brasil é preconceito e pode dar cadeia. Mas chamar Jesus de travesti, pode”? (ALERTA NACIONAL, 2020).

Já no dia 6 de abril, nossa análise destaca o momento em que o apresentador sugere que o público “se desligue dessa doença que tá matando pelo psicológico antes das pessoas griparem”. Em outro momento, Sikêra Jr ataca orientações divulgadas pela imprensa, como forma de desacreditá-la perante sua audiência, provocando uma desordem informacional: “o que a imprensa maldita tá fazendo (...) é um assassinato em massa, é um genocídio”. No dia 14 de abril, Sikêra Jr mantém o discurso: “onze cadáveres hoje? Quem é que mata mais: é o coronavírus ou é a bala?”. E o elenco responde em coro: “a bala”. Destacamos, por fim, o dia 22 de abril, quando, ao final do programa, o apresentador anuncia que está com sintomas de “gripe”. Na edição de 30 de abril, o programa é comandado pela repórter Mayara Rocha, que substitui o apresentador afastado. Neste dia, não encontramos mensagens enquadradas nas categorias definidas neste trabalho.

Diante do que discutimos, pode-se inferir que tais narrativas estão presentes, majoritariamente, nas opiniões proferidas pelo apresentador Sikêra Jr no intervalo entre reportagens do programa. A princípio, o bolsonarismo parece integrar, de maneira institucionalizada, a linha editorial da Rede TV! – o que pode ser investigado em estudos futuros. O uso de mentiras, como já explanamos, são parte de um ataque coordenado e estratégico, planejado para esconder a verdade, confundir o público e criar controvérsia onde nenhuma antes existia (D’ANCONA, 2019, p. 46). Ao repetirmos a análise no mês de abril de 2021, constatamos que o discurso do comunicador à frente do *Alerta Nacional* se mantém em sintonia com o bolsonarismo. Na interpretação de dados do dia 1 de abril de 2021, Jr manipula informações relacionadas à quantidade de vacinas. O apresentador utiliza a linguagem jornalística para disseminar um conteúdo falso (*fake news*), atribuindo a escassez de vacinas a um suposto desvio dos medicamentos por governadores, e não à inoperância do Governo Federal em fechar acordos com farmacêuticas internacionais, a exemplo do que fizeram, ainda em agosto de 2020, países da União Europeia, Estados Unidos e Israel:

(...) A pergunta que não quer calar: já foram distribuídas 34 milhões de vacinas, mas constam que apenas 18 milhões foram aplicadas... Cadê o resto? Num *[sic]* já basta o dinheiro que vocês pegam do Governo Federal não? Do dinheiro que vocês comem *[sic]*? Porque quem pega dinheiro da Saúde tem que sair algemado. (...) Cadê as vacinas? Os governadores tão segurando por quê? Ah é pra dizer que o Governo Federal num *[sic]* tá fazendo nada né? Cola não, viu”? (...) Senhores governadores cadê as vacinas? Cadê o consórcio de vocês? É só pra meter o pau no povo, quebrar o trabalhador brasileiro? (...) Sua loja fechou? Eu vou pedir que você, comerciante, me mande uma foto do seu comércio fechado com a placa CNPJ cancelado” (SIKÊRA JR, 2021).

No dia 9 de abril de 2021, destacamos um comentário do apresentador, que estimula a audiência a descumprir o *lockdown*: “Eu não posso deixar de encorajar o brasileiro. Trabalhar é bom, não adoce ninguém”. Em 12 de abril de 2021, em uma passagem de bloco, comenta: “o tal do ativista é muito viado *[sic]* mesmo. Ô raça de viado *[sic]*. Essa é a raça do Lula e da Dilma”. Os ataques contra a comunidade LGBTQIA+ também estão presentes na edição de 20 de abril de 2021, através de comentário após a exibição de um caso de um casal de mulheres suspeito de espancar uma criança no RJ: “Por isso eu digo que não dá certo. Pode dizer: ah, Sikêra é preconceituoso. Sou mesmo. Tenho direito de ser. Você só não vai me calar”, esbraveja o apresentador. Na sequência do nosso estudo, analisaríamos a edição da quarta-feira 28 de abril de 2021, mas optamos pela substituição deste programa pela observação de uma entrevista exclusiva realizada pelo apresentador com o presidente Jair Bolsonaro, em 23 de abril de 2021. No cenário de costume, Sikêra Jr e Jair Bolsonaro estão sentados. A cena simula um *talk show*. O apresentador introduz a conversa com a deixa: “na internet o que não falta é cientista... Aí a gente fala: cloroquina, ivermectina”. Neste momento Bolsonaro volta a defender remédios como cloroquina no tratamento da Covid e afirma que o Brasil está em “1º lugar” no *ranking* dos países que mais vacinam”. “Eu tomei cloroquina. (...) Um montão de gente tá tomando...(…) o que não falta em Brasília é lobista de vacina. (...) Tirando os países que vacinam, que dominam o mercado de vacina, nós tamo *[sic]* em 1º lugar”, afirma o presidente. Entre os temas da entrevista constou ainda a regularização fundiária de terras indígenas no Amazonas. Sobre essa pauta, o presidente minimiza o desmatamento da Amazônia. “Você pode ver. Quando se fala ‘Amazônia pega fogo’ não é verdade. Amazônia pega fogo só na periferia, ninguém vai negar. A roça do índio é com fogo, é legal”. Sobre a retomada da economia no “pós-pandemia”, dispara: “tem

que parar de fechar tudo”. Sikêra questiona: “presidente, o que falta para o Brasil tirar a máscara?”. Bolsonaro responde: “estamos próximos de atingir a imunidade de rebanho, mas isso não justifica o *lockdown*”. Os cerca de 40 minutos de conversa ocorrem em meio a risos, enquanto o país amarga, até a presente data, 390 mil mortes pela Covid-19. A entrevista se transforma em uma espécie de prestação de contas das ações do Governo Federal, com o uso de táticas bolsonaristas que incluem desinformação, *fake news* e negacionismo científico, conforme mencionamos neste artigo.

5 Considerações Finais

A qualidade da informação que consumimos interfere diretamente nas nossas escolhas e no modo como convivemos em sociedade. Considerando o impacto da mídia em influenciar o comportamento dos cidadãos e suas relações de poder, faz-se necessário discutir que mecanismos podemos acionar como um meio de combater discursos de ódio na mídia. Um desses caminhos é o estímulo da chamada Competência Midiática. O tema, na CI, tem relação com o termo *Information Literacy*, que, no Brasil, teve várias traduções, tais como competência em informação, competência informacional, letramento informacional, alfabetização em informação, habilidades informacionais e, o termo mais recente, competência crítica em informação. O conceito possui enfoques distintos, como por exemplo, a competência midiática e a leitora” (MATA; GERLIN, 2019). As discussões levantadas neste artigo evidenciam o modo como programas policiais propagam o discurso bolsonarista, disseminando ataques aos direitos humanos e estimulando o ódio à população LGBTQIA+, mulheres e comunidades negras. No contexto da pandemia, tais narrativas emergem carregadas de negacionismo e desinformação. Destacamos aqui a utilização de um espaço institucionalizado como a imprensa e, em especial, o telejornalismo, pelo bolsonarismo, para provocar uma desordem informacional. Para combater este problema, é preciso estimular uma maior Competência Midiática, através de políticas públicas que introduzam a temática na educação formal e na própria TV aberta.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis. RJ, Vozes, 2009.

ARAÚJO, C. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação. In: Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 25, p. 01-17, 2020. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina. **Anais**. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2020.e72673/43144>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

ARENDT, Hannah. **Verdade e Política**. New Yorker, 1967. Tradução de Manuel Alberto. Net. Disponível em: <<https://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/11/Verdade-e-pol%C3%ADtica.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2021.

BERTI, Ilemar. **Práticas e Regime de Informação: Os Acontecimentos “Carta de Temer a Dilma” e “Marcela Temer: bela recatada e do ‘lar’**. 2018. 209 p. Tese de doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-BCDKNZ/1/20190405_tese_berti_ilemarchristinalansoniwey.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2021.

BOLSONARO, Jair. **Pronunciamento do presidente da República**. Canal oficial do Palácio do planalto. Net. 24 mar. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VI_DYb-XaAE&t=23s>. Acesso em: 10 out. 2020.

BBC NEWS. **'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries**. Net. 16 set. 2016. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/uk-37995600>>. Acesso em 19 jan. 2021.

CARTA CAPITAL. **Cinco famílias controlam 50 dos principais veículos de mídia do país, indica relatório**. Revista Carta Capital. Net. 31 out. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/cinco-familias-controlam-50-dos-principais-veiculos-de-midia-do-pais-indica-relatorio>>. Acesso em: 12 out. 2020.

CHARAUDEAU, Patrik. **Discurso das Mídias**. Tradução Angela S. M. Corrêa. 2 ed. – São Paulo: Contexto, 2012.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. 1ª ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DICIONÁRIO OXFORD. **Advanced Learner's Dictionary: pós-verdade**. Oxford University: Press. Oxford, 2016.

FECHINE, Yvana. Televisão, digitalização e produção de conteúdos: a importância dos gêneros. In: SEIXAS, L; FERRARI PINHEIRO (Orgs.). **Gêneros: um diálogo entre Comunicação e Linguística**. Florianópolis: Insular, 2013.

FONSECA, Júnior. Análise de conteúdo. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2011.

GIANASTACIO, V. O sufixo -ismo na história das gramáticas da Língua Portuguesa. In: 12º Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa do IP/PUC-SP e 3º Congresso Internacional de Lusofonia. **Anais**. Evento realizado de 1 a 3 de maio de 2008. PUC-SP. São Paulo: IP/PUC-SP, 2010, CD-ROM. Disponível em: <<http://www.usp.br/gmhp/publ/GiaA1.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2021.

INTERVOZES; REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. **Monitoramento da Propriedade de Mídia no Brasil (MOM)**. Edição 2017. Net. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 14 jan. 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside TV – experiência, influencia e as novas dimensões do vídeo**. Edição 2020. Net. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2020/03/Kantar-IBOPE-Media_Inside-TV_2020-1.pdf>. Acesso em: 14 out. 2020.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de massa: análise de conteúdo**. Coleção Medium. Eldorado: Rio de Janeiro, 1973.

LEITE, Hellen. **Pandemia de fake news: Estudo lista principais boatos sobre Covid-19**. Correio Braziliense. 05 mai. 2020. Net. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/05/05/interna_mundo,851477/pandemia-de-fake-news-estudo-lista-principais-boatos-sobre-covid-19.shtml>. Acesso em: 14 out. 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MEDINA, Cremilda. O lugar do jornalista: no centro das tensões. In: SEABRA & SOUSA (Orgs). **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

ORELO, E. R. M.; VITORINO, E. V. **Competência informacional: um olhar para a dimensão estética**. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 17, nº 4, p. 41-56, out./dez. 2012. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/48102>>. Acesso em: 4 ago. 2020.

PATIAS, Jaime Carlos. O telejornal sensacionalista, a violência e o sagrado. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa de Comunicação Audiovisual. Intercom 2006. **Anais**. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0631-1.pdf>>. Acesso em 12 out. 2020.

PAULA, L. T.; SILVA, T. D. R. S.; BLANCO, Y. A. **Pós-verdade e fontes de informação**: um estudo sobre fake news. Revista Conhecimento em Ação, v. 3, nº 1, p. 93-110, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/71135>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Amanhã vai ser maior**: o que aconteceu com o Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019.

REVISTA ÉPOCA. **Sikêra Jr**: o apresentador dos Bolsonaros. Net. 21 fev. 2020. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/brasil/sikera-junior-apresentador-dos-bolsonaros-24262607>>. Acesso em 11 out. 2020.

SEDWICK, Mark. **Key thinkers of the radical right**: behind the news threat to liberal democracy. New York City. Oxford University Press: 2019.

SILVA, J. L. C. Pós-verdade e informação: múltiplas concepções e configurações. In: XIX ENANCIB – Encontro Nacional em Pesquisa em Ciência da Informação. GT-1 – Estudos Históricos e Epistemológicos da Ciência da Informação - Comunicação Oral, Londrina, Paraná. **Anais**. Evento realizado de 22 a 26 de outubro de 2018. Disponível em: <<http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/viewFile/1587/1848>>. Acesso em: 5 de jun. de 2019.

SILVA, Karoline. **A construção da notícia no rádio e as novas rotinas produtivas**: um estudo de caso da Rádio Jornal de Pernambuco, 2014. 147 p. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

SILVA, Rafael. **Por que o uso da cloroquina virou bandeira de Bolsonaro**. Jornal A Gazeta. Vitória: Espírito Santo. Publicado em 1 mai. 2020. Disponível em: <<https://www.agazeta.com.br/es/politica/coronavirus-por-que-o-uso-da-cloroquina-virou-bandeira-de-bolsonaro-0520>>. Acesso em: 12 out. 2020.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

THE INTERCEPT. **Bolsonaro se diz perseguido pela imprensa mas Band, SBT, Record e Rede TV! estão ao seu lado**. The Intercept. Net. Publicado em 23 fev. 2020. Disponível em: <<https://theintercept.com/2020/02/23/imprensa-bolsonaro-band-sbt-record-rede-tv/>>. Acesso em: 10 out. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TV A CRÍTICA. **Sikera Jr faz críticas à quarentena e ao Carnaval.** Alerta Nacional, edição de 25 maio de 2020. Net. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jQc5LsnI-QY>>. Acesso em: 07 out. 2020.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência a redução da complexidade nas sociedades contemporâneas. In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008, São Paulo. **Anais.** São Paulo: SBPJor, 2008, p. 47.

WARDLE, Claire. **Five Types of misinformation circulated this election season.** Columbia Journalism. Net. Edição de 18 nov. 2016. Disponível em: <https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php>. Acesso em: 26 abr. 2021.

Recebido em: 27.04.2021

Aceito em: 04.06.2021