
UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NOS PRONUNCIAMENTOS OFICIAIS DE BOLSONARO¹

Mayra Regina COIMBRA²
Willian José de CARVALHO³
Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

A pandemia da Covid-19 modificou o modo de viver de todo o mundo. No Brasil, o comportamento das autoridades municipais, estaduais e federais sobre os efeitos do vírus foram diversos. De certa forma existiu uma politização sobre o tema. O presente artigo busca investigar, por meio da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), as estratégias argumentativas do presidente, Jair Bolsonaro, em seus pronunciamentos realizados em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT), diante da pandemia do coronavírus e se o mesmo contribuiu para o processo de desinformação que emergiu em intensidade nesses tempos de coronavírus.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia e Política; Pronunciamentos; Bolsonaro; *Fake News*; Covid-19.

Introdução

Até o momento atual, a história da humanidade havia sido marcada por duas grandes pandemias: a peste bubônica, no século XIV e a gripe espanhola no início do século XX. Em dezembro de 2019, uma nova pandemia assustou o mundo todo e colocou países e governantes em alerta. O coronavírus, que se iniciou na China, provocou uma crise política, econômica e sanitária de grandes proporções. Até o último levantamento, realizado no dia 08 de outubro de 2020, mais de 36 milhões de pessoas já haviam sido infectadas no mundo e dessas, cinco milhões apenas no Brasil. E mais de um milhão já haviam morrido em decorrência do vírus no mundo e quase 150 mil, só no Brasil.

No entanto, diferentemente das outras crises sanitárias, nesta há a presença ativa das instâncias midiáticas que não demandou da sociedade um isolamento informacional.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: mayracoimbra@gmail.com

³ Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: wjcjornalismo@gmail.com

Neste cenário, o jornalismo se mostrou um suporte importante para a divulgação da ciência e, ainda, na relação da sociedade com essas informações. Por outro lado, verificou-se também um efeito adverso do desenvolvimento informacional: o espalhamento de informações falsas ou enganosas de forma massiva na mídia social. O evento que já havia gerado efeitos negativos em eventos e discussões políticas por todo o mundo, tomou proporções tão grandes durante o combate ao coronavírus que passou a ser descrito pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma “infodemia”.

Diante desse quadro também foi pertinente notar que os líderes políticos reagiram de modos distintos ao enfrentamento da doença. De maneira geral, a maioria dos líderes têm se mobilizado para combater o avanço da Covid-19. No Brasil, o presidente Jair Bolsonaro adotou uma postura contrária às recomendações dadas pelos médicos e pelas autoridades internacionais de saúde. Uma negação que se deu tanto no espaço discursivo quanto no campo das ações. Foi notório o posicionamento abertamente contrário ao isolamento social amplo. A defesa da abertura de serviços não essenciais e a adoção de um isolamento vertical como forma de manter a economia em atividade.

Adjacente a essa postura, há que se destacar para a defesa insistente do uso de hidroxicloroquina no combate à doença, mesmo depois de constantes alertas da comunidade científica sobre a ausência de provas de eficácia do medicamento. Todos esses discursos reforçam a posição de minimização e descrédito da doença que se deu tanto em publicações em suas redes sociais, quanto em pronunciamentos oficiais.

Diante desse cenário não é absurdo considerarmos que Jair Bolsonaro é um importante influenciador em conversações políticas. Isso se dá pelo poder que tem de convencer outros usuários a mudarem sua opinião pela representatividade e força de seus discursos, ou pelo fato de que ele simplesmente pode afetar a estrutura de decisão política ao dar visibilidade a determinadas mensagens e ocultar outras tantas possíveis (RECUERO; SOARES, 2020). Partindo do princípio de que palavras desencadeiam ações e que o discurso político, em especial o presidencialista tem caráter de persuasão, este artigo objetiva analisar as estratégias argumentativas empregadas por Jair Bolsonaro em referência à Covid-19, nos pronunciamentos realizados em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão.

2. Da sociedade de massa à midiatização social: a política midiatizada

O desenvolvimento tecnológico e o crescente avanço dos meios de comunicação, nas distintas esferas sociais, modificaram os modos de interagir de indivíduos e instituições, a política não seria obstáculo a esse processo. A mídia possui como principal característica a mediação técnica, já a midiaticização vai além das características tecnológicas dos meios de comunicação. Este processo engendra novas formas de organização de processos sociais e novos modos de relacionar com as tecnologias.

Para Thompson (2008), os meios e comunicação foram alterando as relações interpessoais e modificando a sociedade. Saímos de uma sociedade marcada pela copresença, das interações face a face e da tradição oral; para, a partir do surgimento dos primeiros suportes de comunicação, uma sociedade na qual a comunicação passa a ser mediada; até chegar ao surgimento dos meios de comunicação em massa (rádio, TV) e, nas últimas décadas, pode ser incluída a internet.

Entretanto, a mídia não pode ser vista numa ótica simplista de canais de transmissão de informação. Elas são entidades onipresentes que se inserem cada vez mais no cotidiano das pessoas, relacionando assim, de forma direta, com o funcionamento da sociedade, e, por consequência, penetrando nas instituições e campos sociais, criando um novo modo de ser no mundo e participando da vivência social (GOMES, 2004).

Essa compreensão nos permite relacionar com o processo de midiaticização. Tal fenômeno acontece de forma contínua e acompanha a atividade humana, a evolução da sociedade moderna e o desenvolvimento dos *media* (THOMPSON, 1998). Portanto, em uma sociedade midiaticizada, às mídias perpassam para uma situação em que não há apenas de sentido único – emissor e receptor, pelo contrário, a própria mídia confunde-se com os outros processos sociais e há uma virtualização da interação social (HJARVARD, 2012). De uma sociedade centrada nos meios de comunicação para uma sociedade permeada pela mídia.

Como resultado, a realidade da sociedade midiaticizada supera e engloba dinâmicas específicas que modificam o meio social. E, como tela de fundo da interação das dinâmicas sociais, há a promoção da realidade digital. Conforme aponta Gomes (2016), a sociedade em midiaticização constitui nos diversos processos sociais, uma nova ambiência, um novo modo de ser de mundo, o que caracteriza a sociedade atual.

Essa lógica também se faz presente no campo político. Como aponta Martino (2019), os vários regimes políticos possuem necessidade de se tornarem visíveis. Essa visibilidade se dá tanto para o povo quanto para outros regimes. Com o advento da

comunicação mediada, a visualidade da política ganha uma nova dimensão, sem abandonar as anteriores, em termos de uma visibilidade mediada das questões políticas (THOMPSON, 1998; MARTINO, 2019).

Na sociedade em midiatização, uma nova ambiência se instaura, lapidando um novo modo de ser de mundo por meio dos diversos processos sociais que caracteriza a sociedade atual (HJAVARD, 2012, GOMES, 2016). E, após um maior uso da potencialidade da internet, a noção passa a se referir a um ambiente, no qual a comunicação política encontra outras formas de circulação. Se antes era necessário ao ator político recorrer a instancia midiática tradicional, hoje com as novas mídias é permitido um diálogo mais direto entre o político e o eleitor.

Por meio dessa nova ambiência, o ator político necessita manter constantemente certa fidelidade ao seu eleitorado. Há nesse processo uma crescente identificação a figura do candidato que se torna mais importante do que a identificação partidária. Desse modo, a todo o momento, o político (eleito ou não) está em campanha permanente⁴, ou seja, a todo momento está em disputa. Com a ampliação do espaço público imbricado no processo de midiatização, as novas mídias e também as tradicionais se atravessam a todo o momento, utilizam desses espaços de forma estratégica a fim de construir e manter o apoio popular.

3. Desinformação e *Fake News* em tempos de pandemia

A crise do coronavírus fez ressurgir várias discussões que já haviam sido iniciadas no campo da comunicação: o processo de desinformação, o uso de tecnologias para criação e disseminação de imagens e textos, a disseminação de *fake news*, a emergência do negacionismo científico, a pós-verdade e entre outros temas. Assim como todo surto, a Covid-19 veio acompanhada por uma enxurrada de informações, dentre elas as informações falsas e desencontradas, os rumores. A diferença deste surto para os anteriores se deu pela presença da internet, que amplificou o fenômeno de compartilhamento da desinformação.

⁴ Campanha permanente refere-se ao uso dos recursos disponíveis do marketing no trabalho por parte dos indivíduos e organizações eleitas a fim de construir e manter o apoio popular. Para tanto, deve-se valer dos novos instrumentos da comunicação política – como a espetacularização e a personalização dos candidatos, que podem ser trabalhadas tanto no período eleitoral quanto na gestão governamental (LILEKER, 2007, GALICIA, 2010).

Kakutani (2018) argumenta que, as *fakes news* não são uma novidade, no entanto a internet e as redes sociais permitiram com que boatos, especulações e mentiras se espalhassem pelo mundo em questão de segundos. Na disseminação de notícias falsas, a tecnologia se provou um combustível altamente inflamável. Mais do que democratizar informações, a possibilidade do anonimato evidenciou uma ausência de responsabilidade e facilitou a atuação de produtores de desinformação.

Para o autor, existem problemas sistêmicos em relação ao modo como as pessoas obtêm informações e como elas passaram a pensar de modo cada vez mais polarizado. Esse cenário se acentua pelas redes sociais, que conectam os indivíduos que pensam da mesma forma e excluem aqueles que pensam diferente. O enorme volume de dados na web permite que as pessoas selecionem cuidadosamente fatos, factoides ou não fatos que apoiem seu ponto de vista, encorajando tanto acadêmicos como amadores a encontrar material para apoiar suas teorias, em vez de examinar evidências empíricas para chegar a conclusões racionais (KAKUTANI, 2018, p.151).

Esse cenário é chamado por pesquisadores atualmente de pós-verdade. D'ancona (2018) explica que a palavra pós-verdade foi eleita em 2016 pelo Dicionário de Oxford (*Oxford Dictionaries*) como palavra do ano. A definição de forma abreviada significa “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”.

Para D'ancona (2018) a razão pela qual estamos vivendo a era da pós-verdade se dá pela erosão da confiança. Nos últimos anos, vivemos um período de intensos escândalos políticos que tiveram como consequências a perda de credibilidade na política partidária e na imprensa. Esse cenário “deu margem à disseminação de um ceticismo neurótico em relação ao jornalismo institucionalizado e à esfera política” (SOUZA JUNIOR, p.281, 2020). Fortalecidos pela descrença generalizada surgiram as manifestações de populismo que, diante de uma realidade complexa e instável se apresentou na forma de sistemas hipersimplificados, com uma linguagem maniqueísta, polarizada e com forte apelo emocional.

Kakutani (2018) argumenta que, existem várias teorias que tentam explicar o porquê as pessoas tendem a acreditar rapidamente em informações que sustentem suas crenças e rejeitam aquelas que as contestam. Segundo ele, há um instinto primitivo de defender o próprio território. Para o autor, a internet está fazendo com que a “sabedoria

das multidões” tome o lugar do conhecimento científico, nublando perigosamente os limites entre fato e opinião, entre argumentação embasada e especulação.

Perosa (2017) acrescenta que, além da queda de confiança nas instituições tradicionais, outros dois fatores corroboram para a presença da pós-verdade nos dias atuais: a alta polarização que aciona o debate menos racional e mais emocional e o apreço pelo consenso que leva as pessoas a colocar os nervos à flor da pele e a descentralizar a informação, possível com a expansão da internet.

Kakutani (2018) explica que, assim como observou Orwell, a partir do momento que a verdade se torna tão fragmentada abre-se um caminho para que algum líder ou grupo dominante dite em que ou em quem se deve acreditar. “Se o líder diz que determinado evento ‘nunca aconteceu’ – bem, aquilo nunca aconteceu” (KAKUTANI, 2018, p. 64 e 65). Nesse contexto, Recuero e Soares (2020) trabalham com o conceito de influenciadores em conversações políticas – são usuários que de alguma forma podem convencer outros usuários a mudarem sua opinião ou afetar a estrutura de decisão política dando visibilidade a certas mensagens e ocultando outras.

4. Estudo de Caso: Pronunciamentos Oficiais em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT)

A Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT) é o instrumento pelo qual os chefes dos três poderes da República, ministros de Estado e presidentes de Tribunais Superiores, como o STF (Supremo Tribunal Federal) e o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) realizam pronunciamentos à nação brasileira. Por meio do sistema de radiodifusão, as emissoras de sinal aberto retransmitem ao vivo tais pronunciamentos. Tal prática é comum a todos os presidentes, especialmente os da redemocratização do país. Há que se destacar, que Bolsonaro tem utilizado com maior frequência essa prerrogativa; em 21 meses de governo⁵, se dirigiu à nação por meio desse instrumento 12 vezes.

4.1 A conjuntura política e a Pandemia da Covid-19

Não é possível separar a dinâmica da pandemia das especificidades de cada país, bem como as questões sociais e políticas vividas por eles anteriormente à crise. O Brasil, por exemplo, já enfrentava um período extremamente conturbado tanto no cenário social

⁵ <https://www.poder360.com.br/midia/bolsonaro-e-o-presidente-que-mais-fez-pronunciamentos-em-21-meses-de-governo/> Último acesso em 31 de setembro de 2020.

quanto político. Um acontecimento marcante que deu início a essa desordem foram as grandes manifestações de rua, em 2013, que reuniu milhares de pessoas sob pautas diversas, mas com um ponto em comum: a insatisfação popular. Essa tensão política foi crescendo progressivamente e se intensificou nas eleições de 2014, com a vitória de Dilma na qual o país ficou dividido e essa divisão se desdobrou no impeachment da presidente em 2016, substituída pelo seu vice, Michel Temer.

O cenário econômico se deteriorou na mesma proporção que o cenário político. Recessão econômica, alta no desemprego, agendamento e espetacularização de esquemas de corrupção, em especial a Operação Lava Jato, por meio dos meios de comunicação, fez parte desse cenário de crise. Em 2018, o quadro político brasileiro ficou ainda pior. A polarização iniciada nas eleições de 2014, se intensificou com a eleição de Jair Bolsonaro (sem partido) e pode ser percebida atualmente. Esse cenário é fundamental para compreendermos como o Brasil tem reagido e enfrentado a crise da pandemia. Visto que, a polarização não fica restrita ao debate público, como também recai nas ações do poder público e na forma como a sociedade enxerga e age diante da doença.

A primeira medida de enfrentamento do governo brasileiro ao coronavírus aconteceu no dia 05 de fevereiro, quando enviou aviões⁶ para trazer pessoas que desejavam voltar e estavam impedidas pelas restrições aos voos comerciais. A declaração de pandemia no mundo aconteceu apenas em 11 de março. Nesta data, o Brasil contava com 52 casos confirmados e 907 suspeitos. Enquanto o Sistema Único de Saúde (SUS) já se preparava para a doença, Jair Messias Bolsonaro, no dia 26 de janeiro⁷, minimizava o problema dizendo estar preocupado com a doença, mas sem ver motivo para alarme.

Diante da negação do presidente, os governadores passaram a agir isoladamente e buscar seus próprios meios para fechar fronteiras, montar hospitais de campanha, aumentar os leitos de UTI, adquirir equipamentos de saúde, o que causou irritação de Bolsonaro. Ele afirmou insistentemente ao longo de seus discursos, entrevistas e *lives* que “é uma pequena crise”, “não há motivo para pânico”, “outras gripes já mataram mais”. A atitude do governo diante do enfrentamento da crise se caracterizou pela negação e pela

⁶ Coronavírus: aviões da FAB decolam de Brasília para buscar brasileiros na China - <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/02/05/coronavirus-avioes-da-fab-decolam-em-viagem-para-buscar-brasileiros-na-china.ghtml>

⁷ “Temos que nos preocupar, mas por enquanto nada de alarme”, diz Bolsonaro sobre coronavírus - <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/temos-que-nos-preocupar-mas-por-enquanto-nada-de-alarme-diz-bolsonaro-sobre-coronavirus-1-24212131>

minimização da pandemia. Ele foi reconhecido como um dos quatro líderes a rejeitar o campo científico sobre a gravidade da doença (LIMA ET. ALL., 2020).

O desrespeito à pandemia não se deu apenas no âmbito discursivo, mas também nas ações do presidente que descumpriu as ordens até do próprio ministro, Henrique Mandetta, e participou de manifestações, passeios a locais públicos, sem uso de máscara. Tal comportamento refletiu na demissão do mesmo e sua substituição por Nelson Teich, que também deixou o cargo⁸ em meio a uma polêmica com o presidente sobre a adoção da hidroxicloroquina como protocolo de tratamento para a doença. E foi substituído por Eduardo Pazuello, general que ocupava a Secretaria Executiva.

4.2 Análise de Conteúdo: Pronunciamentos em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT)

Como já citado, o presidente dirigiu-se a população com a temática da Covid-19 em seis momentos distintos, cinco deles em CNRT. Há uma maior concentração de pronunciamentos entre o período de março a abril. Os cinco pronunciamentos em CNRT relacionados à pandemia correspondem a um total de 20 minutos e 09 segundos.

Tabela 01 - Pronunciamentos de Jair Bolsonaro em CNRT

Data do pronunciamento:	Tempo de duração:
Pronunciamento em CNRT - 06 de março de 2020	2min.04seg.
Pronunciamento em CNRT - 12 de março de 2020	2min.
Pronunciamento em CNRT - 24 de março de 2020	4min.58seg.
Pronunciamento em CNRT - 31 de março de 2020	7min.56s.
Pronunciamento em CNRT - 04 de abril de 2020	5min.11seg.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Para analisar os pronunciamentos do presidente, em um primeiro momento, após a análise preliminar foi feito um levantamento das temáticas acionadas por Bolsonaro como estratégia de articulação com a população, conforme se observa na tabela abaixo:

Tabela 02 - Temas acionados nos pronunciamentos em CNRT

Tema:	Descrição:
-------	------------

⁸ Após ultimato sobre cloroquina, Teich pede demissão do Ministério da Saúde - <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/05/apos-ultimato-sobre-cloroquina-teich-pede-demissao-do-ministerio-da-saude.shtml>

Medidas de enfrentamento a Covid-19	Diz respeito a falas em que o presidente apresenta as medidas que estão sendo tomadas pelo seu governo no enfrentamento da crise nas diversas áreas - economia, saúde, educação etc.
Minimização da Covid-19	Relaciona a falas do presidente que indicam um comportamento de descaso e pouca preocupação com a pandemia
Covid-19 x Economia	Refere-se a discussão sobre os desdobramentos da crise econômica e os impactos na economia do país
Embate com a imprensa	Diz respeito a falas do presidente atacando a imprensa e seus profissionais gerando um embate
Críticas a governadores e prefeitos	Falas em que existe opinião de julgamento a ações de enfrentamento por parte dos governadores e prefeitos
Críticas ao isolamento social	Tratam de falas do presidente contrárias a medidas de isolamento social horizontal e que defendem o fim de tal procedimento
Defesa da Hidroxicloroquina	Abarca falas em que Bolsonaro defende o uso da Cloroquina/hidroxicloroquina como medicamento no tratamento da Covid-19 em pacientes
Apoio aos profissionais de saúde	Compreende falas em que o presidente destaca e/ou parabeniza a atuação dos profissionais da saúde que atuam na linha de frente contra a Covid-19
Mensagens religiosas	Refere-se a falas em que o presidente aciona a figura divina ou cita alguma passagem bíblica.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

- Pronunciamento do dia 06 de março de 2020

O primeiro pronunciamento de Bolsonaro a nação brasileira traz como temática principal o surgimento do coronavírus. Destaca que o país foi precursor dentro da América do Sul a lidar com a enfermidade. E coloca o Executivo Nacional como um grande articulador junto dos estados e municípios. Bolsonaro coloca que não é necessário criar pânico mesmo que o problema possa se agravar. E pede que a população siga as recomendações dos especialistas da área, pois, é a melhor medida de prevenção.

Há nesse primeiro pronunciamento, por parte do presidente, uma postura mais tranquila. Algo que possa ser justificado por não haver um número alto de casos no Brasil. O ponto de destaque dessa fala em CNRT está no pedido de que seja seguido por parte da população as recomendações dos especialistas como o uso de máscaras, uso de álcool gel e álcool 70%. O país continuava numa normalidade sem nenhuma medida mais rigorosa de isolamento social.

- Pronunciamento do dia 12 de março de 2020

O segundo pronunciamento se deu um dia após a deflagração da pandemia pela OMS. O presidente abordou os limites do Sistema de Saúde do país, entretanto,

novamente pede calma por parte da população. Bolsonaro incentivou que se evite grande concentrações, especialmente por haver atos públicos marcados para o dia 15 de março em prol do seu mandato por parte dos apoiadores.

Apesar de status de pandemia, Bolsonaro ainda manteve uma postura tranquila. Em relação aos atos pró-Governo, o presidente indica que apoia as manifestações, finalizando o seu pronunciamento com a seguinte frase: “por isso, as motivações da vontade popular continuam vivas e inabaláveis” (PRONUNCIAMENTO... 2020b).

- Pronunciamento do dia 24 de março de 2020

Após 12 dias do seu segundo pronunciamento, o presidente se dirigiu novamente aos brasileiros. Bolsonaro inicia seu discurso parabenizando a atuação do ministro Mandetta junto aos estados e municípios e afirmou que o Sistema Único de Saúde (SUS) está sendo preparado para um possível aumento da doença. Apesar de demonstrar preocupação com a disseminação do vírus, o presidente muda o tom logo em seguida. Ele culpa a imprensa brasileira por causar pânico e histeria à população brasileira, quando esta notícia os casos de infectados e mortos na Itália.

Os ataques não se restringiram apenas à imprensa, mas também ao posicionamento de alguns prefeitos e governadores que tomaram medidas protocolares mais firmes em direção ao isolamento social. A justificativa da crítica se deu sob a alegação de que era preciso manter os empregos e garantir o funcionamento da economia. Em outro momento ele minimiza a pandemia e afirma que em breve tudo passará e as coisas precisam voltar ao normal e endossa “No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito, acometido de uma gripezinha e ou resfriadinho” (PRONUNCIAMENTO..., 2020c). Bolsonaro finaliza apontando a Hidroxicloroquina como um medicamento promissor para o tratamento do vírus e parabenizando os profissionais da saúde que atuam na linha de frente. Por fim, reafirma sua crença em Deus, acreditando que este capacitará cientistas e pesquisadores para a cura da doença e reforça que não existe motivos para pânico e histeria.

- Pronunciamento do dia 31 de março de 2020

Bolsonaro ao se dirigir a nação, falou dos esforços do Governo Federal para o combate à Covid-19. O presidente continuou criticando o isolamento social de forma horizontal e defendendo a normalidade das atividades econômicas, sob a justificativa da

manutenção dos empregos. E chamou a atenção para os empreendedores e trabalhadores informais que seriam os mais atingidos com as medidas de isolamento social mais rígidas.

Bolsonaro também colocou a questão da aprovação do Auxílio para milhões de brasileiros. O presidente novamente retomou a questão da Economia do país e justifica a queda nos postos de trabalhos está relacionada a medidas rígidas de isolamento social feitas por alguns estados e municípios. E afirma que a proteção de vidas e preservação dos empregos era um compromisso necessário e que atuaria para atender o prometimento.

Novamente o presidente coloca a questão da hidroxicloroquina como medicamento no combate à doença apesar de não haver nenhuma comprovação de eficácia por estudos médicos. Por fim, Bolsonaro disse que seu compromisso não é apenas durante a pandemia e que precisa preparar o país para a retomada, fortalecendo o Brasil para estar mais forte após o período pandêmico.

- Pronunciamento do dia 08 de abril de 2020

Ao se dirigir a nação o presidente novamente traz ao debate público temas que estiveram presentes em seus pronunciamentos anteriores. Bolsonaro novamente coloca-se em uma posição de retomada das atividades econômicas e defesa do uso da Cloroquina como medicamento no tratamento de casos da Covid-19. Bolsonaro enfatizou que o isolamento social horizontal causaria danos na questão da empregabilidade do país e que milhares de pessoas seriam prejudicadas por tais ações que segundo ele eram muito radicais.

Bolsonaro se solidarizou às famílias dos falecidos pela doença. O chefe do Executivo Nacional e retomou a questão do emprego. Por parte do presidente, colocou como necessidade de equilibrar as duas situações - o combate a Covid-19 e manutenção do desemprego. Outra vez, colocou a questão do uso da hidroxicloroquina. Por último, o chefe do executivo nacional lembrou as medidas econômicas que foram adotadas para ajudar milhões de brasileiros e empregadores e criticou a postura de quarentena mais rígidas assumidas prefeitos e governadores,

A seguir apresentamos uma tabela com os acionamentos temáticos feitos pelo presidente durante o período de análise.

Tabela 03 - Temas acionados nos Pronunciamentos em CNRT

Tema:	06/03	12/03	24/03	31/03	08/04
Medidas de enfrentamento a Covid-19	X			X	X
Minimização da Covid-19	X	X	X	X	
Covid-19 x Economia			X	X	X
Embate com a imprensa			X		
Críticas a governadores			X		
Críticas ao isolamento social			X	X	X
Defesa da Hidroxicloroquina			X	X	X
Apoio aos profissionais de saúde			X	X	
Mensagens religiosas		X	X	X	X

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Os temas mais acionados ao longo dos cinco pronunciamentos foi Minimização da Covid-19 e Mensagens religiosas - esteve presente em quatro do total analisado. Para minimizar a pandemia o presidente usou termos como “histeria”, “pânico”, “gripezinha”, “resfriado”, “brevemente passará”. Tal evidência deixa claro a postura negacionista do presidente e o discurso que ele estrategicamente destinou a população brasileira. Kakutani (2018) argumenta que a verdade está em declínio na sociedade atual. Há uma prevalência da opinião em detrimento do conhecimento científico e especializado, das emoções acima dos fatos. Quando Bolsonaro ignora os posicionamentos científicos e cria um discurso paralelo contrário a ciência ele passa a gerar informação na direção da confirmação de suas crenças, enviesando uma discussão eficiente de combate a pandemia.

“Mensagens religiosas” também apareceu em quatro pronunciamentos e demonstra uma estratégia já utilizada durante o período de campanha - de usar o nome de Deus como forma de sustentar seus discursos. Tal estratégia de narrativa evidencia a pós-verdade - um tempo em que os fatos estão desvalorizados e são menos importantes do que as crenças e as emoções dos indivíduos (D’ANCONA, 2018; SANTAELLA, 2019).

O segundo tema acionado foram “Medidas de Enfrentamento a Covid-19”, “Covid-19 x Economia”, “Críticas ao isolamento social” e “Defesa a hidroxicloroquina”. Ambos apareceram em três dos cinco discursos. Tais temas contribuem para refletirmos em quais pilares Bolsonaro se apoiou para construir sua imagem diante da população, nos pronunciamentos políticos. A prevalência da categoria “Medidas de Enfrentamento a

Covid-19” aponta que ainda que o presidente minimize a pandemia, ele sente necessidade, enquanto comunicador governamental, de divulgar as medidas tomadas pelo governo, como uma espécie de propaganda política diante do olhar do público. No entanto, ao apontar as medidas de enfrentamento tomadas pelo governo, nota-se a evidente preocupação com a economia do país, até mais do que as próprias questões sociais e sanitárias da doença. Logo, a categoria “Covid-19 x Economia” também aparece como segundo tema mais acionado. O presidente ressalta nos discursos a importância de salvar a economia e de salvar empregos como elementos mais importantes do que a própria crise.

“Críticas ao isolamento social” também foi acionada três vezes. É evidente que Bolsonaro é um personagem fundamental no fluxo de comunicação sobre a Covid-19, dada sua reputação social, o papel que ocupa e o lugar de fala que está. Ao criticar o isolamento social e apoiar a abertura do comércio para retomada da economia, o presidente contraria à concepção científica em detrimento das questões ideológicas e contribui para o processo de desinformação e na forma como as pessoas vão apreender a realidade. Ao minimizar a importância de algumas medidas, o presidente condiciona os indivíduos a minimizá-las também. Ao defender o fim do isolamento social por acreditar que não exista comprovação de que tal medida seja eficiente, Bolsonaro está conspirando contra a ciência. Para Lima et al. (2020), as teorias conspiratórias interferem e traz consequências no processo de adoção e aderência às medidas de contenção e tratamento da doença por parte da população.

“A defesa da hidroxicloroquina” apareceu também em três discursos. Nota-se que o medicamento se tornou uma “arma política” nas mãos de Bolsonaro, que, apesar de minimizar a doença, confia fielmente na eficácia do remédio. Essa postura de defesa a cloroquina reforça a sua tese de que o isolamento social tal como está posto pela ciência é exagerado, e cria um conflito entre ciência e política.

As temáticas menos acionadas foram “Apoio aos profissionais de saúde” (duas vezes) e “Embate com a imprensa”, “Críticas a governadores” (uma vez). O “apoio aos profissionais de saúde” – pouco acionado - corrobora com importância que o presidente dá a pandemia e os desdobramentos dela na sociedade. Nota-se, portanto, que durante os pronunciamentos em Cadeia Nacional, Bolsonaro evitou utilizar o conflito que tanto alimentou nas redes, envolvendo a imprensa e os governadores. Visto que, nas redes, ele está falando para seu público fiel, logo é interessante que ele alimente o conflito para

ganhar apoio. Já nos pronunciamentos, ele se direciona a população em geral, o que lhe exige um posicionamento mais contido e menos combativo.

Considerações Finais

A administração das estratégias de comunicação governamental são cruciais para projetar os projetos políticos e garantir a adesão e o apoio popular. Elas funcionam como um caminho de interlocução entre o governante e a sociedade. No momento de crise em questão, notamos que, Jair Bolsonaro intensificou os usos de um dos elementos construtores de suas estratégias comunicacionais - os pronunciamentos em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT). O presidente acionou essa estratégia sete vezes apenas no ano de 2020, e seis delas relacionavam-se com a crise do coronavírus.

No entanto, há que se destacar que a utilização dessa ferramenta comunicacional se mostrou estratégica. Visto que, dos seis pronunciamentos realizados, quatro aconteceram em março e dois em abril - nos meses iniciais da crise. Conforme a crise vai aumentando no país e conseqüentemente o medo, a insegurança das pessoas, o presidente passa a não fazer mais uso do espaço de fala anteriormente utilizado e deixa a população ausente de explicação e posicionamento do governo. Ou seja, em momentos onde a crise se intensifica o presidente desaparece. As mensagens ocorrem somente no espaço reservado de suas redes sociais, destinada mais especificamente para seus seguidores.

Em relação ao discurso feito nos pronunciamentos, observamos que, o presidente recorre principalmente à estratégia de minimização da doença, associando-a a gripes e resfriados. Ele utiliza-se de simplificações para reduzir a gravidade do problema, uma consequência da ausência ou intenção de ignorar e negar conhecimentos científicos e priorizar crenças e fatos que corroboram com seus posicionamentos políticos - característica da pós-verdade.

Há exemplo de seu comportamento político durante todos os anos em que esteve envolvido com a política, na crise da Covid-19, Bolsonaro utilizou-se dos confrontos. Ao invés de gerir, ele alimentou e ampliou a crise, pois é no confronto que ele aparece e se reconhece. A própria pandemia foi discursivamente construída como mais um inimigo a ser combatido pelo governo na disputa política. O presidente deixa claro em seus discursos os embates envolvendo governadores e prefeitos e até mesmo a imprensa. Indo mais além, estes não são os únicos inimigos do governo, mas o vírus personifica problemas pelos quais o governo precisa lutar: o desemprego, a fome, a economia.

Se considerarmos o fato de que ele aciona a pandemia como um inimigo político a ser combatido, a hidroxicloroquina e a cloroquina funcionam como ferramenta de luta e a solução para o problema. A defesa insistente do remédio emite a mensagem de que a Covid-19 é uma enfermidade conhecida e para as quais já existem protocolos, logo as pessoas podem retomar sua vida normalmente e em caso de infecção ao novo vírus, basta ingerir a medicação. Dessa forma, Bolsonaro constrói uma realidade distorcida sobre a Covid-19 como forma de legitimação do seu poder diante da população e atua de modo influente na forma como as pessoas vão apreender a crise e organizar seus pensamentos e comportamentos.

REFERÊNCIAS

- D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News**. São Paulo, Faro Editorial: 2018.
- GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai./ago. 2016.
- HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, n.2, p.53-91, 2012.
- KAKUTANI, M. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Rio de Janeiro: Intrínseca; 2018.
- LIMA, C.; SANCHEZ-TARRAGÓ, N.; MORAES, D.; MAIA, M. **Emergência de saúde pública global por pandemia de COVID-19: desinformação, assimetria de informações e validação discursiva**. São Paulo. 2020.
- MARTINO, Luis Mauro Sá. Midiatização da política, entretenimento e cultura pop Dimensões conceituais e práticas. **Mediaciones de la Comunicación**, Montevideo, v. 14, n.º. 2, 145-164, 2019 -
- PEROSA, T. **O império da pós-verdade**. <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html> .
- RECUERO, R.; SOARES, F.; (2020). **O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso**. 10.1590/SciELOPreprints.84.
- SANTAELLA, Lucia. **A Pós-Verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.
- SOUSA JÚNIOR J.H.; RAASCH, M.; SOARES, J.C.; DE SOUZA L.V.; **Da desinformação ao caos: uma análise das fake news frente à pandemia do coronavírus (COVID-19) no Brasil**. Cadernos de Prospecção. 2020;13(2 Covid-19):331-46.
- THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.