

Fora do quadro: a imagem pública de Bolsonaro pelo Jornal Nacional na pandemia¹

Viviane Maia Vilas BOAS²
Naason Galdino da Silva NERIS³
Vítor Neves de OLIVEIRA⁴

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Este artigo pretende apresentar os enquadramentos predominantes propostos pelo Jornal Nacional em relação ao presidente Jair Bolsonaro durante a cobertura da pandemia da Covid-19. A perspectiva teórica compreende os enquadramentos noticiosos entendidos como recursos responsáveis por destacar e enfatizar algumas informações, construindo uma determinada interpretação dos fatos. Selecionamos sete edições transmitidas pelo JN em dias que o Brasil registrou marcas simbólicas de mortes. Foram analisadas 19 notícias que citavam o presidente Bolsonaro, a partir dos dispositivos de enquadramento: metáforas, exemplos, slogans, representações e imagens visuais, acrescido do tempo das edições e das notícias. Com base nos resultados da análise, foram identificados três enquadramentos predominantes: irresponsabilidade, isolamento e insensibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo. Pandemia da Covid-19. Jair Bolsonaro. Jornal Nacional. Enquadramento noticioso.

Introdução

O Jornal Nacional estreou em 1º de setembro de 1969 com o propósito de integrar a população brasileira por meio de um telejornal que fosse transmitido para todo o país. A fim de alcançar esse objetivo, a Rede Globo inaugurou, na época, a transmissão em rede nacional através do sistema de micro-ondas, possibilitando que o JN chegasse a mais de 56 milhões de brasileiros, a princípio, nas capitais – São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba e Porto Alegre.

Por meio do Jornal Nacional, os brasileiros assistiram aos principais acontecimentos políticos, econômicos e culturais do país das últimas cinco décadas. Nesse período, o JN

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação Social pela UFMG, professora e coordenadora do curso de Jornalismo da PUC Minas/campus Coração Eucarístico. E-mail: vivianemaia@pucminas.br

³ Co-autor e graduado em Jornalismo pela PUC-MG. E-mail: nerisgaldino73@gmail.com

⁴ Co-autor e graduado em Jornalismo pela PUC-MG. E-mail: vitor.oliver2458@gmail.com

tornou-se um dos mais importantes, longevos e premiados programas jornalísticos do país. O telejornal é líder de audiência no horário nobre da Rede Globo e possui um público consolidado entre os vários estratos da sociedade, sendo considerado um dos principais veículos responsáveis por influenciar a opinião pública.

Quando o JN entra no ar, grande parte do público já está ciente da maior parte das notícias. Assim, ao invés de ser a primeira fonte, o telejornal procurou organizar as notícias do dia em histórias com começo, meio e fim. Segundo Bonner, "é como se a divulgação de uma informação pelo JN representasse a necessária confirmação de sua veracidade, em um universo infinito de boatos e mensagens falsas que chegam aos olhos e ouvidos de todos, no mundo inteiro." (MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 65).

A partir dessas considerações, surge a motivação em compreendermos como a mídia atua na construção da imagem de figuras públicas. Partimos do pressuposto de que os meios de comunicação colaboram para a formação da imagem pública de personalidades, sem desconsiderar que vivemos em uma sociedade midiaticizada, fortemente marcada pela circulação de mensagens em rede. Esse ambiente foi determinante para a eleição do presidente Jair Bolsonaro em 2018 que, mesmo depois de eleito, continuou a recorrer às mídias sociais para divulgar suas ideias e conversar diretamente com seus seguidores, sem a mediação da imprensa.

Em 12 de março de 2020 o Ministério da Saúde registrou a primeira morte provocada pela Covid-19 no Brasil. Os meios de comunicação estavam acompanhando de perto a maior crise sanitária da história recente, atualizando, quase que imediatamente, as informações sobre a doença. A sociedade civil, ávida por notícias, estava atenta às ações adotadas pelos governantes, com base nas orientações da comunidade científica internacional.

Enquanto a maioria das nações seguiam as medidas recomendadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelos órgãos sanitários locais, outras, como é o caso dos Estados Unidos e do Brasil, se posicionaram no sentido contrário.

O presidente Jair Bolsonaro, desde então, critica o isolamento social, provoca aglomerações e se recusa a usar máscara, minimizando os efeitos e a gravidade da doença que ele próprio classificou como "gripezinha". Além da postura contrária ao recomendado pelos órgãos de saúde, os ataques do presidente à mídia se intensificaram desde então. O presidente já se referiu à Rede Globo como "TV Funerária, corrupta, canalhas, imprensa porca, nojenta, jornalismo podre, imoral".

Nesse cenário conflituoso, as declarações e o comportamento do presidente, como também as reações de governadores, parlamentares, magistrados, profissionais da saúde e outras autoridades, se tornaram uma pauta importante no Jornal Nacional. Durante boa parte da crise sanitária, o telejornal ampliou seu tempo de duração e se dedicou majoritariamente à cobertura de temáticas relacionadas à pandemia de Covid-19.

Nessa perspectiva, esse trabalho buscou revelar os enquadramentos noticiosos propostos pelo JN durante a cobertura da gestão de Bolsonaro na pandemia, partindo do pressuposto de que a mídia colabora para a formação da imagem de figuras públicas. A noção de enquadramento noticioso (PORTO, 2002) pode ser entendida como o ângulo da notícia, ou refere-se às escolhas feitas pelos jornalistas ao evidenciarem certos aspectos da realidade em detrimento de outros.

Analisamos sete edições do Jornal Nacional em datas "emblemáticas", dias em que o país registrou marcas simbólicas⁵ de mortes. Para compreendermos os enquadramentos propostos, utilizamos as categorias de análise propostas por Gamson e Lash (1980) e Gamson e Modigliani (1989), que compreendem os dispositivos metáforas, exemplos, slogans, representações e imagens visuais, acrescidos do dispositivo tempo.

1. Bolsonaro: tensionamentos em rede

Jair Messias Bolsonaro construiu sua imagem pública pautada em ideias ultraconservadoras, como o armamento da população e o apreço à ditadura militar. O controverso processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff e os desdobramentos das investigações da Operação Lava Jato despertaram um sentimento nacional de insatisfação com o PT e com a política tradicional, contexto que contribuiu para alçar Bolsonaro como um representante dessas causas. De forma inédita, o político criou um posicionamento *outsider*, conversando "diretamente" via redes sociais com diversos setores.

Para Weber (2009, p. 20), imagem pública é a "opinião expressa de determinadas pessoas ou instituições sobre outras pessoas e instituições de projeção pública". Todos os personagens públicos são avaliados pela sociedade civil e por outros personagens públicos que criam no imaginário coletivo e individual uma ideia sobre a figura em questão. "[É] um processo de construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de

⁵ O termo refere-se aos dias em que o país registrou números significativos ou notáveis e com alto poder simbólico de óbitos em decorrência da Covid-19: 10 mil, 50 mil, 100 mil e assim por diante.

quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos." (WEBER, 2004, p. 260). A autora salienta que uma imagem é interpretada de forma positiva ou negativa a depender da junção entre o imaginário popular, que pode ser ficcional, e a imagem real, tal como é, portanto, a representação de uma imagem pública não é unânime, o que justifica, em alguma medida, a polarização em torno da figura do presidente.

No processo de construção de uma imagem estão envolvidos a figura pública interessada, o público, responsável por assimilar a imagem construída, e os meios de comunicação, que mediam a concepção da imagem. Historicamente, o papel da imprensa na elaboração de imagens públicas pode ser decisivo para um reflexo positivo ou negativo de um ator político.

Jair Bolsonaro, entretanto, para ter maior controle sobre sua imagem, recorre, desde o período eleitoral, ao uso intenso das redes sociais digitais. No Instagram, o presidente possui quase 19 milhões de seguidores; no Facebook, mais de 14 milhões; e no Twitter, cerca de 7 milhões. Segundo Hjarvard (2015, p. 59), as novas mídias permitem que as figuras estejam em vários lugares ao mesmo tempo e aproximem suas relações com o público, favorecendo a imagem da figura pública, já que ela pode evidenciar características positivas e ocultar as negativas, o que representa, para o autor, "o exercício do controle social".

Outra parte importante da sua estratégia é a desqualificação constante do jornalismo. Nas redes sociais, o presidente realiza ataques à imprensa e aos inimigos políticos e compartilha opiniões, muitas vezes, sem qualquer compromisso com a verdade. De acordo com a agência Aos Fatos (2021)⁶, em 946 dias de governo, Bolsonaro deu mais de 3500 declarações falsas ou distorcidas e, apenas sobre o tema "coronavírus", foram mais de 1800 falas. Segundo Hjarvard (2012, p. 78-79), as figuras públicas podem definir como se relacionar nas redes virtuais e os fatos podem ser contados como bem quiserem.

A postura do presidente nos ambientes digitais gera identificação com parte dos usuários e contribui para a consolidação de sua imagem em determinados grupos. As mensagens que são compartilhadas possuem um alcance imensurável, colaborando para a propagação de mentiras e discursos de ódio. "Quanto mais a informação compartilhada se inscreve intermediaticamente nos interstícios da rede, mais visibilidade alcança e mais relevância adquire na construção social da realidade." (ALZAMORA, 2012, p. 53).

⁶ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>. Acesso em: 6 ago 2021.

A desqualificação dos veículos de comunicação, chamando-os de mentirosos e corruptos, aumentou a disputa pela representação da imagem do presidente através de suas redes sociais digitais, principalmente entre ele próprio e o Jornal Nacional. Em junho de 2020, quando foi perguntado sobre o atraso na divulgação dos números de infectados e mortos pela Covid-19, Bolsonaro se manifestou favorável à decisão do Ministério da Saúde em publicar os boletins epidemiológicos da pandemia em novo horário, e afirmou que "agora acabou matéria no Jornal Nacional"⁷. Após essa fala, a Rede Globo e outros veículos de comunicação criaram um consórcio de imprensa para apurar e consolidar os dados das secretarias estaduais de saúde sobre o coronavírus, a fim de divulgar o balanço de mortes e casos de Covid-19, sem depender dos rompantes do governo federal.

Em diversas ocasiões, o presidente e os seus apoiadores atacaram os profissionais da imprensa que trabalhavam na saída do Palácio da Alvorada, o que fez com que a Globo e outros veículos parassem de acompanhá-lo no local. Porém, as investidas contra os jornalistas não cessaram. Segundo a ONG Repórteres Sem Fronteiras, os ataques do presidente Bolsonaro à imprensa aumentaram 74% no primeiro semestre de 2021, comparado ao semestre anterior⁸.

A Rede Globo intensificou as críticas ao presidente no Jornal Nacional, enquadrando-o negativamente, em resposta aos ataques constantes de Bolsonaro. Reportagens veiculadas desde então evidenciam a falta de competência do presidente no enfrentamento à pandemia, condenam seus posicionamentos contrários às recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) bem como seu discurso que não corresponde à realidade, como a indicação de medicamentos sem eficácia comprovada para o tratamento da Covid-19.

Em uma cobertura mais agressiva do que costuma fazer, criticando abertamente um presidente da República, o Jornal Nacional se mostra como um importante telejornal na construção da imagem pública de Bolsonaro, já que através da apresentação de enquadramentos negativos, que veremos a seguir, vem contribuindo em alguma medida para minar a sua aprovação perante a sociedade.

⁷ Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/05/dados-do-coronavirus-bolsonaro-defende-excluir-de-balanco-numero-de-mortos-de-dias-anteriores.ghtml>. Acesso em: 20 jul 2021.

⁸ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ataques-de-bolsonaro-a-imprensa-aumentam-74-em-2021/> Acesso em: 29 jul 2021.

2. Enquadramentos propostos pelo Jornal Nacional

O conceito de enquadramento (*framing*) vem sendo amplamente utilizado para a compreensão do papel da mídia na política, como alternativa à abordagem da objetividade e complemento à teoria da agenda-setting (PORTO, 2002). Os enquadramentos noticiosos "são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos" (PORTO, 2002, p. 15). O autor destaca que uma particularidade dos enquadramentos noticiosos é o fato de que eles surgem a partir de escolhas feitas por jornalistas quanto ao formato das notícias que resultam na seleção de determinados aspectos de uma realidade percebida. Os enquadramentos organizam os textos noticiosos na medida em que destacam algumas informações e omitem outras que não validam o posicionamento de determinado telejornal.

Para entender como o Jornal Nacional enquadrou o presidente é preciso identificar as escolhas e seleção de fontes, os recursos audiovisuais, linguísticos e corporais para representar Bolsonaro de determinada forma. "Trata-se de uma retórica oculta, implícita no texto jornalístico – incluindo-se o não verbal – que direciona a uma interpretação específica do fato noticiado". (CUNHA, 2005, p. 34).

Para identificarmos os enquadramentos propostos pelo JN, associamos o conceito de enquadramento noticioso (PORTO, 2002) e as categorias de análise empregadas por Gamson e Lash (1980) e Gamson e Modigliani (1989). Esses autores propõem a análise dos enquadramentos a partir dos chamados "pacotes interpretativos". Segundo Schaefer (2014, p.38), é por meio dos pacotes interpretativos que "os enquadramentos se manifestam nos textos midiáticos através de dispositivos simbólicos capazes de indicar para a audiência uma embalagem ou um significado específico do evento relatado".

Gamson e Modigliani (1989) propõem cinco dispositivos de enquadramento: "(1) as metáforas, (2) os exemplos (isto é, exemplos históricos a partir dos quais lições são extraídas), (3) os slogans, (4) as representações e (5) as imagens visuais (por exemplo, ícones)." (GAMSON; MODIGLIANI, 1989, p. 3)⁹. Além disso, acrescentamos às categorias o dispositivo tempo das notícias e duração das edições.

⁹ The five framing devices are (1) metaphors, (2) exemplars (i.e., historical examples from which lessons are drawn), (3) catchphrases, (4) depictions, and (5) visual images (e.g., icons).

Selecionamos sete edições veiculadas pelo JN, e analisamos notícias que relacionaram o presidente Bolsonaro à pandemia da Covid-19. Escolhemos edições transmitidas nas datas em que o país atingiu marcas simbólicas de óbitos.

Quadro 1 - Listagem de edições analisadas¹⁰

Data da edição do Jornal Nacional	Marca de mortes ultrapassada devido à Covid-19	Quantidade de notícias analisadas
25/03/2020	50	9
09/05/2020	10.000	1
20/06/2020	50.000	1
08/08/2020	100.000	3
07/01/2021	200.000	1
24/03/2021	300.000	3
29/04/2021	400.000	1

Fonte: Elaboração dos autores (2021).

Além disso, as sete edições mencionadas acima abrangem um período ampliado de tempo, de um ano, com edições nos meses de março, maio, junho, e agosto de 2020 e janeiro, março e abril de 2021, evitando-se uma concentração em um único período. Com base nos resultados da análise, identificamos três enquadramentos predominantes: enquadramento de irresponsabilidade, isolamento e insensibilidade.

2.1 O presidente irresponsável

O enquadramento de irresponsabilidade proposto pelo Jornal Nacional compreende o poder político e a influência do Chefe do Executivo que podem ter contribuído para agravar a pandemia do coronavírus no Brasil. Os temas recorrentes destacados na maioria das notícias do JN sobre Bolsonaro referem-se às declarações contrárias do presidente ao isolamento social e ao *lockdown*, à defesa da hidroxicloroquina e de outros medicamentos como tratamento profilático, sem eficácia científica comprovada, e à má gestão do governo no enfrentamento da pandemia. Esses assuntos veiculados sobremaneira no Jornal Nacional contribuíram para caracterizar Bolsonaro como um político irresponsável.

¹⁰ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVrr6gW/>. Acesso em: 29 abr 2021.

O telejornal traz declarações de representantes influentes do país como uma tentativa de enfraquecer o discurso negacionista do presidente e expor a conduta irresponsável de Bolsonaro, estratégia utilizada também para isolar o presidente, como será apontado a seguir. Em uma das notícias da edição de 25 de março, quando o Brasil ainda tinha registrado apenas 50 mortes por Covid-19, o JN ouviu nomes importantes do meio político. Davi Alcolumbre, então presidente do Senado, disse que "o país precisa de uma liderança séria, responsável e comprometida com a vida e a saúde da sua população". Num vídeo divulgado pelo JN, Felipe Santa Cruz, presidente da Ordem de Advogados do Brasil, afirmou que "é inaceitável que o presidente da República utilize os meios de comunicação da própria Presidência para desinformar e deseducar, contradizendo as autoridades de saúde do seu próprio governo".

Em inúmeras notícias o Jornal Nacional qualificou Bolsonaro como uma pessoa sem qualquer preparo para ocupar o cargo em que foi eleito. Quando o Brasil ultrapassou a marca de 50 mil (20/06/20) e 100 mil (08/08/20) mortes pela Covid-19, em umas das raríssimas vezes, o JN apresentou, em cada edição, um editorial.

No primeiro editorial, Bonner e Renata chamaram a atenção para o significado de 50 mil mortos, relataram o que esse quantitativo representa na história do país e criticaram a omissão de uma parte da sociedade que não estava respeitando as medidas preventivas contra o coronavírus. "[...] a história vai registrar também aqueles que se omitiram, os que foram negligentes, os que foram desrespeitosos. A História, atribui glória, e atribui desonra, e História fica pra sempre".

As representações e metáforas utilizadas no editorial foram uma resposta à má-gestão de algumas autoridades do país, em especial ao do chefe do Executivo, em relação às críticas ao isolamento social, ao negacionismo às outras medidas sanitárias propostas pela OMS e pelas secretarias estaduais de saúde no combate do coronavírus e, por fim, ao desejo de reabrir o comércio, como estratégia fundamental para o crescimento da economia.

Na edição do dia 08 de agosto, o Jornal Nacional iniciou com o número de mortes pela pandemia, com imagens das vítimas exibidas ao fundo do cenário.

No editorial, citando a Constituição Federal, o JN responsabilizou Bolsonaro como o principal culpado pelo crescimento vertiginoso de mortes no Brasil, devido à sua postura negacionista e irresponsável. O JN questionou quem dos representantes cumpriu o artigo 196 da Carta Magna, propondo aos telespectadores uma reflexão: "A pergunta que se impõe é: o presidente da República cumpriu esse dever? Entre os governadores e prefeitos, quem cumpriu? Quem não cumpriu?".

Os slogans utilizados pelo telejornal ("Todo cidadão brasileiro tem o direito à saúde"; "ninguém está acima da lei") retrataram o teor da notícia: o direito inerente à saúde deve ser garantido pelos representantes e, caso não seja, estes devem ser responsabilizados.

Os âncoras destacaram inúmeros discursos e pronunciamentos que Bolsonaro proferiu durante a pandemia, sobretudo declarações que desqualificaram as medidas preventivas contra o coronavírus ou minimizaram a gravidade da situação, como quando Bolsonaro disse que "não era coveiro", fala repetida duas vezes pelo Jornal Nacional.

Neste enquadramento, o JN, por meio da veiculação das reações de políticos, magistrados e do próprio telejornal, caracterizou Jair Bolsonaro como um presidente negligente, imprudente e irresponsável. Essa estratégia usada pelo jornal teria o intuito de desqualificar o presidente e expor a má gestão do governo perante a sociedade.

2.2 O presidente isolado

O enquadramento observado está relacionado à veiculação de posicionamentos de fontes selecionadas pelo JN, às declarações do próprio Jornal, opostos aos discursos do presidente e ao apagamento gradual da imagem de Bolsonaro. O enquadramento em questão caracterizou Bolsonaro como um político *sui generis*, "do contra", com discursos antagônicos aos de profissionais da saúde, às recomendações da OMS e da maior parte das instituições e membros da sociedade civil sobre a pandemia da Covid-19.

Quando o Brasil ultrapassou 50 mortos, em março de 2020, o telejornal exibiu uma notícia que apresentou quinze posicionamentos de médicos, especialistas em saúde pública, e de Associações e Comunidades médicas contrários às declarações do presidente da República. Eles defenderam o isolamento, o uso de máscara e o distanciamento social como medidas preventivas contra a pandemia de Covid-19 e criticaram a postura de Bolsonaro na condução do enfrentamento à doença.

Na mesma edição, uma reportagem exibida pelo JN apresentou declarações contrárias de alguns governadores aos posicionamentos do presidente e à gestão do atual governo. O governador do Espírito Santo, Renato Casagrande, escreveu em uma rede social que "o pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro foi desconectado das orientações dos cientistas, da realidade do mundo e das ações do Ministério da Saúde." Em resposta às críticas do presidente ao isolamento social, o Governador de Goiás, Ronaldo Caiado afirmou que "a

quem cabe decidir isso [lockdown e isolamento social] não é o presidente da República e muito menos estar prescrevendo cloroquina na porta do Palácio."

A Rede Globo e o Jornal Nacional também se posicionaram abertamente para tornar o discurso negacionista de Bolsonaro antagônico. O presidente nunca foi favorável ao fechamento das atividades comerciais e ao isolamento social e, diante disso, a Globo criou o slogan "Fique em Casa", divulgado constantemente na programação, inclusive no Jornal Nacional, em uma tentativa de esvaziar seu discurso negacionista.

A estratégia do apagamento de sua imagem também contribuiu para isolar o presidente. O Jornal Nacional reduziu a exibição de imagens, vídeos e áudios do presidente Bolsonaro ao longo da pandemia. Em duas edições analisadas (25 de março e 9 de maio de 2020), Bolsonaro aparece em 70% das notícias que o citaram relacionadas à pandemia. Já nas cinco edições subsequentes, a figura visual do chefe do Executivo foi mostrada em apenas 22% das notícias.

Mesmo quando Bolsonaro aparecia, em diversos momentos percebemos maior tempo de tela para outras fontes opostas a ele. Na reportagem do dia 25 de março que registrou um embate entre Doria e Bolsonaro, por exemplo, o JN optou por não veicular o vídeo de Bolsonaro retrucando João Doria. Todavia, o jornal mostrou o vídeo do governador criticando o presidente, a mensagem postada ao fim da reunião em uma rede social por Doria e outro vídeo de aproximadamente de 40s do governador de São Paulo mencionando o assunto da reunião numa entrevista coletiva no Palácio dos Bandeirantes. Nessa notícia, observa-se um apagamento da imagem de Bolsonaro e abertura de espaço para que chefes estaduais reagissem ao discurso presidencial.

Nas edições examinadas, houve também ausências de sonoras do presidente, sobretudo nas últimas edições, quando mensagens e discursos de Bolsonaro foram lidos pelos âncoras do Jornal. Na edição do dia 7 de janeiro de 2021, quando o Brasil ultrapassou 200 mil mortes, por exemplo, o JN não divulgou a mensagem publicada por Bolsonaro nas redes sociais lamentando o número alto de mortos, apenas leu uma nota de forma rápida transmitindo o conteúdo da manifestação do presidente.

Em uma reportagem dedicada aos 300 mil mortes, baseada na coletiva realizada pelo ministro da Saúde Marcelo Queiroga sobre o planejamento para a vacinação nacional contra o coronavírus, o JN citou Bolsonaro diretamente apenas uma vez. Em nenhum momento a imagem de Bolsonaro foi mostrada, apenas trechos da entrevista de Queiroga.

Tendo em vista o alcance do JN, consideramos que, provavelmente, o telejornal utilizou a estratégia de não divulgar os posicionamentos negacionistas do presidente para não colaborar, mesmo que de forma indireta, com o fortalecimento de sua imagem. A utilização de fontes contrárias a ele, para isolá-lo e tipificá-lo como um político insólito, também se fez presente.

2.3 O presidente insensível

O telejornal enfatizou durante a pandemia que o presidente além de não ser um político responsável, também não é um cidadão sensível aos mortos pela Covid-19 e à dor alheia dos familiares enlutados. O presidente não se manifestou sobre os altos índices de vitimados pela doença e tratou com indiferença as consequências do vírus no país.

No início da pandemia, quando o Brasil ultrapassou 50 mortos causados pela Covid-19, Bolsonaro não se pronunciou, porém, no dia anterior, criticou em rede nacional algumas medidas de enfrentamento à doença e minimizou os impactos do coronavírus. Tal posicionamento repercutiu negativamente no JN através de diversas fontes opositoras ao presidente.

Em uma reportagem do dia 25 de março, o Jornal Nacional ouviu nove dos mais importantes economistas do país para falar sobre as consequências do coronavírus na economia. Os especialistas criticaram a conduta de Bolsonaro de se preocupar, mais com as questões econômicas do que com os brasileiros vitimados pela Covid-19.

O JN utilizou duas vezes o slogan "o primeiro objetivo é salvar vidas", reforçando a ideia de valorização das vidas como prioridade, e reafirmando que as questões econômicas deveriam ser resolvidas posteriormente, posicionamento inverso ao de Bolsonaro. Na notícia, foram apresentados vários trechos de especialistas que mostraram preocupação com os cidadãos, sobretudo, com os mais pobres.

Numa reportagem referente aos 100 mil mortos, o Jornal Nacional apresentou mensagens publicadas por políticos e magistrados homenageando as vítimas, solidarizando com os familiares dos mortos e criticando a conduta do governo. Entre as diversas personalidades, o JN selecionou declarações de Sérgio Moro, ex-ministro da Justiça, dos então presidentes da Câmara (Rodrigo Maia), do Senado Federal (Davi Alcolumbre) e do Supremo Tribunal Federal (Dias Toffoli). Todas as declarações do governo federal foram feitas exclusivamente pela Secretaria Especial de Comunicação Social, a Secom. O telejornal

representou Bolsonaro como uma pessoa insensível com os familiares das vítimas, como por exemplo nos trechos "[...] o presidente Jair Bolsonaro não se manifestou pessoalmente sobre a tragédia" e "[...] o Palácio do Planalto não adotou a medida [decretar luto oficial]."

Quando o Brasil ultrapassou as 200 mil vítimas de Covid-19, Bolsonaro lamentou, mas normalizou a situação. Renata Vasconcellos reproduziu as palavras do presidente sem exibir a sua imagem: "A gente lamenta hoje. Estamos batendo as 200 mil mortes. Mas a vida continua. A gente lamenta profundamente."

Na edição de 400 mil mortos, Bolsonaro novamente não se manifestou. Nessa data, o JN exibiu imagens do presidente sem máscara, aglomerando com apoiadores e desrespeitando o distanciamento social, o que aponta que o presidente além de não se importar com o alto número de mortos, ajuda a intensificar a crise causada pelo coronavírus.

O Jornal Nacional apresentou o comportamento de Bolsonaro como o de um governante frio e insensível, haja vista que a sua preocupação era com o fim do isolamento, a reabertura do comércio e o rápido crescimento da economia, e não com o controle recomendado pelas autoridades científicas. O presidente não demonstrou respeito com os afetados pela Covid-19, adotou comportamentos que colaboraram para a disseminação do vírus e omitiu ações para conter o avanço da pandemia.

Considerações finais

A partir da análise das sete edições emblemáticas do Jornal Nacional, depreendemos que os três enquadramentos apresentados qualificaram Bolsonaro de forma negativa, como um político que colaborou para o agravamento da pandemia, confrontou a ciência e não apoiou as vítimas e familiares enlutadas devido à doença. Como estratégia discursiva, o telejornal reduziu a sua aparição gradativamente, com o intuito de diminuir o alcance de seu discurso que contribui para a desinformação.

Se por um lado os índices de audiência dos telejornais, em especial do JN, cresceram¹¹ durante a pandemia, por outro a aprovação de Bolsonaro caiu significativamente no último

¹¹ Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-criese-do-novo-coronavirus.sh>
tml. Acesso em: 29 abr 2021.

ano. A última pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha¹² aponta que a reprovação de Bolsonaro atingiu 51%, maior taxa do seu governo. Em abril de 2020 esse índice estava em 36%, o que significa uma insatisfação crescente com o chefe do Executivo. Não se pode afirmar que o Jornal Nacional tenha sido determinante para explicar o aumento da rejeição do presidente, mas é inegável que a imprensa continua a ter um papel fundamental na construção das imagens públicas e no esclarecimento dos fatos, sobretudo se considerarmos o ambiente digital e a ampla circulação de mensagens em rede.

REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, G. C.; Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares. **Revista Latinoamericana de ciencias de La comunicación**, São Paulo, v. 9, n. 2, ed. 17, p. 50-61, 2º sem. 2012. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/441>. Acesso em: 12 abr. 2021.
- CUNHA, K. M. R. **Agora é Lula: Enquadramento do Governo do PT pelo Jornal Nacional**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2005. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89396>. Acesso em: 15 mar. 2021.
- ENCONTRO Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, XXVI, **Enquadramentos da Mídia e Política** [...]. Caxambu: [s. n], 2002. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/26-encontro-anual-da-anpocs/gt-23/gt09-13/4400-mporto-enquadramentos/file>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- GAMSON, W. A.; LASCH, K. E. **The political culture of social welfare policy**, v. 95, p. 397-415, [S. l], 1980. Disponível em: <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/51014/242.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 mar. 2021.
- GAMSON, W. A.; MODIGLIANI, A. **Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach**. **American journal of sociology**, p. 1-37, [S. l], 1989. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/229213>. Acesso em: 16 mar. 2021.
- HJARVARD, S. Da Mediação à Mdiatização: a institucionalização das novas mídias. Tradução Lívia Silva de Souza. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 51-62, jul. /dez. 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recifofi/article/view/331>. Acesso em: 12 abr. 2021.

¹² A pesquisa foi realizada entre 7 e 8 de julho de 2021, com 2074 brasileiros com 16 anos ou mais, em todas as regiões do país, através de abordagem presencial. A margem de erro é de 2 pontos percentuais, para mais ou para menos, e o nível de confiança é de 95%.

HJARVARD, S. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>. Acesso em: 12 abr. 2021.

MEMÓRIA GLOBO: **JN: 50 anos de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Globo, 2019.

RUBIM, A. A. C. (org.). **Comunicação e Política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004. *E-book*. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/134/4/Comunicao-Politica_RI.pdf. Acesso em: 13 abr. 2021.

SCHAEFER, Ricardo. **O líder em Exame**: o enquadramento da liderança na mídia de negócios. 2014. 130f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/6350/SCHAEFER%2c%20RICARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 ago. 2021.

WEBER, M. H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 11-26, set./ dez. 2009. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/929. Acesso em: 13 abr. 2021.