
A comunicação pública no período de Bolsonaro: uma análise sucinta das ações eleitorais e governamentais que afrontam a democracia brasileira¹

Paulo Fernando Liedtke²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

O presente artigo analisa o período do governo de Jair Bolsonaro, observando as principais manifestações políticas que impactam no campo da comunicação pública. O relato aborda algumas estratégias comunicativas desde sua campanha na eleição de 2018, observando também como estas práticas foram incorporadas pelo governo a partir de 2019. Observam-se manifestações que refletem nas políticas públicas de comunicação, no relacionamento com a imprensa e na transparência governamental. A pesquisa utiliza como método de investigação o monitoramento de notícias e publicações especializadas, buscando verificar algumas ações comunicativas governamentais que fragilizam a democracia brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Bolsonaro; comunicação pública; democracia; estratégias de comunicação; políticas de comunicação.

Pressupostos teórico-metodológicos

O estudo em questão é resultado da observação empírica utilizando como fonte de dados o relato na imprensa das ações e manifestações de Jair Bolsonaro desde a eleição de 2018 e que foram trazidas para o governo a partir de 2019. A investigação descritiva objetiva oferecer uma análise sucinta deste período político brasileiro, mostrando os principais impactos para a democracia e suas instituições, observadas a partir das ações praticadas no campo comunicativo eleitoral e governamental. Portanto, não é pressuposto deste artigo revisar a bibliografia já existente sobre o tema em questão, mas analisar descritivamente o processo em curso a partir da repercussão midiática.

O período aqui chamado de bolsonarismo está atrelado a movimentos globais do ativismo da extrema direita, tendo no Brasil a liderança de Jair Bolsonaro no seu protagonismo político. Vários termos ou conceitos têm sido utilizados por

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutor em Sociologia Política (UFSC). Trabalha na Agecom/UFSC. E-mail paulo.liedtke@ufsc.br

pesquisadores para assinalar este período histórico, com analogias recorrentes para apontar este fenômeno político em curso, tendo o ativismo nas mídias sociais, o negacionismo científico, o moralismo religioso e o combate à imprensa e às instituições democráticas como estratégias de ação. O presente estudo não pretende aprofundar teoricamente estas terminologias e suas vertentes seminais, mas focar na análise de fatos repercutidos pela mídia, como forma descritiva das ações governamentais contemporâneas que impactam na política do país, onde a centralidade dos meios de comunicação é crucial como sustentáculo democrático ou estes meios podem vir a ser utilizados como instrumentos de deformação sistêmica e desinformação.

As ações político-comunicativas praticadas pelo presidente Jair Bolsonaro tornam-se um terreno fértil para muitos analistas do campo da comunicação e da política. O presente artigo não esgota as perspectivas de abordagem, mas traz à tona algumas questões relevantes para compreender o período político em curso no país, observando as manifestações antidemocráticas que impactam no relacionamento com a imprensa, nas políticas públicas de comunicação, na transparência de governo, ou mesmo no mercado brasileiro de comunicação.

O investimento publicitário em prol da mídia governista e o impulso para novos grupos

Na campanha presidencial houve pouco comprometimento público de Bolsonaro com o tema da comunicação, o qual ficou praticamente fora do debate público de campanha, segundo reportagem de *Carta Capital*³. Entre os 13 presidenciáveis, apenas sete deles tiveram em seus programas de governos algum tópico ligado à comunicação. De acordo com Domingues (2021, p. 87), “grupos empresariais da área de Comunicação e governos estabelecem relações de troca, na qual se negocia apoio (voto ou dinheiro) pela chamada regulação adquirida - ou favorável”.

Desde a campanha eleitoral, Jair Bolsonaro já teria mapeado seus parceiros políticos entre os empresários da mídia corporativa. O bispo Edir Macedo, dono da Rede Record, e o apresentador Sílvio Santos, do Sistema Brasileiro de Comunicação

³ Reportagem “Como os candidatos pretendem acabar com o monopólio da mídia? “Dos 13 candidatos à Presidência da República, apenas Boulos e o PT falam em acabar com a dominação de rádios e TVs nas mãos de poucos”, de 06/09/18. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/como-os-candidatos-pretendem-acabar-com-o-monopolio-da-midia/?utm_campaign=newsletter_rd_-_12092018&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acessado em: 04 jul. 2022.

(SBT), entre outros aliados do setor, embarcaram no apoio editorial ao ex-capitão e na sua anunciada cruzada contra a Rede Globo. Ele havia prometido auxílio financeiro ao grupo Record: “Bolsonaro quer mudar a publicidade para fortalecer a Record em guerra contra a Globo”, disse o entrevistado pela Record⁴.

Após eleito na presidência da República, o relacionamento com o empresário foi generoso no uso das verbas publicitárias governamentais. Segundo o portal 247, na reportagem “Gasto com publicidade sobe 63% com Bolsonaro; Record passa a Globo”⁵, pela primeira vez na história a Globo foi desbancada na distribuição das verbas. Ao contrário da promessa de campanha, de redução brutal dos gastos com publicidade governamental, eles deram um salto em relação ao primeiro trimestre do ano anterior e chegaram a R\$ 75,5 milhões – o valor não inclui os gastos de ministérios e empresas estatais. A notícia foi divulgada no mesmo dia em que o *Diário Oficial da União* publicou portaria, assinada pelo chanceler Ernesto Araújo, concedendo passaporte diplomático a Edir Macedo, o dono da Rede Record, que se tornou “uma rede oficiosa do governo Bolsonaro”.

Segundo os dados da Secretaria Especial de Comunicação da Presidência (Secom), os gastos anteriores do governo com publicidade institucional foram de R\$ 44,5 milhões no primeiro trimestre de 2018. Na comparação entre os gastos em 2017 e 2019, o crescimento é de 101%, e mostra que houve uma quebra no padrão de distribuição das verbas publicitárias repassadas pela secretaria de comunicação do governo. Segundo o jornalista Kiko Nogueira⁶, Record e SBT passaram a Globo em 2019. Elas tiveram crescimentos exponenciais de seus faturamentos publicitários junto à Secom. Nos anos seguintes, o corte orçamentário pró-Globo foi ainda mais acentuado, enquanto aumentavam os investimentos na mídia governista. A Globo é, nas palavras do chefe do Executivo, um “inimigo” na mídia⁷.

⁴ Publicada em 05 out. 2022. Disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/bolsonaro-quer-mudar-publicidade-para-fortalecer-record-em-guerra-contr-a-globo> Acessado em: 04 jul. 2022.

⁵ Disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/gasto-com-publicidade-sobe-63-com-bolsonaro-record-passa-a-globo> Acessado em: 04 jul. 2022.

⁶ Na reportagem “Bolsonaro descumpr promessa, aumenta gasto de publicidade com Record e SBT e tira da Globo”. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/bolsonaro-descumpr-promessa-aumenta-gasto-de-publicidade-com-record-e-sbt-e-tira-da-globo/> Acessado em: 04 jul. 2022.

⁷ Publicada em 12 ago. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/bolsonaro-corta-60-da-verba-publicitaria-do-governo-a-globo,c7ebc42e1776e5116ccaa1cbd4be24a1r48101h2.html>. Acessado em 04 jul. 2022

O SBT também foi indiretamente beneficiado pelo governo com o Ministério das Comunicações no comando de Fábio Faria, genro do empresário Sílvio Santos, dono da emissora. O presidente Jair Bolsonaro recriou o Ministério das Comunicações e nomeou, a partir do dia 10/06/20, como ministro o deputado federal Fábio Faria, (PSD), sigla considerada como parte do Centrão⁸.

O secretário de comunicação do governo foi denunciado no boicote à rede Globo no uso da verba publicitária: “A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) discriminou a Globo, líder em audiência, e privilegiou clientes de Waingarten e canais de TV ligados a grupos religiosos alinhados a Bolsonaro na campanha publicitária da reforma da Previdência”. A denúncia teve repercussão no Tribunal de Contas da União (TCU)⁹. Em 2021, o Tribunal, responsável por acompanhar a execução orçamentária, emitiu determinação para que o Ministério das Comunicações distribuisse as verbas publicitárias governamentais de acordo com a proporcionalidade de audiência nacional¹⁰.

Os investimentos voltaram a crescer somente em 2022, no ano eleitoral: o governo Jair Bolsonaro (PL) aumentou em 75% o gasto com publicidade na emissora TV Globo, de janeiro a junho deste ano, em comparação com o mesmo período de 2021. O presidente é pré-candidato à reeleição e tem utilizado o espaço institucional na mídia para divulgar obras e programas realizados nos últimos quatro anos¹¹.

O comportamento do chefe do Executivo demonstra intolerância quando seus subordinados não agradam financeiramente a mídia aliada¹². Segundo o jornalista Merval Pereira, Bolsonaro teria demitido o presidente da Petrobrás pela recusa de patrocínio: “Estopim para demissão do presidente da Petrobrás foi recusa em pôr R\$ 100 milhões na Record e no SBT, diz Merval”.

⁸ Publicada em 11 jun. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/11/genro-de-silvio-santos-para-as-comunicacoes-reforca-estrategia-politica-de-bolsonaro>. Acessado em: 06 jul. 2022.

⁹ TCU vai analisar participação de Bolsonaro em manipulação de verbas destinadas à comunicação. 12. ago. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/08/tcu-ve-falta-de-criterio-do-governo-bolsonaro-no-rateio-de-verbas-para-tvs.shtml>. Acessado em: 04 jul. 2022.

¹⁰ Publicada em 24 jun. 2022. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/o-bolsonarismo-sustenta-jovem-pan-resposta-e-complicada-82981>. Acessado em: 05 jul. 22.

¹¹ Publicada em 05 jul. 2022. Disponível em: <https://dol.com.br/noticias/policia/730480/bolsonaro-aumenta-verba-publicitaria-da-globo-em-2022?=&>. Acessado em: 07 jul. 2022.

¹² Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/estopim-para-demissao-do-presidente-da-petrobras-foi-recusa-em-por-r-100-milhoes-na-record-e-no-sbt-diz-merval/amp/>. Acessado em: 04 jul. 2022.

A gestão de Bolsonaro marcou o surgimento e o fomento de novos operadores no noticiário brasileiro. O lançamento da CNN Brasil, e o crescimento da TV Jovem Pan News, com atuação editorial supostamente favorável ao governo, demonstram ações subliminares na busca de apoio político de mídia aliada.

Segundo reportagem da *Folha de São Paulo*, uma das atrações anunciadas para a estreia da CNN Brasil foi justamente uma entrevista exclusiva com o presidente Jair Bolsonaro, que declarou esperar que o canal seja diferente da Globo, emissora tratada por ele como sua inimiga¹³. Outra matéria do jornal aponta que o sócio majoritário da CNN é o maior empreiteiro dos programas federais de habitação, e diz que política hoje é melhor do que no passado¹⁴. Segundo o portal *Poder 360*, o “mandachuva da CNN Brasil é entusiasta de Bolsonaro”. Milionário e com muitas opiniões sobre temas nacionais, Menin gosta de vocalizar suas posições sobre política. Em suas redes sociais, faz elogios frequentes ao governo de Jair Bolsonaro. Nas eleições de 2018, fez 20 doações¹⁵.

Segundo a revista *Piauí*¹⁶, o outro sócio da CNN com 35%, o jornalista Douglas Tavolaro, foi quem lançou a proposta para trazer ao Brasil a franquia. Até então, ocupara o cargo de vice-presidente de Jornalismo da TV Record. Deixava a empresa, na qual trabalhara por dezessete anos, para liderar a implantação do novo canal de notícias na tevê paga brasileira. A reportagem mostra o atrelamento de Tavolaro com Bolsonaro desde a eleição. Na campanha presidencial, frequentou a casa do empresário Paulo Marinho, no Rio, onde funcionou o quartel-general de Bolsonaro, como mandachuva do jornalismo da Record. A reportagem fala ainda que a saída de Tavolaro da Record fomentou uma versão de que o bispo Edir Macedo seria, na verdade, sócio oculto da CNN Brasil, e Tavolaro, seu “testa de ferro” na nova emissora. A cúpula do jornalismo da Record estava se transferindo em peso para a CNN.

¹³ CNN Brasil terá entrevista com Bolsonaro na estreia e garante ter fôlego para vingar. Publicada em 09 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/cnn-brasil-tera-entrevista-com-bolsonaro-na-estreia-e-garante-ter-folego-para-vingar.shtml> Acessado em: 05 jul. 2022.

¹⁴ Celebrada por membros do governo, CNN Brasil promete independência partidária. 10 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/celebrada-por-membros-do-governo-cnn-brasil-promete-independencia-partidaria.shtml> Acessado em: 05 jul. 2022.

¹⁵ Publicada em 14 jan. 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/mandachuva-da-cnn-brasil-e-entusiasta-de-bolsonaro-mas-canal-promete-isencao/> Acessado em: 05 jul. 2022.

¹⁶ O QUE MOVE A CNN BRASIL. Publicada na edição 164, de mar. 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-que-move-cnn-brasil/>. Acessado em: 05 jul. 2022.

Outra emissora que teve êxito com o governo foi a Jovem Pan, considerada um sucesso comercial. O grupo dono de rádios, *site* e uma TV aumentou em mais de 30% seu faturamento, que saltou de R\$ 77,8 milhões para R\$ 101,6 milhões em 2021. O canal de TV foi lançado em 2021 com a presença de Bolsonaro no programa *Pânico*. A emissora também encontrou um público fiel de ideologia conservadora, o que assegurou à Jovem Pan News um crescimento surpreendente no Ibope. O canal ocupava a 2ª posição nas principais faixas horárias. A reportagem mostra que a audiência pode ajudar a explicar o sucesso comercial. Mas ao se observar o perfil dos anunciantes da Jovem Pan News, fica claro que o grupo tem relevante parte do seu faturamento vindo de empresários bolsonaristas, mesmo sendo pouco dependente de verbas do Governo Federal¹⁷. A reportagem diz que “ao assegurar um público cativo apoiador do presidente e relevantes anunciantes alinhados a Bolsonaro, o apoio ao bolsonarismo tem sido um ótimo negócio para a Jovem Pan”. A matéria mostra que o segundo maior anunciante, uma farmacêutica que vende produtos de homeopatia, há mais de uma década patrocina o apresentador Ratinho, apoiador de Bolsonaro.

O direcionamento do investimento dos empresários bolsonaristas em veículos pró-governo tem sido observado também no comportamento de Luciano Hang, dono das Lojas Havan, que boicota a rede Globo nas suas campanhas publicitárias. Segundo a reportagem, uma das principais anunciantes de emissoras como SBT e RedeTV!, a Havan instaurou um boicote contra a Globo em novembro de 2019. Hang emitiu um comunicado para informar que a empresa suspendeu todos os contratos publicitários de veiculação nacional com a Globo. Na nota o empresário, que se declara um grande apoiador do presidente Jair Bolsonaro, disse que não voltará a anunciar enquanto os programas da emissora "prestarem um desserviço à nação e irem contra os valores da família brasileira". Hang disse não pactuar com o “jornalismo ideológico” praticado pela emissora¹⁸. O boicote perdurou até 2021, quando voltou a investir na compra de

¹⁷ Na reportagem “O bolsonarismo sustenta a Jovem Pan? A resposta é complicada”. 24 jun. 2022. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/o-bolsonarismo-sustenta-jovem-pan-resposta-e-complicada-82981>. Acessado em: 05 jul. 2022.

¹⁸ Publicada em 07 nov. 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/apoiador-de-bolsonaro-dono-da-havan-suspende-contrato-publicitario-com-globo-30701>. Acessado em: 05 jul. 2022.

anúncio de R\$ 1,3 milhão no Fantástico¹⁹. Alguns seguidores de Bolsonaro criticaram o empresário nas mídias sociais: "Pô, Luciano Hang, propaganda na #GloboLixo".

O relacionamento tumultuado com a imprensa

Diferentemente de seus antecessores, Bolsonaro na presidência teve uma postura refratária à presença de jornalistas nos atos oficiais de governo, exceto profissionais da mídia supostamente governista. Rejeitando entrevistas coletivas, o presidente esporadicamente atende com exclusividade a jornalistas aliados, praticando seletividade no relacionamento com a imprensa. Eventos e cerimoniais ocorrem fechados ou restritos no Palácio do Planalto, sem a presença de jornalistas ou tendo cobertura restrita, com profissionais da imprensa impossibilitados de fazerem perguntas.

O presidente adotou como prática responder perguntas de aliados no chamado “cercadinho do Palácio”. Também neste ambiente tenta vetar a presença de jornalistas. A presidência da República agiu para reforçar a blindagem de Jair Bolsonaro com relação à imprensa. O presidente, que ataca jornalistas e só concede entrevistas para veículos aliados, agora está protegido por lonas instaladas na entrada do Palácio da Alvorada. Essas lonas bloqueiam a visão que jornalistas tinham da parte interna do palácio, onde fica o “cercadinho” em que Bolsonaro fala diariamente com seus apoiadores²⁰.

O presidente também promove *lives* semanais pelo seu canal do YouTube para milhares de seguidores. Uma estratégia de comunicação direta com a população, apesar da recente queda de audiência. Segundo reportagem²¹, Bolsonaro tem encontrado dificuldades para somar 170 mil visualizações em seus vídeos. Antes, todas as suas *lives* ultrapassavam facilmente 250 mil visualizações, chegando ao recorde de 1 milhão numa transmissão com ataques ao sistema eleitoral brasileiro.

¹⁹ Publicada em 18 maio 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/apos-boicote-globo-havan-compra-anuncio-de-r-13-milhao-no-fantastico-57616>. Acessado em: 05 jul. 2022.

²⁰ Cf. Portal Fórum. 29 jan. 2022. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2022/1/29/apos-ser-chamado-de-farsa-no-cercadinho-bolsonaro-bloqueia-viso-de-jornalistas-no-alvorada-109375.html>. Acessado em: 05 jul. 2022.

²¹ Publicada em 13 dez. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/audiencia-de-lives-cai-e-bolsonaro-enfrenta-dificuldades-para-engajar-nas-redes/>. Acessado em: 05 jul. 2022.

Agressões aos profissionais de imprensa ou à mídia têm sido marca discursiva do presidente. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)²² divulgou no *Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil – 2020* que houve um aumento de 105,77% nas violências sofridas pelos profissionais da área. O presidente é o principal agressor, responsável por 175 dos registros de violência, ou seja, 40,89% do total de 428 casos computados pela federação. Foram 145 ataques genéricos, direcionados a veículos de comunicação e a jornalistas, 26 casos de agressões verbais, um de ameaça direta aos profissionais, uma ameaça à TV Globo e dois ataques à Fenaj.

O governo Bolsonaro marcou um grande retrocesso no *ranking* brasileiro de liberdade de imprensa, provocando um recuo do país em várias posições neste quesito. Segundo reportagem²³, o Brasil fica em 110º lugar no *ranking* de liberdade de imprensa no mundo. A ONG Repórteres Sem Fronteiras “ressalta que a relação entre a imprensa e o governo se deteriorou muito no Brasil desde a posse de Bolsonaro”. E ainda: que o “o presidente insulta regularmente os jornalistas e a imprensa. Ele mobiliza exércitos de apoiadores nas redes sociais, como parte de uma estratégia afinada de ataques coordenados que visam a desacreditar a imprensa, rotulada como inimiga do Estado”.

A reportagem não fez referência aos governos anteriores. Mas, notoriamente no período de governo do Partido dos Trabalhadores, o Brasil esteve em patamares mais avançados no observatório internacional de liberdade de imprensa. Em 2015, no penúltimo ano do governo Dilma Rousseff (PT), o Brasil ocupava a faixa dos países parcialmente livres, na 90ª posição, com escore 45. Na América, o Brasil era o 21º colocado²⁴. Outra reportagem²⁵ aponta que o Brasil, com número recorde de ataques a jornalistas em 2021, registrou a terceira maior queda do mundo, entre 2011 e 2021. Segundo o relatório divulgado, o Brasil perdeu, em 10 anos, 38 pontos.

²² Na reportagem “Relatório da Fenaj aponta Bolsonaro como o principal agressor de jornalistas”, *Correio Brasiliense*, Brasília, 27 jan. 2022. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/brasil/2022/01/4980657-relatorio-da-fenaj-aponta-bolsonaro-como-principal-agressor-de-jornalistas.html> Acessado em: 05 jul. 2022.

²³ Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/05/04/brasil-fica-em-110-lugar-no-ranking-de-liberdade-de-imprensa-no-mundo.ghtml> Acessado em: 04 jul. 2022.

²⁴ *Apud* Liedtke (2015, p. 12). O texto faz referência ao relatório de liberdade de imprensa disponível em: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/FreedomofthePress_2015_FINAL.pdf>. Acessado em: 29 abr. 2015. Tradução do autor.

²⁵ No governo Bolsonaro, Brasil cai no ranking de liberdade de expressão, diz estudo. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/no-governo-bolsonaro-brasil-cai-no-ranking-de-liberdade-de-expressao-diz-estudo/> Acessado em 04 jul. 2022.

Bolsonaro montou sua equipe de comunicação sempre buscando um perfil combativo à imprensa, como mostra a reportagem da revista *Carta Capital*²⁶:

Fabio Wajngarten, o bolsonarista escalado para intimidar a imprensa. Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República notabiliza-se por reclamar de jornalistas e pedir cabeças nas redações. O perfil lhe garantiu o controle de uma verba estimada em 450 milhões de reais, tendo os papéis de principal negociador com os meios de comunicação e de censor do Palácio do Planalto.

O coletivo Intervozes²⁷ mapeou 10 episódios de violação à liberdade de expressão em 2019, na maioria focando nos atos que envolvem ações da presidência da República: Restrições e ameaças ao trabalho de jornalistas; Extinção do Ministério da Cultura; Censura e ameaça de privatização da EBC; Mudanças no Conselho Superior de Cinema; Cancelamento de edital de conteúdos com a temática LGBT; Censura a peças de teatro; Violação à privacidade do cidadão; Ameaças à concessão da Rede Globo. Neste último item foi marcante o recado²⁸.

Ataques a jornalistas foram frequentes também na postagem de ativistas, na estratégia bolsonarista de destruição da credibilidade da imprensa e de jornalistas²⁹. O presidente também defendeu que os empresários boicotem a revista *Época* e o jornal *Folha de S. Paulo*, atacando novamente a imprensa brasileira, que chamou de “podre”³⁰.

Esta ofensiva aos jornalistas fez o Sindicato dos Profissionais de São Paulo buscar reparação judicial contra o presidente³¹. A Justiça de São Paulo condenou

²⁶ Publicada em 14 out. 2019. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/politica/fabio-wajngarten-o-bolsonarista-escalado-para-intimidar-a-imprensa/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_-_14102019&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acessado em: 04 jul. 2022.

²⁷ Publicada em 12 dez. 2019. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/10-episodios-de-violacao-a-liberdade-de-expressao-em-2019/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_-_12122019&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acessado em 04 jul. 2022.

²⁸ Cf. Reportagem “‘A Globo tem encontro comigo no ano que vem’, diz Bolsonaro sobre renovação de concessão”. 22. Jan. 2021. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/a-globo-tem-encontro-comigo-no-ano-que-vem-diz-bolsonaro-sobre-renovacao-de-concessao/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_-_de_1711_ate_2311_-_2311-terca-feira&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acessado em: 05 abr. 2022.

²⁹ No artigo “Extrema-imprensa” e redes antissociais: as táticas bolsonaristas de destruição”. 18 fev. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/extrema-imprensa-e-redes-antissociais-as-taticas-bolsonaristas-de-destruicao/> Acessado em: 04 jul. 2022.

³⁰ Publicada em 18 fev. 2020. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-ataca-novamente-a-imprensa-e-pede-boicote/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_-_28022020&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acessado em 04 jul. 2022.

³¹ Cf. reportagem: Bolsonaro é condenado a pagar R\$ 100 mil de indenização por ataques à imprensa. 07 jun. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/bolsonaro-e-condenado-a-pagar-r-100-mil-de-indenizacao-por-ataques-a->

Bolsonaro a pagar 100 mil reais de indenização por dano moral coletivo aos profissionais de imprensa. Na decisão, a magistrada considerou que houve “ataques reiterados e agressivos” de Bolsonaro à categoria dos jornalistas profissionais, em pronunciamentos públicos e veiculados em suas redes sociais. Ela escreveu que o presidente da República se dirigiu a jornalistas determinados e à categoria em geral “de forma hostil, desrespeitosa e humilhante, com a utilização de violência verbal, palavras de baixo calão, expressões pejorativas, homofóbicas e misóginas”. A juíza disse ainda que as declarações “evidentemente extrapolam seu direito à liberdade de expressão e importam assédio moral coletivo contra toda a categoria de jornalistas, atentando contra a própria liberdade de imprensa e a democracia”.

Enquanto alguns jornalistas eram hostilizados, outros eram cativados com o famoso “jabá”, como revelou a colunista Bela Megale. A apresentadora foi contratada como garota-propaganda do governo. “Vai receber dinheiro público para elogiar a reforma da Previdência. O animador Ratinho também entrou no pacote”. A reportagem também relata uma presença de Bolsonaro ao vivo no programa Sílvia Santos (SBT)³².

Mesmo com todas as críticas e manifestações de setores da imprensa e entidades contra o comportamento de Bolsonaro, percebe-se certa passividade no enfrentamento público das tentativas governamentais de silenciamento. Durante o período dos governos do ex-presidente Lula não existia muita tolerância quando o chefe do Executivo evitava entrevistas, fugia das perguntas dos repórteres ou anunciava publicamente alguma tentativa de formulação de políticas públicas para regulamentação da comunicação (LIEDTKE, 2006).

A liberdade de imprensa está em perigo em escala mundial, alerta a Comissão de Liberdade de Imprensa (Hutchins). A publicação mostra que as ações governamentais para romper com os grandes meios de comunicação podem matar a própria liberdade no processo, pois a liberdade de imprensa é essencial à liberdade política. “Para que a liberdade de imprensa se torne real o governo tem de estabelecer limites sobre sua capacidade de interferir, regular ou suprimir as vozes da imprensa, ou manipular as

[imprensa/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_bannernovo - 0806 - quarta-feira&utm_medium=email&utm_source=RD+Station](#) Acessado em: 05 jul. 2022.

³² Publicada em 10 maio 2019. Disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/entrevista-de-bolsonaro-a-luciana-gimenez-foi-jaba> , Acessado em 04 jul. 2022.

informações sobre a qual se forma o juízo”³³. Ou seja, o governo tem que impor limites sobre si mesmo, ação que atualmente não ocorre no Brasil.

A estratégia de uso das mídias sociais e redes de *fake news*

Bolsonaro foi eleito em 2018 atrelado a vários fatores, entre eles, o uso exitoso das mídias sociais e da propagação de *fake news*. A prática exitosa na campanha eleitoral foi trazida para dentro do governo. Apostando na internet como meio de comunicação direta com o público cativo, Jair Bolsonaro utiliza redes próprias de propagação de informações, tornando as mídias sociais uma ferramenta estratégica de informação dos atos da presidência.

A internet e a televisão são os veículos mais utilizados pelos brasileiros para se informar, como mostra pesquisa do PoderData, realizada de 11 a 13 de outubro de 2021. Segundo o levantamento, são 43% os que se informam primariamente pela *web* – 22% por redes sociais e 21% por *sites* e portais. Já a televisão é o meio mais frequente usado por 40% das pessoas para buscar informação. O rádio é a escolha de 7%, enquanto 8% disseram preferir outros meios, e outros 2% preferiram não responder³⁴.

Segundo a jornalista Cintia Alves, no Portal GGN³⁵,

Bolsonaro é praticamente a encarnação da pós-verdade. Ele trabalha o tempo todo com contrainformação. Segue os ensinamentos de Steve Bannon a Donald Trump. Confunde a sociedade e a imprensa ao mesmo tempo em que a desmoraliza. E se autoproclama o dono da verdade em suas redes sociais. Sua ambição não é controlar a opinião pública. É controlar a verdade.

O uso de tecnologias artificiais faz parte da estratégia, como aponta uma pesquisa divulgada pelo jornal *Valor Econômico*, a qual mostra que robôs foram responsáveis por 55% das publicações favoráveis ao presidente. A pesquisa identificou a ação de 23,5 mil usuários não humanos a favor do presidente em um universo total de 66 mil usuários que publicaram a *hashtag* naquele dia. Segundo o levantamento, é um exército de *bots* e ciborgues criados, cultivados e programados para fazer “bombar” o

³³ Cf. COMISSÃO DE LIBERDADE DE IMPRENSA. COMISSÃO HUTCHINS (2020, p. 27-33).

³⁴ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/internet-e-principal-meio-de-informacao-para-43-tv-e-preferida-de-40/> Acessado em 04 jul. 2022.

³⁵ Disponível em: <https://jornalggn.com.br/politica/bolsonaro-e-a-encarnacao-da-pos-verdade/> Acessado em 04 jul. 2022.

assunto que for conveniente para quem os comanda, no exato momento escolhido para o ataque³⁶.

Segundo Patrícia Mello, no livro *A máquina do ódio* (2020, p. 77)³⁷, um dos canais de financiamento do universo digital bolsonarista é o *site* de *crowdfunding* Apoia-se. É por ele que são financiados muitos influenciadores. Os blogueiros governistas não revelam quem os custeia ou quanto recebem. Muitos empresários repassam dinheiro a milícias virtuais via *crowdfunding*, com o benefício do anonimato.

Tese semelhante defende Carlos Neto³⁸ (2021, p. 121): o ódio ganhou as ruas e as mentes dos fanatizados bolsonaristas. Após as eleições, com a ajuda do aparelhamento do Estado formou-se um poder paralelo no governo, o chamado “Gabinete do Ódio”, comandado pelos filhos do presidente. Para Diogo Bogéa (2021, p. 25), constitui um grave problema sociopolítico – e de saúde pública – que as pessoas pareçam tão dispostas a acreditar em *fake news*.

A moral e a religião pautaram ações comunicativas dos agentes do governo. Pinheiro (2021, p. 7) mostrou como a interferência de interesses privados na comunicação pública do governo de Jair Bolsonaro, determinados pela presença dos vieses moralista e religioso, constituídos por discursos e produtos da comunicação governamental, veiculados tanto em canais institucionais quanto coordenados diretamente pelo presidente, ajudam a compreender de que maneira afrontam o Estado laico e incidem na comunicação pública. O autor (2021, p. 164)³⁹ mostra que Jair Bolsonaro mantém perfis e páginas relacionados à sua figura pública em quatro redes sociais de grande popularidade: Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. Nesses canais, divulga notícias e informações sobre ações do governo, assim como os canais institucionais, e também momentos da vida pessoal e posicionamentos particulares. “Os números demonstram a alta popularidade do presidente nas redes sociais, com um total

³⁶ 55% de publicações a favor de Bolsonaro são feitas por robôs. Só restaram os perfis *fakes* elogiando o presidente. 03 abr. 2020. Disponível em: <https://www.conversaafiada.com.br/brasil/55-de-publicacoes-a-favor-de-bolsonaro-sao-feitas-por-robos>. Acessado em 04 jul. 2022.

³⁷ Disponível em: file:///C:/Users/Paulo/Documents/INTERCOM/INTERCOM/2022/Patr%C3%ADcia_Campos_Mello_A_m%C3%A1quina_do_%C3%B3dio.pdf Acessado em: 05 jul. 2022.

³⁸ Cf. JACQUES NETO (2021). Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/10211/4/DIS_CARLOS_OLIVEIRA_JACQUES_NETO_CO_MPLETO.pdf Acessado em: 05 jul. 2022.

³⁹ Disponível em: <https://abcpública.org.br/biblioteca/intervencoes-privadas-na-comunicacao-publica-do-governo-de-jair-bolsonaro-os-vieses-moralistas-e-religiosos/> Acessado em: 04 jul. 2022.

de 42.319.741 seguidores. O engajamento médio também é alto. Os vídeos do Instagram chegam a ter quase dois milhões de visualizações”. Pinheiro (2020, p. 221) conclui que o trabalho de rarefação das bases democráticas está centralizado no ataque aos princípios da comunicação pública na medida em que a comunicação particular do presidente se sobrepõe a questões de interesse público, reduzindo o debate e desqualificando a participação da sociedade.

As transformações na EBC: o enfraquecimento da mídia pública

Desde a campanha, Bolsonaro vinha prometendo privatizar a chamada "TV Lula". O *blog* *Conversa Afiada*⁴⁰ informou que o presidente Jair Bolsonaro teria inicialmente anunciado a extinção da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), que o secretário de Privatizações, Salim Mattar, estaria cuidando do processo que poderá colocar fim ao conglomerado estatal de TV, rádio e agência de notícias.

Outra notícia⁴¹ relata que “A TV Brasil (emissora de TV pública) suspendeu um de seus programas mais antigos, o ‘Sem Censura’, em meio à intervenção da gestão Jair Bolsonaro na EBC, administrada pelo governo federal”. O governo já havia anunciado o corte de cargos comissionados para “otimizar despesas” nas quatro unidades da TV; e vinha estudando desde então a fusão da grade de programação da TV Brasil e da TV NBR (agência oficial do governo). A junção foi criticada por defensores do sistema de comunicação pública (*idem*).

A proposta foi consolidada em abril de 2019. Segundo a reportagem⁴², foi uma pá de cal sobre a experiência de uma TV pública no Brasil. A emissora seria oficializada como uma máquina de propaganda para o governo federal, beneficiando os militares. Além da troca da logomarca azul por uma verde e amarela, os destaques ficam para programas em defesa da reforma da Previdência; agronegócio; inserções de hora em hora na programação com as agendas do presidente e de ministros (chamadas de

⁴⁰ Disponível em: <https://www.conversaafiada.com.br/brasil/bolsonaro-prometeu-e-cumpriu-ebc-vai-fechar>. Bolsonaro prometeu e cumpriu: EBC vai fechar. Acessado em: 04 jul. 2022.

⁴¹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/01/sob-intervencao-do-governo-bolsonaro-tv-brasil-suspende-sem-censura.shtml> Acessado em: 04 jul. 2022.

⁴² Publicada originalmente no *Brasil de Fato*. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/novo-plano-de-bolsonaro-estreia-esta-semana-uma-tv-estatal-verde-oliva/> Acessado no portal DCM em: 04 jul. 2022.

“Governo Agora”); entrevistas com membros do Executivo; e, para as Forças Armadas, quatro programas. Os militares também passam a assumir o comando da emissora.⁴³

A EBC, que já vinha sofrendo desmonte desde o governo Temer (LIEDTKE, 2016), passou por piores transformações a partir de 2019. Sena e Leal (p. 18)⁴⁴ também ajudam a compreender como a comunicação pública (CP) foi desmontada (a partir da EBC) frente aos dois mandatos presidenciais:

As mudanças em relação à autonomia da EBC com as destituições de Conselhos e com as manobras legislativas para a livre nomeação e exoneração da Diretoria pelo Presidente da República; à junção da TV Brasil com NBr; à inversão da pauta de interesse público para o forte agendamento político-governamental e, conseqüentemente, à diminuição dos espaços à participação e construção popular na Comunicação; constituíram os principais processos de mudança que não só descaracterizaram, mas abalam fortemente o que vinha sendo consolidado em termos de comunicação pública no Brasil.

A privatização da EBC não foi consolidada no governo, pois Bolsonaro viu na emissora oportunidades para propaganda política. Passados quase dois anos de governo, o presidente não privatizou, mas deu demonstrações de que a TV será mantida⁴⁵. Uma vitória judicial, em janeiro de 2022, serviu de alento para a sobrevivência da mídia pública: o Ministério Público Federal do Rio de Janeiro (MPF-RJ) pediu a anulação de portaria da EBC, que fundiu em 2019 os canais públicos (TV Brasil) e estatal (TV NBR). Com isso, o governo passou a transmitir indiscriminadamente conteúdos na TV pública. A ação também garantiu a implantação do Comitê Editorial e de Programação, previsto em lei. Segundo a autora⁴⁶, só em 2019, a partir da entrada em vigor da portaria que uniu as duas emissoras, as interrupções na grade da TV Brasil para eventos com Jair Bolsonaro somaram 51h44min01s, com 90 transmissões ao vivo. As interrupções da grade da TV Brasil, inclusive no horário de programas infantis, somaram 78h37min04s em 2021.

⁴³ Disponível em: <https://jornalggn.com.br/midia/ebc-nomeia-militares-para-cargos-de-chefia/> Publicada em 24 abr. 2019. Acessado em: 04 jul. 2022.

⁴⁴ Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/42497/pdf> Acessado em: 06 jul. 2022.

⁴⁵ Publicada em 14 out. 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/columnistas/daniel-scola/noticia/2020/10/bolsonaro-agora-usa-futebol-para-fazer-propaganda-na-tv-do-lula-ckg9aps67000h015xmed7p48i.html> Acessado em: 04 jul. 2022.

⁴⁶ Cf. MARQUES, Joseti, *Folha de São Paulo*, 04 jan. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2022/01/comunicacao-publica-agoniza-mas-nao-morre.shtml> Acessado em: 06 jul. 2022.

REFERÊNCIAS

BOGÉA, Diogo. **Psicologia do Bolsonarismo**: porque tantas pessoas se curvam ao mito. S. l.: Editora Oficina de Filosofia, 2021.

COMISSÃO DE LIBERDADE DE IMPRENSA. COMISSÃO HUTCHINS (org.). **Uma imprensa livre e responsável**. Florianópolis: Ed. Insular, 2020. p. 27 a 33.

DOMINGUES, Juliano. **O espectro autoritário**: como a concentração de mídia fragiliza a democracia. Curitiba: Appris, 2021.

JACQUES NETO, Carlos Oliveira. *O elogio da ignorância: ascensão da extrema direita no Brasil após as eleições de 2018*. 2021. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Pontifícia Universidade Católica. Porto Alegre: PUCRS. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/10211/4/DIS_CARLOS_OLIVEIRA_JACQUES_NETO_COMPLETO.pdf Acessado em: 05 jul. 2022.

LIEDTKE, Paulo F. **EBC: O governo interino Temer e o golpe na comunicação pública**. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. SP, 2016.

LIEDTKE, Paulo F. **Governando com a mídia**: duplo agendamento e enquadramento no governo Lula (2003-2006). 2006. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, PPGSP. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2006.

LIEDTKE, Paulo F. Políticas de comunicação em Portugal: ações regulatórias instigantes para o Brasil. Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias da Comunicação no XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXVII, Rio de Janeiro, 4 a 7 set. 2015. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015. p. 12. O texto faz referência ao relatório de liberdade de imprensa disponível em: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/FreedomofthePress_2015_FINAL.pdf>. Acessado em: 29 abr. 2015.