



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

A política entre a ação midiática e o estilhaçamento das redes: o caso Bolsonaro

Politics between media action and spalling of social medias: the Bolsonaro case

Victor Thiesen
Antônio Fausto Neto

Palavras-chave: Política; Mediação; Mídias Sociais.

Uma observação preliminar. Os estudos que envolvem comunicação e política, especialmente no contexto de análises de campanhas eleitorais e dos discursos propriamente ditos, datam de algumas décadas que se inserem no século passado. Esses estudos já ressaltavam de um lado as condições de análise de cobertura de acontecimentos políticos por parte da imprensa, por outro lado, estudos que se reportam à análise propriamente ditas das campanhas eleitorais, sobretudo as de âmbito presidencial. Exteriorizando uma relação entre comunicação e política, exemplificaria em tais estudos, a proeminência do papel da categoria de mediação como fator expectativo de seu funcionamento. Ou seja, estamos chamando atenção para o fato de que a comunicação midiática teve sempre um papel central na veiculação da comunicação política. Essa afirmação pode ser atestada por vasta literatura sobre a qual alguns fragmentos nós citamos em nossa bibliografia. Devemos observar, contudo, em função do objeto que logo será descrito, a bibliografia que trata da nossa questão, já se reportaria mais especificamente às condições de mediatização do discurso político na atualidade. Nessas condições, nosso objeto já conforme diremos, é uma manifestação que vai além da singularidade que tem a categoria da mediação.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Esta comunicação examina algumas características da ação comunicacional utilizada na campanha eleitoral de Jair Bolsonaro e nos 60 primeiros dias de seu governo como presidente. Variadas estratégias por nós investigadas, seja como cidadãos, seja como pesquisadores, nos levam a formular algumas perguntas sobre essas ações, especialmente como o presidente eleito trata a questão da singularidade da instância jornalística como elemento de mediação entre discursos que o âmbito político dirige para a sociedade. Nos interessa particularmente argumentos e fundamentos sobre os quais repousam tais ações e estratégias comunicacionais. Para tanto, tomamos como referência extenso corpus de manifestações discursivas do então candidato, e agora presidente eleito, que é constituído por declarações que ele faz nos circuitos midiáticos, especialmente nas redes sociais, sobre sua percepção acerca do papel desta natureza de mediação. Destacamos, particularmente, argumentos por ele desferidos sobretudo no Twitter e matérias da imprensa na qual se apresentam marcas de sua postura frente às mídias e à atividade mediadora. Apenas a fim de ilustração, vemos que nos material inserido no período estudado – a campanha eleitoral de 2018 –, que o então candidato Jair Bolsonaro, em tuíte publicado em 28/09/2018, faz acusações de que “Parece que a liberdade não interessa para parte da imprensa aparelhada, mas apenas as relações promíscuas com a esquerda, nocivas à informação e à democracia”; e, também dos 60 dias iniciais de seu mandato presidencial: jornalistas como Mônica Bergamo (2019), ao descrever a solenidade de posse do novo presidente, classifica como “Um dia de Cão” para a classe, pelo fato de que severas medidas de vigilância e de constrangimentos foram impostos aos jornalistas pelos organizadores desta solenidade. A natureza deste tipo de cerceamento à circulação dos jornalistas, levou também levou a jornalista Miriam Leitão (2019) a apontar que “... o trabalho da imprensa está sendo restringido na posse”. Já nesses primeiros relatos aludidos aqui forma resumida, percebemos que o novo presidente assume uma posição antagônica com relação à natureza da atividade de mediação desenvolvida pelos meios jornalísticos. Trataremos esta questão à luz de um



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

quadro teórico que examina os efeitos dos processos de mediatização sobre as formação de mediação implementadas por atores e instituições tecno-simbólicas, chamando atenção para os efeitos que resultam desta nova paisagem e que se traduzem no esmaecimento da mediação a partir de transformações de seus mecanismos, com a substituição por atores comunicacionais, ou novos esquemas de produção de sentidos que passam a ser engendrados cada vez mais na órbita das redes sociais. Um dos efeitos destes novos processos de produção de sentido se constitui no aparecimento de novas formas de circulação de discursos que escapam à responsabilidade das instituições, em termos de práticas sociais, e se fazem agora cada vez mais, através de complexos ações comunicacionais que estariam na esfera direta dos candidatos, gestores, líderes políticos, que nestas condições manuseiam as formas de contato com a sociedade de modo direto.

Estes fenômenos vêm se desenvolvendo de modo célere sobre a paisagem da comunicação política desde o início do século, quando gestões presidenciais passam a ser feitas em termos de contato de modo direto, sem a intervenção de estruturas auxiliares de mediação. Vemos que tanto governos ou candidatos de diferentes tendências políticas fazem uso deste protocolo, tirando de cena velhas estratégias através das quais a esfera da política se contactava com o tecido social. No lugar dos dispositivos de mediação, aparecem novas estruturas como aquelas que caracterizam a matriz comunicacional da campanha e da gestão político-comunicacional do governo Bolsonaro.

O estudo junto ao material empírico permite a produção de algumas inferências, mostrando causas que levam a tais transformações. Nestas, evidencia-se o desaparecimento de fundamentos clássico sobre a ação comunicativa fundada em mediações, conforme as versões mais clássicas da comunicação política e o aparecimento de uma nova racionalidade comunicativa que enfatiza o efeito do contato entre produtores e receptores de mensagens, uma vez estabelecidas possibilidades dos



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

atores falarem direto com seus seguidores. Este ponto de vista não reconhece que no fundo, aparecem novos mediadores, na medida em que instituições complexas como o Facebook, WhatsApp, etc, se constituem em novas estruturas que vão engendrar os contatos entre atores e a sociedade, conforme aconteceu largamente em vários registros recentes no âmbito da campanha de Bolsonaro. Isto nos leva a pensar que esta aparente nova estrutura de comunicação apenas complexifica velhos formatos de mediação ao introduzir na cena comunicacional novos personagens, no caso tecno-digitais. Justifica-se esse trabalho pela natureza dos constrangimentos gerados pela fala presidencial ao alimentar uma ação comunicacional centrada em uma noção de combate segundo lógicas antagônicas. Trata-se de uma visível postura contrária a tudo que se ensina e aprende na universidade a respeito da importância da mediação jornalística. A curiosidade de se estudar este caso a partir desta abordagem, nos leva a indagar sobre efeitos desta postura junto à formação universitária, se ela teria algum fundamento ou se trataria apenas de estratégia política. Ou seja, qual é a relação existente entre a importância que universidade dá à formação de mediadores, ou seja, jornalistas, e o desprezo que leva Bolsonaro a tomar posições por nós anteriormente e de maneira alusiva apontamos. Notamos, por fim, que as críticas ao papel da ação comunicacional mediada pelas mídias jornalísticas, encontradas segundo marcas na fase da campanha ou já no governo, é o desenvolvimento de um discurso de combate ao funcionamento de um dos maiores fundamentos da ação jornalística, e que é constituída na sua condição de elo de contato segundo a natureza da sua ação mediadora de relatos entre instituição e a sociedade.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. Mitologias. São Paulo: DIFEL, 1982.

BENITES, Afonso. Cerimonial da posse de Bolsonaro impõe série de restrições a jornalistas. In: EL PAÍS, 01/01/2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/31/politica/1546277389_982663.html>. Acesso em 20/02/2019.

BERGAMO, Mônica. Um dia de cão. FSP, 1.1.2019

BOLSONARO diz que não dissemina Fake News, mas não tem controle sobre a ação dos seguidores. Notícias BOL 04/10/2018. Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/internacional/2018/10/04/bolsonaro-diz-que-nao-dissemina-fake-news-mas-nao-tem-controle-sobre-acao-dos-apoiadores.htm>>. Acesso em: 20/02/2018.

BOLSONARO sobre papel da imprensa: "Cheguei ao poder graças às mídias sociais". UOL, 01/11/2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/11/01/bolsonaro-relacao-com-imprensa-midias-sociais.htm>>. Acesso em: 20/02/2019.

CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (comps.). Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

FAUSTO NETO, Antônio. Trajetos do corpo de uma mulher: construção e desmontagem de fake News na campanha digital de Jair Bolsonaro. In: CASTRO, Paulo César (org.). Circulação discursiva e transformação da sociedade. Campina Grande, EDUEPB, 2018



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (orgs). Transformações da mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.

FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antonio Albino C.; VERÓN, Eliseo (orgs). Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003.

FAUSTO NETO, Antônio. O impeachment da televisão: como se cassa um presidente. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

FAUSTO NETO, Antônio. A Sentença dos “Media”: o discurso antecipatório do “impeachment” de Collor. In: Textos de Cultura e Comunicação, n. 30, 1993/2, pp. 5-33.

FAUSTO NETO, Antônio. O presidente da televisão: a construção do sujeito e do discurso político. In: Comunicação e Política, n.11, ano II. São Paulo: CBELA, 1989.

FAUSTO NETO, Antônio. O porta-voz. In: Humanidades, n. 16, 1988.

GOMES, Pedro Gilberto. .Dos meios á mediatização Um conceito em evolução. From Media mediatization na evolving concept . São Leopoldo: UNISINOS. 2018

GOVERNO Bolsonaro ameaça liberdade de imprensa, segundo organizações. FSP, 02/01/2019.

LEITÃO, Miriam. O pretexto da segurança, o trabalho da imprensa está sendo restringindo na posse. Rede Globo de TV, 1.1.2019.

MILLER, Gérard. Le divan des politiques. Paris: Seuil Navarin, 1989.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

MORIN, Edgar (dir.). A religião dos saberes: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

PALACIOS, Marcos. A festa e o lúdico na configuração da sociabilidade contemporânea. In: Textos de cultura e comunicação, n. 37/38, dezembro 1997, pp. 17-30.

'PODER popular não precisa mais de intermediação', diz Bolsonaro ao ser diplomado. FSP, 10/12/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/poder-popular-nao-precisa-mais-de-intermediacao-diz-bolsonaro-ao-ser-diplomado.shtml>>. Acesso em 20/02/2019.

VERÓN, Eliseo. La semiosis social, 2. Ideas, Momentos, Interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. Espacios mentales: efectos de agenda 2. Barcelona: Gedisa, 2001.

VERÓN, Eliseo. El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma, 2001.

VERÓN, Eliseo; La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. In: VERÓN, Eliseo. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette, 1987.

ZAHAR, Cristina. Jornalistas mulheres são atacadas no Twitter ao comentar condições de trabalho na posse presidencial. In: Blog da ABRAJI, 02/01/2019.