

DISCURSO JORNALÍSTICO DIANTE DO (NOVO) DISCURSO (POLÍTICO) DE COMBATE

JOURNALISTIC DISCOURSE BEFORE THE (NEW POLITICAL) COMBAT DISCOURSE

Antônio Fausto NETO¹
UNISINOS-RS | Brasil

Resumo

Examinam-se as mutações do discurso político no contexto da midiaticização em processo, especificamente as transformações das suas fontes em atores da enunciação de um "discurso de combate" que tem como alvo a instituição jornalística, seus fundamentos, práticas e seus profissionais. Estuda-se o discurso presidencial emitido durante a campanha eleitoral de 2018, bem como declarações, por ele veiculadas nas mídias, ao longo do primeiro ano de mandato, que explicitam sentidos e ideários a inspirar "ação comunicacional" de contato direto da política com a sociedade, tendo o presidente como seu ator protagonista. O presidente deixa de ser fonte para se constituir como operador principal de uma política em processo, que prescinde de práticas comunicacionais mediadoras como as de natureza jornalística.

Palavras-chave

Discurso Político; Discurso Jornalístico; Circulação; Desmediação.

Abstract

We examine the mutations of the political discourse in the context of the mediatization in process, particularly the transformations of its sources¹ into actors of the enunciation of a "combat discourse" that targets the journalistic institution, its foundations, practices, and its professionals. The presidential discourse emitted during the 2018 election campaign is under study, as well as statements, made by him in the media, during the first year of his term, which explain meanings and ideas that inspire the "communicational action" of direct contact of politics with society, having the president as its protagonist actor. The president ceases to be a source to become the central operator of a policy in process, which dispenses with mediating communicational practices such as the journalistic ones.

Keywords

Political discourse; Journalistic Discourse; Circulation; Desmediation

RECEBIDO EM 19 DE SETEMBRO DE 2019
ACEITO EM 20 DE OUTUBRO DE 2019

¹ Professor titular do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS-RS. Contato: afaustoneto@gmail.com

Introdução

Em comentários desenvolvidos em suas pesquisas sobre as relações dos processos midiáticos com o discurso político, Eliseo Verón chamava atenção, já no final dos anos 1980, para o fato de que a midiatização afetava “todos os discursos sociais, e o discurso de político de modo particular” (1987, p. 24). Destacava, particularmente, o fato de que as estratégias sobre aquele tipo de discurso estariam enfrentando novas formas de escritura, uma vez que “a imagem televisiva tornou-se o mais importante destes suportes {midiáticos}, convertendo-se no principal lugar de manifestações de cerimoniais políticos” (VERÓN, 1987, p. 24). Além de chamar atenção para o papel da TV na construção e veiculação de emissões do campo político, o discurso da informação é lembrado, através do papel do jornalista, como o principal operador deste fenômeno, pois da sua atividade dependeria, na maior parte dos casos, a instância na qual o discurso político poderia se manifestar (VERÓN, 1987). Estamos vivendo, segundo estas observações, um longo trajeto no qual os media, além de desempenharem tarefa mediacional entre as instituições e a sociedade, impõem alguns desafios ao funcionamento do discurso político. Dentre outros, o de negociar a construção da imagem de seus atores através da construção de um corpo específico, algo que dependeria de suas próprias estratégias, mas também das “gramáticas televisivas”. Estas impõem efeitos sobre o trabalho de acesso dos atores políticos à TV e, particularmente, na construção de um determinado “corpo-significante”, cujas possibilidades de contato com o tecido social dependeriam, cada vez mais, de discursividades que não decorreriam apenas das “gramáticas” dos discursos políticos.

Destas considerações introdutórias, detemos dois aspectos que destacam a importância da especificidade do trabalho dos mass media, realizado ao longo de muitos anos, na mediação dos demais discursos sociais, como o da política. E, em segundo lugar, as condições de acesso e de

negociação entre a política e a TV como fator vital no funcionamento da democracia ao longo de, pelo menos, as últimas quatro décadas. Tais dimensões se manifestam no contexto brasileiro, após o ciclo da ditadura, pois, como sabemos, em todas as campanhas eleitorais, os debates envolvendo candidatos a Presidente da República foram não só enunciados pela TV, mas construídos segundo matrizes discursivas das televisualidades, em cruzamentos com outras discursividades. São experiências que têm implicado várias negociações e disputas entre atores políticos e midiáticos, chamando atenção não só para o caráter da mediação televisiva, mas também para a importância da TV como elemento de acesso à política por parte do corpo social (FAUSTO NETO, 1989). Expressiva literatura observa a natureza e implicações das articulações entre os discursos televisivo e político, chamando atenção para o fato de que o status midiático não se destacava apenas pela singularidade do seu trabalho mediador de discursos. Indo além, são lembradas operações intrínsecas à produção discursiva midiática sobre o discurso político. Este aspecto chama atenção para o fato segundo o qual para se fazer um “corpo político”, na esfera do âmbito televisivo, seria preciso que os atores políticos dominassem os códigos de contato intrínsecos ao próprio dispositivo televisivo. (FAUSTO NETO; RUBIM; VERÓN, 2003).

Mas, os processos de midiatização em curso, ao longo das últimas quatro décadas, complexificam o funcionamento dos discursos sociais. E, particularmente, o aparecimento da internet, produz mutações profundas nos processos de produção de sentidos e de intercambialidade dos discursos. A “revolução do acesso” transforma os processos interacionais sob controle de estruturas sócio-técnicas que edificavam vínculos entre produtores e receptores de discursos – conforme lógicas e dinâmicas “mass midiáticas” – para uma realidade de fluxos e de circuitos de “muitos para muitos”. A técnica que interferira, anteriormente, nas relações entre polos, enfatizando a natureza mediadora das instituições midiáticas, institui, desta feita, novas

formas de contatos segundo circuitos distintos da ação comunicacional, organizada, até então, pelos meios. A internet enseja transformações nos processos interacionais e vínculos entre instituições e os atores sociais e, no plano do funcionamento dos discursos políticos, ela desponta como um campo de batalha. Ocorre o deslocamento para ela de todas as práticas sociais e de suas gramáticas, a partir de atividades que, doravante se enunciam segundo operações de produção e de circulação de discursos equidistantes da, então, gestão mediacional dos mass media. Efeitos destas mutações se manifestam especificamente, no funcionamento da política, cujas ações se deslocam da gestão mediadora dos mass media para novas práticas de produção de sentidos, como as que envolvem processos eleitorais e novas formas de gestão de governos. Conforme a hipótese abaixo apresentada, a campanha relativa às eleições presidenciais brasileiras, em 2018, e as ações governamentais do candidato eleito, se gestam segundo estas novas lógicas comunicacionais da ambiência da internet.

Uma hipótese de trabalho

Quais as relações entre o que se expõe no cenário introdutório deste artigo com o objeto central das reflexões aqui desenvolvidas? Procuramos descrever algumas características do funcionamento do discurso político no contexto atual brasileiro, no período que compreende a campanha eleitoral para presidente, em 2018, e os primeiros nove meses da gestão do novo Presidente. Neste período, as possibilidades de vínculos e de contatos entre o candidato (em seguida, o Presidente) e a sociedade, estão sendo tecidos, em grande parte, no cenário digital, por um “discurso de combate” que se volta contra estruturas mediadoras e seus atores, como é o caso das instituições jornalísticas. Se, durante a campanha eleitoral, o candidato se valia principalmente do Twitter como dispositivo de disseminação de suas mensagens, no exercício da presidência, alia ao Twitter uma ação discursiva

que se faz através de atividade circulatória que se apoia em declarações cotidianas tendo como objeto as mídias jornalísticas e seus atores.

O nicho midiático de operador de produção de discursos é “convertido” em um polo de recepção de um determinado discurso político, o qual, antes de se deslocar para o tecido social, tem nos jornalistas seus primeiros alvos e leitores. Trata-se de uma combinação de estratégias que se desenvolvem segundo contextos enunciativos nos quais o presidente explicita, possivelmente, a mais importante ação de seu governo. Conforme próprio depoimento jornalístico, ele “assumiu o controle total da comunicação do governo e tomou para si o papel de decidir os rumos da sua gestão”².

Para mostrar algumas das operações deste discurso, partimos de hipótese enquanto “guia de exploração” das questões aqui descritas sobre as falas do Presidente postas em circulação pelo Twitter e através de declarações. Segundo nossa hipótese, esta modalidade de discurso utilizada pelo Presidente, expressa a sua recusa por uma ação comunicativa que, se realizada no âmbito de instâncias de mediação – como as de natureza jornalística – faria com que o “corpo-significante” do Presidente estivesse submetido aos enquadres e às lógicas da enunciação jornalística. Esta, além de funcionar como “elo de contato”, mediando a circulação de sua fala para a sociedade, submeteria a enunciação presidencial a enquadres do trabalho enunciativo jornalístico. Marcas de racionalidade que expressam a recusa por este lugar são manifestadas em vários discursos do Presidente, desde a campanha passando pelo cerimonial de posse e, também, pelas rotinas dos primeiros nove meses de governo. São operações que se fazem discursivamente, e que tratam de desqualificar a singularidade das

² SOARES, Jussara; GULLINO, Daniel. O Globo. “Com declarações diárias ao sair do Alvorada, Bolsonaro dirige a própria imagem para “ser autêntico”. 12/12/2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/com-declaracoes-diarias-ao-sair-do-alvorada-bolsonaro-dirige-propria-imagem-para-ser-autentico-23870717>>. Acesso em: 14/10/2019.

instituições midiáticas, enquanto espécies de *gatekeeper* da gestão discursiva dos demais campos sociais, conforme se manifestara por um longo período que precede a internet. Do ponto de vista teórico, uns chamariam este fenômeno de “desmediação”, enquanto ações voltadas para deslocar o protagonismo jornalístico de uma atividade discursiva que, desta feita, passaria a ser enunciada diretamente pelos próprios atores das instituições não-midiáticas, como os do campo da política.

Marcas desta recusa são capturadas e se expressam através de discursos que tentam se materializar contra a “gramática” de uma “ação comunicativa” que funcionaria como óbice à constituição de vínculo direto entre a política e a sociedade. Este é um capítulo central de uma problemática que transcorre em contextos distintos, segundo várias experimentações, principalmente, aquelas que se forjam em valores populistas que lidam com dificuldade com os rituais de comunicação engendrados no âmbito da democracia representativa. Tais experimentações são enunciadas através do “discurso de combate”, valendo-se da potencialidade da internet e das redes sociais, enquanto locus, matriz e cenário de seus experimentos, e de onde perseguiria outros “regimes de governabilidade”, segundo vínculos diretos entre o Presidente e os atores. Para tanto, se dispensariam “expedientes regulatórios” que emanassem da cultura e gramática dos *mass media*.

A exemplo de outras experiências que destacam os efeitos da midiatização sobre a gestão presidencial em vários países (FAUSTO NETO; MOUCHON; VERÓN, 2012), o discurso do atual Presidente exterioriza sua crença em uma “arquitetura comunicacional” como instância que engendraria as formas de contato direto entre governantes e governados. Para tanto, dissemina-se, através de um “evangelismo comunicacional” que prescinde de práticas mediacionais e dos seus limites, como é o caso das instituições jornalísticas e seus operadores. Sua meta é “anunciar a

verdade”, segundo estilizações de mensagens que pressuporiam um horizonte destituído de obstáculos, a fim de que fosse possível a exteriorização de imaginários “encapsulados” em um determinado tipo de discurso político. Para tanto, suas ações se fundamentariam em práticas discursivas de combate, segundo formas de locuções e de exortações que, desvinculando-se da órbita mediacional jornalística, poderiam avançar segundo a dinâmica dos circuitos digitais.

De acordo com esta hipótese, esta estratégia se funda em uma lógica de caráter linear, pois, ao maximizar o êxito de suas ações à dimensão do acesso às redes, julga-se que a circulação dos discursos estaria livre de injunções de outras naturezas. Neste caso, o disseminador encontraria campo livre para remessa de mensagens aos seguidores que, de sua parte, cuidariam de disseminá-las, assim por diante, e deste ato resultariam os efeitos pretendidos, como “a vitória da verdade”. Porém, como se sabe, os processos de mediação se passam em meio a feedbacks complexos resultantes do funcionamento de mensagens subordinadas a várias lógicas e contingências diversas, circunstâncias que impediriam que tais fluxos assegurassem, a priori, efetivação das intenções e dos efeitos estimados por seus disseminadores.

Talvez seja por estes fatores de incertezas e de discontinuidades que as estratégias comunicacionais, aqui analisadas, se manifestem através de discursos que visam conter ou deslocar outras operações discursivas orquestradas pelas práticas discursivas das mediações. Para tanto, valendo-se de uma intensa atividade de operações de sentidos que se manifestam nos discursos presidenciais e que visam desqualificar práticas e valores anunciados pelas instituições jornalísticas e sua cultura. Conforme descrevemos, são “práticas de combates” que se voltam para dois alvos: primeiro, as instituições midiáticas, visando retirá-las de cena através de desqualificação de suas racionalidades, metodologias e práticas. E,

segundo, além de desqualificar as estruturas mediadoras, é preciso alojar os atores sociais no universo de “bolhas” de sentidos, enquanto receptáculo adequado para recepção de orientações, exortações, apelos, palavras de ordem. Em suma, o engajamento do “rebanho de seguidores”, convidando-o à pugna contra as mediações. Este artigo pretende apenas descrever algumas operações desta estratégia, visando compreender as marcas de funcionamento de um determinado tipo de discurso conforme pistas provocadas pela hipótese aqui lançada.

Lendo marcas da estratégia em curso

Nossas observações se apoiam no trajeto de um discurso segundo processualidades que se desenvolvem, especificamente, no ano eleitoral 2018. Quatro meses antes da eleição (19/07/2018), o *Twitter* presidencial lança disparos, atacando “parte” da imprensa, contudo, sem especificar em qual delas consiste o seu alvo, ao mesmo tempo em que anuncia “o povo como seu partido”: “a maioria da imprensa cria falsa narrativa como se tivesse sido descartado por fulano ou cicrano. Jamais me comprometi com nenhum dos citados. Sempre deixei claro que meu partido é o povo (...)”³. Recorre à referência abstrata para acusar a imprensa de estar trabalhando contra sua candidatura e, ao mesmo tempo, anuncia o povo como um grande coletivo imediatamente por ele concebido como uma aglomeração específica – seu partido. Ignora sua vinculação às instâncias de mediação, no caso o partido/coligação que havia lançado a sua candidatura, colocando o povo acima de quaisquer configurações institucionais.

Um mês antes das eleições (28/09/2018), o *Twitter* presidencial desfere novas investidas contra o universo midiático por ele tratado como “parte da mídia”: “estamos na reta final para as eleições. Mais uma vez a parte da mídia

³ BOLSONARO, Jair. “A maioria da imprensa cria falsa narrativa como se tivesse sido descartado por fulano ou cicrano. Jamais me comprometi com nenhum dos citados. Sempre deixei claro que meu partido é o povo (...)”. Brasília, 19/07/2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1019895537548648449>>. Acesso em: 14/10/2019.

de sempre lança seus últimos ataques na tentativa de me desconstruir. O sistema agoniza, vamos vencê-lo⁴". A enunciação é feita mesclando teor informativo com tom de narrativa de batalha, associada a uma avaliação da conjuntura quando dá informe sobre a agonia de um amplo coletivo (sistema), sem precisar de quem se trata, a sociedade de modo geral ou o sistema midiático. Denunciando ser alvo de ataques, o discurso presidencial mobiliza os pares do Presidente, enquanto "tripulantes" do *Twitter*, a seguir na rota, segundo apelo de um discurso modalizado de modo afirmativo e exortativo: "vamos *vencê-lo*". No mesmo dia, anuncia discurso de ofensiva, através de ataque sobre as mídias: "Diferente do candidato presidiário, sempre me posicionei contra o controle da mídia. Mesmo assim sou favorito. Parece que a liberdade não interessa para parte da imprensa aparelhada, mas apenas as relações\$ promíscuas com a esquerda, nocivas à informação e a democracia⁵". Volta a se referir a um segmento da mídia, como seu alvo e, desta feita, nomeia-a como "uma parte da imprensa".

Ainda, no mesmo dia, em uma terceira mensagem em que faz um apelo "exorcizante", tenta sensibilizar o eleitorado contra o fantasma do controle das mídias: "Diferentemente do candidato presidiário, sempre me posicionei contra o controle da mídia. Mesmo assim sou alvo favorito. Parece que a liberdade não interessa para parte da imprensa aparelhada". Desta forma, elege uma espécie de "fantasma" como o seu opositor, parecendo fazer alusão ao ex-presidente Lula, cumprindo mandado de prisão. E cuida de qualificar de forma mais precisa o alvo de sua mensagem, parte da imprensa, por ele acusada e qualificada como "imprensa aparelhada".

⁴ BOLSONARO, Jair. "Estamos na reta final para as eleições. Mais uma vez parte da mídia de sempre lança seus últimos ataques na tentativa de me desconstruir. O sistema agoniza, vamos vencê-lo". Brasília, 28/09/2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1045679580206567424>>. Acesso em: 14/10/2019.

⁵ BOLSONARO, Jair. "Diferente do candidato presidiário, sempre me posicionei contra o controle da mídia. Mesmo assim sou favorito. Parece que a liberdade não interessa para parte da imprensa aparelhada, mas apenas as relações\$ promíscuas com a esquerda, nocivas à informação e a democracia". Brasília, 28/09/2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1045697359806648320>>. Acesso em: 14/10/2019.

Praticamente duas semanas antes do primeiro turno da eleição, em entrevista em um canal de TV, explica suas relações com o tema das *fake news*. Garantiu não as disseminar, mas explicou o uso delas nas redes sociais, especialmente a sua relação com seguidores. Admite que não tem controle sobre eventuais apoiadores que repassam informações falsas: "(...) o seguidor me extrapola, a culpa cai em cima de mim como se eu fosse o capitão, que tivesse uma tropa ao meu comando para fazer aquilo que eu falo". Mas, de alguma forma, se diz um operador nas redes quando "alimenta suas redes sociais com a verdade e que conta com um exército de seguidores para divulgá-la"⁶. Para explicar níveis de subordinação de seus eleitores às estratégias de campanha, usa, metaforicamente, referências de lógicas e da hierarquia militar. Para tanto, argumenta que os seguidores naquele contexto, não são seus comandados, uma vez que ele não se apresenta como capitão, pois não está investido de suas insígnias.

De certa forma, afirma, também, não ser dele a responsabilidade se um seguidor extrapolava ao gerar *fake news*, por exemplo. Mas enfatizou que há um enlace entre ele e os seguidores e que consiste na circulação da verdade, significativo este que, extraído do discurso religioso, ocupa lugar central na disseminação de sua campanha principalmente junto aos seus seguidores.

Ao refutar as instâncias mediadoras midiático-jornalísticas, reconhece sua existência, especialmente a singularidade de se constituírem como um "elo de contato" entre o sistema político e seguidores de sua campanha, porém o vê como um elo vencido. Dias antes de sua posse, em discurso feito na solenidade de sua diplomação, faz uma clara declaração de vitória contra as mediações, ao lembrar o papel que tiveram circuitos diretos de comunicação entre candidatos e eleitores: "o poder popular não precisa mais de

⁶ BRITO, Ricardo. Extra. "Bolsonaro diz que não dissemina fake news, mas não tem controle sobre ação dos apoiadores". 04/10/2018. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/mundo/bolsonaro-diz-que-nao-dissemina-fake-news-mas-nao-tem-controle-sobre-acao-dos-apoiadores-23129151.html>>. Acesso em: 17/10/2019.

intermediação, pois as novas tecnologias permitiram uma relação direta entre eleitores e seus representantes (...) {pois} (...) os candidatos ficam acessíveis a 140 caracteres de distância⁷”.

Posse, segundo a circulação monitorada

Entre a campanha eleitoral e os primeiros meses de governo, o desenrolar da natureza das relações entre o Presidente e as mídias seria antevisto já na solenidade de posse do novo mandatário. Anunciada como algo diferenciado, sua cobertura, por parte dos jornalistas, caracterizou-se por uma mobilidade restrita a eles imposta, como a possibilidade de acesso aos ambientes onde se passariam os rituais de posse do Presidente. Sempre instalados em ambientes pré-definidos pelos organizadores do evento e os assessores de segurança, os jornalistas deveriam seguir normas, não acessando ambientes sem a permissão e a orientação dos setores organizadores. Deveriam evitar movimentos bruscos com máquinas, etc., “pois qualquer movimento suspeito poderia levar um atirador de elite a abater o alvo⁸”.

As restrições e formas de hostilidade à presença dos jornalistas, inclusive estrangeiros, se expressaram também através de discursos que circularam nas redes sociais, como o que foi postado no *Twitter*, por um assessor do Presidente, com o seguinte teor: “Os representantes de órgãos de mídia estrangeiros que só vão ao Brasil para dar palpites em vez de noticiar os fatos deveriam ser banidos do território nacional⁹”. A natureza da posse diferenciada e os efeitos do sistema de vigilância sobre os jornalistas encarregados pela cobertura geraram notas de protestos de várias instituições

⁷ AFFONSO, Carlos. Uol. “Bolsonaro está acima de todos nas redes sociais?”. 12/12/2018. Disponível em: <<https://tecfront.blogosfera.uol.com.br/2018/12/12/bolsonaro-esta-acima-de-todos-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 17/10/2019.

⁸ BERGAMO, Mônica. Folha de S. Paulo. “Um dia de cão”. 01/01/2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2019/01/um-dia-de-cao.shtml>>. Acesso em: 17/10/2019.

⁹ CARVALHO, Olavo de. “Os representantes de órgãos de mídia estrangeiros que só vão ao Brasil para dar palpites em vez de noticiar os fatos deveriam ser banidos do território nacional”. 01/01/2019. Facebook: <<https://www.facebook.com/carvalho.olavo/posts/1199944283490977>>. Acesso em: 09/05/2020.

internacionais e nacionais, como a Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, a Associação Brasileira de Imprensa – ABI, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo – ABRAJI, contra as restrições à circulação de jornalistas.

As notas das associações nacionais são acompanhadas pelo noticiário de jornais do exterior. *La Nación* (argentino) estampou, em sua primeira página, título: “Restrições à imprensa, promessa de maior tensão”, seguido de um breve comentário sobre as condições de circulação dos jornalistas: “limitam os movimentos dos jornalistas e Bolsonaro *twitta* contra a revista *Veja*¹⁰”. O título do *El País* (Espanha) destaca, em tempo real, enunciados sobre os limites à mobilidade dos jornalistas: “Cerimonial da posse de Bolsonaro impõe série de restrições a jornalistas¹¹”, enfatizando: “está proibido o deslocamento de jornalistas entre o Palácio do Planalto e o Itamarati” (*EL PAÍS*, 01/01/2019). Referindo a ângulo mais específico – à performance do Presidente na solenidade de posse – colunista do jornal O GLOBO comenta: “Bolsonaro confundiu o traje de Presidente com o de candidato¹²”.

Um mês após sua posse, a avaliação do Presidente é abordada em editorial de jornal, cujo título chama atenção para o fato de que “Governar não é tuitar¹³”. O texto do editorial tem um tom de aconselhamento: “Bolsonaro precisa o quanto antes se dar conta que não está mais em campanha, quando todos os problemas do país já devem ser ‘resolvidos’ por meio de *slogans*

¹⁰ ARMENDÁRIZ, Alberto. *Lá Nación*. “Restricciones a la prensa, promesa de una mayor tensión”. 02/01/2019. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/restricciones-a-la-prensa-promesa-de-una-mayor-tension-nid2207145>>. Acesso em: 17/10/2019.

¹¹ BENITES, Afonso. “Cerimonial de posse de Bolsonaro impõe série de restrições a jornalistas”. 01/01/2019. *El País*. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/31/politica/1546277389_982663.html>. Acesso em: 18/10/2019

¹² FRANCO, Bernardo Mello. “Bolsonaro confundiu o traje de Presidente com o de candidato”. 02/01/2019. *O Globo*. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/bolsonaro-confundiu-o-traje-de-presidente-com-o-de-candidato.html>>. Acesso em: 17/10/2019

¹³ O ESTADO DE SÃO PAULO, Notas & Informações. “Governar não é tuitar”. 12/02/2019. *Estadão*. Disponível em: <<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,governar-nao-e-tuitar,70002717306>>. Acesso em: 17/10/2019

ditados em redes sociais, sob a orientação dos filhos”. E explicando a natureza do conselho, afirma: “governar é muito diferente do que *twitter*: Demanda presença, articulação, lucidez – isto é tudo o que Bolsonaro, convalescente e a reboque dos filhos e dos mais aliados, ainda não conseguiu oferecer ao país”.

A ofensiva antimidiática

Numa espécie de antevisão de sua vitória, conforme o resultado do primeiro turno, o Presidente valoriza, segundo relato do UOL, a importância das redes sociais, ao dizer que chega ao poder graças às mídias sociais e quem vai selecionar qual imprensa vai sobreviver é a própria população. “A imprensa que não entregar a verdade nos seus jornais, rádios e TVs e (...) nas redes sociais vai ficar para trás.¹⁴” (UOL, 01/11/18). Produz, assim, um discurso antecipatório sobre o destino não só das práticas jornalísticas, mas de suas próprias instituições. E, mais uma vez, antevê o papel protagônico que vai ter a população no destino de instituições, como a imprensa.

Já eleito presidente, mas antes mesmo assumir o cargo, o Presidente dinamiza o uso do *Twitter* e aprofunda observações sobre o funcionamento dos discursos enunciados pelas chamadas mídias tradicionais. Faz, ao mesmo tempo, sobre a cobertura da Folha de São Paulo, acusação, avaliação e ameaça àquele jornal, afirmando: “A Folha de SP continua a fazer um jornalismo sujo e de baixo nível. Agora insinuam falta de representatividade das regiões Norte e Nordeste nos ministérios, como se nascer em uma região se traduzisse em competência e não nascer significasse descaso e abandono. Vão quebrar a cara!¹⁵”. Acusa a Folha de S. Paulo, mas o tom de ameaça enunciado em sua mensagem destina-se a um coletivo mais amplo. Destina a mensagem, na

¹⁴ ANDRADE, Hanrikson de; MAIA, Gustavo. Uol. “Bolsonaro sobre papel da imprensa: ‘cheguei ao poder graças às mídias sociais’”. 01/11/2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/11/01/bolsonaro-relacao-com-imprensa-midias-sociais.htm>>. Acesso em: 17/10/2019.

¹⁵ BOLSONARO, Jair. “A Folha de SP continua a fazer um jornalismo sujo e de baixo nível. Agora insinuam falta de representatividade das regiões Norte e Nordeste nos ministérios, como se nascer em uma região se traduzisse em competência e não nascer significasse descaso e abandono. Vão quebrar a cara!”. Brasília, 21/12/2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1076153587200389121>>. Acesso em: 14/10/2019.

terceira pessoa do plural, em dois momentos: quando define como destinatários, não apenas a Folha de S. Paulo, mas, segundo o emprego verbal, a uma pluralidade de interlocutores possivelmente, componentes do universo jornalístico (“insinua” e “vão”). Era o prenúncio de que o clima de circulação monitorada iria se intensificar. Uma “ação comunicacional” iniciada na campanha seria mantida; já em uma segunda fase, através da veiculação de mensagens criticando a imprensa, via *Twitter*, dez dias após a sua posse: “Peço desculpas à grande parte da imprensa por não estar indicando inimigos para postos em meu governo! ¹⁶”. Desta feita, alude de modo explícito à grande imprensa como alvo de suas reações, elegendo o jornal Estado de S. Paulo como seu alvo: “Lamento a postura contínua deste jornal diante das boas ações ocorridas nos últimos 13 dias e as melhores que estão por vir! A liberdade de imprensa é necessária e algo que governos anteriores tentavam burlar. Bom trabalho aos senhores e que a verdade sempre prevaleça!¹⁷”.

Para explicitar suas divergências quanto às coberturas, ignora, momentaneamente, o tom das ameaças, ainda situadas no plano retórico e lembra que são governos anteriores àqueles que ameaçavam as liberdades. Para tanto, se faz acompanhar de fragmento bíblico, deslocado da esfera do discurso religioso (“a verdade vencerá”) para o âmbito do discurso político, no qual é ligeiramente transformado em um outro enunciado (“e que a verdade sempre prevaleça”), como palavra de ordem a pautar o combate travado com as instituições. Não afrontando, ainda de modo virulento, a temática da liberdade de imprensa, o discurso presidencial introduz, no vocabulário de suas

¹⁶ BOLSONARO, Jair. “Peço desculpas à grande parte da imprensa por não estar indicando inimigos para postos em meu governo!”. Brasília, 11/01/2019. Facebook: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/>. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/posts/1345378652277784/>>. Acesso em: 14/10/2019.

¹⁷ BOLSONARO, Jair. “Lamento a postura contínua deste jornal diante das boas ações ocorridas nos últimos 13 dias e as melhores que estão por vir! A liberdade de imprensa é necessária e algo que governos anteriores tentavam burlar. Bom trabalho aos senhores e que a verdade sempre prevaleça!”. Brasília, 13/01/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1084451824344666112>>. Acesso em: 14/10/2019.

estratégias discursivas de combate aos meios jornalísticos, a temática das *fake news*, ao se colocar como vítima de uma determinada modalidade de circulação de sentidos atribuída às mídias: "Sofro *fake news* diárias como este caso da 'demissão' do ministro Velez. A mídia cria narrativas de que não governo, sou atrapalhado, etc. Você sabe quem quer nos desgastar para se criar uma ação definitiva contra meu mandato no futuro. Nosso compromisso é com você, com o Brasil¹⁸". Assim, acusa diretamente a mídia (sem fragmentá-la) por desqualificar sua pessoa e suas ações no governo, porém, compartilha o teor da mensagem a um "você inclusivo". Ou seja, segundo o contexto, o discurso condensaria o universo daqueles (eleitores, seguidores, etc.) que constituem os coletivos de seus apoiadores.

Compartilha não só a ocorrência, mas sentimentos que seriam também do conhecimento dos eleitores, na medida em que os implica ao fazer uma avaliação do que visa o teor das notícias por ele denunciado e comentado em seu *Twitter*: "Você sabe quem quer nos desgastar (...) nosso compromisso é com você¹⁹". Neste caso, além de exteriorizar a situação para a comunidade dos seguidores, ratifica a instância a quem alude a um pacto de lealdade: não com as instituições, mas "com você e com o Brasil". As mensagens via *Twitter* visam, além de atacar as mídias, denunciar seus processos de noticiabilidade, orientando que tipo de mídias os seguidores devem escolher: "Quando não há problemas no governo, a maior parte da mídia inventa alguma coisa para ter o que falar e manipular. Informe-se sempre buscando uma mídia alternativa, pois infelizmente muitas das habituais não querem o melhor para o Brasil, somente para si mesmas!²⁰". Temas sobre os destinos das mídias são também

¹⁸ BOLSONARO, Jair. "Sofro fake news diárias como este caso da 'demissão' do ministro Velez. A mídia cria narrativas de que não governo, sou atrapalhado, etc. Você sabe quem quer nos desgastar para se criar uma ação definitiva contra meu mandato no futuro. Nosso compromisso é com você, com o Brasil". Brasília, 27/03/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1111077097991299072>>. Acesso em: 14/10/2019.

¹⁹ BOLSONARO, Jair. "Você sabe quem quer nos desgastar (...) nosso compromisso é com você". Brasília, 27/03/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1111077097991299072>>. Acesso em: 14/10/2019.

²⁰ BOLSONARO, Jair. "Quando não há problemas no governo, a maior parte da mídia inventa alguma coisa para ter o que falar e manipular. Informe-se sempre buscando uma mídia alternativa, pois infelizmente

por ele suscitados, ao prometer que “em meu governo a chama da democracia será mantida sem qualquer regulamentação das mídias, aí incluídas as mídias sociais (...)”²¹. Mas tal promessa não atenua a ira de coletivos bolsonaristas que saem às ruas, em maio deste ano, defendendo-o, aos gritos de “Globo lixo”, e defenderem também o linchamento de profissionais daquela emissora que faziam cobertura de manifestações em favor do Governo em Belo Horizonte²².

O protocolo de contatos entre o presidente e a população amplia-se sem que ele abandone o uso intensivo do *Twitter*. Recorde-se que mesmo durante sua hospitalização, antes e após as eleições, o Presidente despacha seus torpedos do leito hospital, aspecto que serve como metáfora sobre as novas condições de midiatização do discurso político. Ao *Twitter* se agregam duas outras ações: através da figura de um porta-voz e das declarações de viva voz que são feitas, diretamente pelo Presidente, aos jornalistas.

Os contatos presenciais entre o Presidente e os jornalistas se passam, geralmente, na parte da manhã, quando o Presidente faz declarações que são midiatizadas ao longo do dia. É neste contexto (e de outros) que surgem, na própria rotina presidencial, críticas contra instituições jornalísticas e o trabalho dos seus profissionais. Em um contexto de tenso ambiente, os jornalistas são os primeiros receptores de um discurso cujos ecos se farão, em seguida, seja pelas notícias veiculadas na mídia tradicional e, ainda pelas redes sociais.

Mesmo em suas viagens internacionais, o Presidente aproveita o contato com os enviados especiais da imprensa para críticas dirigidas aos seus

muitas das habituais não querem o melhor para o Brasil, somente para si mesmas!”. Brasília, 03/05/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1124508626394202112>>. Acesso em: 14/10/2019.

²¹ BOLSONARO, Jair. “Em meu governo a chama da democracia será mantida sem qualquer regulamentação das mídias, aí incluídas as mídias sociais (...)”. Brasília, 05/05/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1125064873174552576>>. Acesso em: 14/10/2019.

²² JUNGSMANN, Mariana. Brasil 247. “Protesto contra governo reúne mais de 20 mil em BH”. 27/05/2019. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/geral/protesto-contr-governo-reune-mais-de-20-mil-em-bh>>. Acesso em: 17/10/2019.

jornais ou, então, em alguns casos, aos próprios jornalistas. Exemplo desta situação é a entrevista que prestou a repórter da Folha, durante viagem que fez aos Estados Unidos. A partir de uma pergunta sobre cortes orçamentários para a área de educação, além de contestar sua abordagem, dizendo não se tratar de corte, mas de contingenciamento, dirigiu comentário extensivo à jornalista e à instituição que ali representava: "Foi da Folha? Aprendeu a Folha de S. Paulo? (...) Você da Folha tem que entrar é de novo numa faculdade que presta e fazer um bom jornalismo. É isso que a Folha tem que fazer e não contratar qualquer uma ou qualquer um para ser jornalista, para ficar semeando discórdia e perguntando besteira por aí e publicando besteira e publicando coisas nojentas. É isso que vocês da Folha têm que fazer²³". Faz, no mesmo contexto, crítica às Organizações GLOBO ao responder pergunta de repórter sobre como via as investigações sobre seu filho, senador Flávio Bolsonaro: "A Globo ficou sabendo da quebra de sigilo do meu filho desde o ano passado. Pergunta para Globo, é uma jogadinha, entre o MPF-RJ com a Globo". A interpelação feita a repórter da FSP gera uma das mais veementes respostas feitas pelo campo jornalístico, segundo o teor da última coluna assinada pelo falecido jornalista Clóvis Rossi: "Faça uma boa faculdade, Jair²⁴". Evitando uma abordagem corporativa, o colunista critica a própria qualificação intelectual do Presidente, segundo ele, insuficiente para se dirigir à jornalista. Diz que Bolsonaro "não tem autoridade pedagógica, digamos assim, para recomendar que qualquer pessoa faça o que ele chama de boa faculdade. (...) Como Bolsonaro não foi preparado para tais funções não está qualificado para analisar a qualificação de outros profissionais".

O ato presidencial de produzir a cada dia críticas de várias naturezas ao campo jornalístico e seus atores gera, dias após, contundente resposta da

²³ DIAS, Marina. Folha de S. Paulo. "Folha não tem que contratar 'qualquer uma', diz Bolsonaro a repórter do jornal". 16/05/2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/05/folha-nao-tem-que-contratar-qualquer-uma-diz-bolsonaro-a-reporter-do-jornal.shtml>>. Acesso em: 17/10/2019.

²⁴ ROSSI, Clóvis. Folha de São Paulo. "Faça uma boa faculdade, Jair". 17/05/2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/clovisrossi/2019/05/faca-uma-boa-faculdade-jair.shtml>>. Acesso em: 17/10/2019.

revista semanal ISTO É, que, anteriormente, declarara seu apoio à sua candidatura. Em matéria de capa de uma das suas mais recentes edições (07/08/2019), a revista traz, em toda sua capa, imagem do rosto do Presidente e, sobrepondo-se a sua superfície, um título interpelativo, em caixa alta: "POR QUE NÃO TE CALAS?".

Figura 1 – Capa Isto É



Fonte: São Paulo, 07/08/2019. Ano 42, nº 2588. Disponível em: <https://istoe.com.br/edicao/2588/>. Acesso em: 17/09/2019.

Sob o título, um conjunto de outros enunciados nos quais a revista comenta a razão do seu título interpelativo: "ao estabelecer na presidência uma rotina de destemperos verbais, aprofunda as divisões". Segue em página interna, na seção sumário, uma nota sobre as matérias da edição, onde se comenta a natureza de sua capa, chamando-se atenção para o fato de que "um dia sim, noutro também Bolsonaro agride verbalmente pessoas, instituições democráticas e a história do país. E assim o Presidente vai perdendo governabilidade". E, fechando a estrutura argumentativa do foco dado à edição, o editorial da publicação em outra página, nomeia o presidente como "O Infame Bolsonaro", explicando que "a perversão verbal do mandatário Bolsonaro atingiu nos últimos dias decibéis intoleráveis, gerou uma

repulsa quase generalizada a sua figura e expôs de uma vez por todas a truculência e a rudeza da personalidade que ele carrega” (Isto É, 07/08/2019, p.15).

Jornalista relata, em depoimento no *Twitter* diálogo havido entre ela e o presidente no contexto de uma entrevista, na qual ele usa tom ofensivo em resposta à pergunta se a polêmica com o Nordeste poderia atrapalhar a votação da Previdência já que a bancada nordestina é forte. Segundo o *tweet*, o diálogo é relatado da seguinte forma: “Perguntei ao presidente Jair Bolsonaro se a polêmica com o Nordeste não poderia atrapalhar a votação da Previdência, já que a bancada nordestina é forte. Ouvi isso aqui: ‘Pelo amor de Deus, né. Se eu te chamar de feia agora, acabou o mundo. Todas as mulheres vão estar contra mim’²⁵”. Mais recentemente, três registros de ataques no contexto de contato direto com jornalistas. No primeiro, em tom de ameaça, o Presidente anuncia a repórteres pré-condições para que venha a lhes conceder entrevista: “acabei de postar uma matéria sobre o Merval Pereira. Palestra de 375 mil. Tá legal? Tá ok? 375 mil (sic) uma palestra no Senac. Tá ok (...) se vocês não fizerem nenhuma matéria sobre isso nos jornais, eu não dou mais entrevistas para vocês. Tá legal? Tá combinado? Tem mais nome aí. Só levantei um nomezinho hoje²⁶”.

Avança sobre o território da mediação jornalística ao questionar princípios e regras da noticiabilidade, entendendo que sua observância não se situa apenas na esfera deliberativa dos repórteres, mas de outros atores que se envolvem os processos produtivos da instituição jornalística. No mesmo mês, vários meios jornalísticos anunciam que “Bolsonaro ataca a imprensa e

²⁵ PERON, Isadora. “Perguntei ao presidente Jair Bolsonaro se a polêmica com o Nordeste não poderia atrapalhar a votação da Previdência, já que a bancada nordestina é forte. Ouvi isso aqui: ‘Pelo amor de Deus, né. Se eu te chamar de feia agora, acabou o mundo. Todas as mulheres vão estar contra mim’”. Brasília, 20/07/2019. Twitter: @Isaperon. Disponível em: <<https://twitter.com/Isaperon/status/1152656499019309056>>. Acesso em: 14/10/2019.

²⁶ Folha de São Paulo. “Bolsonaro condiciona entrevista à publicação de reportagens sobre palestras de jornalistas”. 26/08/2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/08/bolsonaro-condiciona-entrevista-a-publicacao-de-reportagens-sobre-palestras-de-jornalistas.shtml>>. Acesso em: 17/10/2019.

diz que o jornal 'vai fechar'²⁷". A afirmação fazia referência ao jornal Valor Econômico, fato que estaria relacionado com o fato de não haver mais obrigatoriedade de as empresas de capital aberto publicarem seus balanços em jornais. Disse ele: "Tirei de vocês (jornalistas) 1,2 bilhão com publicação de balanços. Não é maldade não. É bondade e justiça com as empresas que não aguentam pagar isso para publicar balancetes (...) A imprensa está acabando como acabou a profissão de datilógrafo" (ESP, 22/08/2019). Declara, assim, a morte da imprensa perante os próprios operadores jornalísticos e, reiterando ameaças pairando sobre a mobilidade dos jornalistas, anuncia em vaga declaração, mas em tom ameaçatório: "se excesso jornalístico desse cadeia, todos vocês estariam presos, tá certo?"²⁸".

Dois dias após, o Presidente pergunta a cinegrafistas que o aguardavam na saída do palácio residencial, buscando imagens para matérias sobre suas atividades no contexto das comemorações do Dia dos Pais: "Não tem nenhum urubu aí? Urubu que eu chamo é repórter. Vocês são tropas amigas. Não tem urubu, não?"²⁹". Externava sua apreensão sobre a possibilidade de pairar no contexto a presença de um "outro" (o repórter), à espreita de captura do seu discurso de combate. Faz a associação entre o repórter e o urubu, lembrando, certamente, sobre a natureza do contato com jornalistas, permeado por tenso processo interativo, conforme fragmentos acima relatados.

Não se sabe, porém, a exata associação que o imaginário do discurso presidencial faz quando recorre a tal expressão para atribuí-la aos jornalistas. Mas, de alguma forma ao fazer um vínculo entre o repórter e o urubu, talvez

²⁷ LINDNER, Julia. O Estado de São Paulo. "Bolsonaro ataca a imprensa e diz que o jornal 'vai fechar'". 22/08/2019. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-ataca-a-imprensa-e-diz-que-jornal-vai-fechar,70002978111>> Acesso em: 17/10/2020.

²⁸ GULLINO, Daniel; MAIA, Gustavo. O Globo. "Se excesso jornalístico desse cadeia, todos vocês estariam presos", diz Bolsonaro a jornalistas". 09/08/2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/se-excesso-jornalístico-desse-cadeia-todos-voces-estariam-presos-diz-bolsonaro-jornalistas-23867651>. Acesso em: 17/10/2019.

²⁹ NEWS, Pleno. "Bolsonaro dá recado para TVs e chama repórteres de urubus". 11/08/2019. Disponível em: <<https://pleno.news/brasil/bolsonaro-da-recado-para-tvs-e-chama-reporteres-de-urubus.html>>. Acesso em: 17/10/2019.

tenha se valido deste significante para situar o jornalista como um “predador” que, de alguma forma, se constitui num óbice para a implementação de uma produção discursiva, segundo contato direto com os atores sociais. Os urubus e jornalistas “farejam” e mapeiam ambiente de intervenção, através de processos observacionais constituídos por olhares rápidos e a intensidade de faros, através dos quais vigiam e controlam o ambiente no qual vão intervir.

Os urubus têm várias inscrições em diferentes referências culturais e simbólicas: desde a noção de aves de rapina que se alimentam através da ingestão de carnes em putrefação. São também objeto de construções místico-espirituais que os consideram um animal faxineiro, ao destacarem que sua função primordial é a de evitar vermes que causam doenças em todos os seres vivos, retirando-os e evitando que proliferem energias mais densas que estariam afetando uma pessoa ou seu ambiente. Segundo outra construção, os abutres são associados a pessoas que desejam a morte, ou o desaparecimento de outrem para obter bens ou vantagens, conforme assim é dicionarizado.

Diante de várias pistas de leituras, voltamos ao contexto no qual o Presidente introduz os urubus no seu mapa de comunicação. Pode-se inferir que, antes mesmo de dialogar com os cinegrafistas, o Presidente perguntava pelos urubus e, diante da ausência deles, constata que seu “discurso de combate” não pode ser enunciado porque falta-lhe a presença do interlocutor. Apesar do anunciado controle total de sua estratégia sobre a comunicação do Governo (O GLOBO 12/09/2019), a natureza do discurso de combate – “falar antes de pensar” – é atravessada por buracos ou intervalos. Já a não-presença dos jornalistas gera pergunta sobre o destino deste “outro” (“onde estão os urubus, que eu chamo de repórter? ”). Como dissemos, constatar a ausência desta interlocução fundamental talvez seja um pretexto a lhe impedir de disparar o dispositivo enunciativo do discurso de combate.

Também pode-se admitir que os urubus (os jornalistas) representam um incômodo para a ação comunicacional do Presidente porque, conforme exterioriza em várias mensagens de suas falas, são os componentes de uma relação comunicacional que obstruem uma determinada vontade de fazer circular um discurso de poder, o qual tem como horizonte a anunciada aventura comunicacional de contato direto com o povo. De alguma forma, jornalistas, a exemplo de urubus, desenvolvem duas operações que estas aves praticam em suas incursões: a extração de materiais (textos) e a remoção, pela força de suas regras, de outros materiais (textos) que somente podem ter acesso ao circuito de sentidos se submetidos aos seus esquemas de (ingestão) leituras. Neste sentido, o discurso político não goza de autonomia para proferir, unilateralmente, os sentidos e os efeitos de sua disseminação.

Estando em interface com outras discursividades, o discurso político opera em contexto de complexas interações e, a exemplo do que se passava no contexto de mediações discursivas, onde, até então, o discurso político se permeava por outras gramáticas, é possível admitir que na fase da midiatização em processo continuaria a depender de apossamentos jornalísticos, ainda que segundo outras cenas de contatos e de disputas.

Notas em Conclusão

Reflexões otimistas feitas no início do século avaliavam os efeitos da midiatização sobre as estruturas de comunicação, chamando atenção para experiências que se manifestavam no contexto das eleições presidenciais, em diferentes países. Destacavam o potencial dos entrelaçamentos de práticas tecnomidiáticas e as de natureza política, suscitando a importância de configurações de lógicas e gramáticas de caráter midiático sobre estratégias políticas. Mais que isso, ações descreviam o aparecimento de um novo cenário de contato entre estas práticas, destacando, para tanto, a natureza dos *feedbacks* resultantes de processos de experimentação em diferentes países. A potencialidade da midiatização era saudada como um segundo momento

que sucederia o papel que a TV teve nos anos 80, no sentido de ensinar que a política dialogasse com a sociedade, a partir de lógicas e operações das audiovisualidades. Estávamos em um cenário de diálogos e de interfaces entre processos discursivos que apontavam para uma nova dinâmica de circulação de discursos, engendrada através de acoplamentos de práticas, cujas gramáticas e lógicas também se interpenetravam, segundo dinâmicas de feixes de sentidos.

Duas décadas após, os efeitos destas transações se complexificam, uma vez que a “revolução do acesso”, desencadeada pela internet, transforma as relações entre política e comunicação. O então discurso televisivo deixa de ser “condição de produção” do discurso político. Este atravessa as fronteiras que articulam e distinguem, ao mesmo tempo, suas especificidades, passando a operar discursivamente, à cata dos seus seguidores, adeptos e abandonando o empréstimo dos protocolos mediadores das instituições jornalísticas. Tais mutações instituem e substituem acoplamentos por agenciamentos de contatos diretos entre os atores do campo político e seus seguidores. Trata-se do cenário que toma formato e dinâmica no contexto das eleições presidenciais brasileiras, em 2018, e as ações comunicacionais implementadas em 2019 pelo Governo, nos primeiros nove meses de sua atividade, através do que nomeamos e descrevemos, aqui, como uma modalidade de “discurso de combate”. Estas ações se fazem em torno de três fases: o período da campanha eleitoral; a “reclusão” dos jornalistas no contexto da circulação monitorada; e falas do Presidente, midiaticizadas em vários momentos, sobre as práticas jornalísticas, suas instituições e seus atores, através do *Twitter* e de declarações veiculadas pelas mídias.

Trata-se de uma modalidade de discurso realizada pela primeira vez, pelo ator do contexto político segundo operações de sentido que questionam o jornalismo como instância de mediação, através da enunciação de narrativas

de desconstrução, valendo-se de um discurso de combate, conforme as estratégias descritas acima.

Retornando à racionalidade da estratégia aqui estudada, vemos que seu foco está voltado para uma desconstrução que se transforma em ato, segundo a enunciação de mensagens que são proferidas ao longo de uma processualidade caracterizada por várias manifestações do Presidente. Estas, são permeadas por imagens e associações, que aparecem ao longo de momentos distintos, relacionadas aos indícios de tentativas de gestão direta do discurso informativo por parte do discurso político. Isto pode ser percebido nas estratégias aqui estudadas e cujos temas tratados nas declarações presidenciais possibilitam a elaboração de uma “árvore semântica” dos ângulos abordados. Os discursos contemplam pelo menos os seguintes eixos: 1) Desqualificação das instituições jornalísticas; 2) Desqualificação dos jornalistas; 3) Avaliação das práticas, narrativas e atores jornalísticos; 4) Ações sobre os atores; 5) Discurso antimediação; 6) Interpelações midiáticas.

Tais fragmentos retirados de falas do presidente apontam as transformações nas relações entre fontes e jornalistas e que são materializadas em ato, cujos conteúdos apontam, dentre outras coisas, para conhecimento que a fonte tem da cultura jornalística e suas “gramáticas”. Contatos entre fontes e jornalistas que, até então, situavam-se numa antessala da produção jornalística (checagens, apuração), na qual reparos ao processo de apuração eram aludidos e reclamados no contexto de relacionamento de campos. Estes contatos deslocam-se, agora, para uma sala de operações propriamente dita e que dita, que, por força da midiatização e dos seus efeitos, é operada pela fonte e, ao mesmo tempo, transformada em uma espécie de ator em ato – misto de fonte, crítico, editor, fiscal e “justiceiro”. Em consequência dos efeitos da “revolução do acesso”, ensejada pela midiatização e pela internet, a então fonte passa a determinar as relações com o sistema jornalístico, que variam desde a apropriação de algumas referências de suas gramáticas, ao

estabelecimento de um jogo de combate, que põe em questão a própria instituição jornalística, seus fundamentos e atores, segundo prescrições que são lançadas referindo-se à instituição midiática na forma de julgamento, ameaças e mesmo sentenças. Parece-nos que, até então, as transações entre fontes e instituições jornalísticas não teriam avançado sobre os limites de suas fronteiras. Mas, estamos, possivelmente, diante de um novo cenário que aponta, segundo várias pistas, os efeitos das transformações que as novas condições de circulação discursiva promovem nas estruturas e relações entre campos sociais.

Concluindo estas reflexões, valemo-nos ainda do registro (e notícia) no qual o presidente nomeia jornalistas (repórteres) como urubus. Destacamos o fato de que a própria nomeação simbólica que ele faz dos jornalistas é formulada e capturada no próprio contexto da circulação e sua dinâmica. Para esta se desloca a tensão do processo da apuração, pois, em tempo real, a, então, fonte midiatiza alusões acerca da existência/presença dos seus interlocutores. Não só isso, procura-os à sua volta, como os associa a imagens de vigilância externalizada por imaginário que inspira temor, medo, ameaça, desprezo, perigo, sentimentos sobre presenças que devem ser “espantadas” porque, a exemplo de urubus, são fontes de um contato indesejável. Trata-se de preocupações suscitadas pelos efeitos destas novas relações que se passam neste contexto de midiatização em processo que merecem ser refletidas em nome da democracia e da preservação e dos seus ideários. Estudos, pesquisas e observações devem se debruçar sobre as temeridades do discurso político permeado pelo temor suscitado pela presença do outro (urubus da ambiência), neste contexto de intensa “monitoração” de cenários e de combates que se externam. Ainda na esfera da artilharia da retórica, é preciso admitir que todo discurso gera efeitos, ainda que não sejam aqueles previstos por seu emissor. Mas, como diz Lacan, “o que o discurso visa {como efeito} é a causa do próprio discurso. (...) se apresenta como prenhe de consequências,

só que obscuras. Nada do que dizemos, em princípio, deixa de implicá-las. No entanto, não sabemos quais são". (2008, p. 31-33).

Referências

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: DIFEL, 1982.
- CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (comps.). **Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
- DE CERTEAU, Michel. **Croire: une pratique de la différence**, nº 106. Rome: École Française de Rome, 1981.
- Eco, Umberto. **Pape Satàn Aleppe: crônicas de uma sociedade líquida**. Rio de Janeiro: Record, 2017.
- FAUSTO NETO, Antônio. O porta-voz. In: **Humanidades**, n. 16. Brasília: UnB, 1988.
- 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. 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 impeachment da televisão: como se cassa um presidente**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antônio Albino C.; VERÓN, Eliseo (orgs). **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003.
- FAUSTO NETO, Antônio. **O jornalismo e os limites da representação**. Revista Discursos – Estudos de linguagens como prática social, nº 5. Rio de Janeiro: NUPEC-ECO, 2005.
- FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (orgs). **Transformações da midiaticização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.
- FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (orgs). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2013, p.43-64.
- FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos e conceitos. In: **Rizoma**, v.6, n.2, julho-dezembro/2018. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004>>. Acesso em 27/01/2019.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Política entre ações comunicativas e Circulações Disruptivas**. Comunicação apresentada na XXVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em

Comunicação (Compós). Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. **Enunciação do "Discurso de Combate"**. Mesa: "Fluxos e contrafluxos comunicacionais: crise da discursividade e disputas por narrativas" do 42º Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belém: Intercom, 2019.

FREUD, Sigmund. *Psicología de las masas y analisis del yo*. In: **Obras completas: Sigmund Freud**, quarta edição. Madrid: Biblioteca Nueva, 1981.

GROHMANN, Rafael. Em busca dos fãs do Bolsonaro no Twitter: reflexões epistemológicas sobre circulação de sentidos e pesquisa em mídias sociais. **XXVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2018.

HAN, Byung-Chul. **Topologia da Violência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

LACAN, Jacques. *De um Outro ao outro*. Livro 16. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia: porque nossa liberdade corre perigo e como salvá-la**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MOUILLAUD, Maurice. **Le Discours et ses Doubles. Semiotique et Politique**. Lyon: PUL, 2014.

SIGAL, Silvia; VERÓN, Eliseo. **Perón o muerte**: los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Eudeba, 2003.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia**. São Paulo: Loyola, 2002.

VALDETTARO, Sandra. **Cuerpo-presidencial-performático y Mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamento**. Rosario: CIM, 2014.

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

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

WOODWARD, Bob. **O Medo Trump na Casa Branca**. São Paulo: Todavia, 2017.

