

Desintermediação mediática e ataques à imprensa

os usos aplicados aos perfis no YouTube e Instagram de Jair Bolsonaro

Ana Marta M. Flores | UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA/ICNOVA Janara Nicoletti | UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CONTEXTO

Escalada dos casos de agressão e cerceamento ao trabalho dos jornalistas durante pandemia da Covid-19 no Brasil

OBJETIVO

Analisar como se dá o discurso de ódio contra jornalistas nos perfis oficiais do presidente Jair Bolsonaro no Youtube e Instagram



CORPUS

Postagens realizadas nos perfis oficiais do presidente durante os cem primeiros dias da pandemia de COVID-19, contados a partir do primeiro caso confirmado no país.

Período de análise

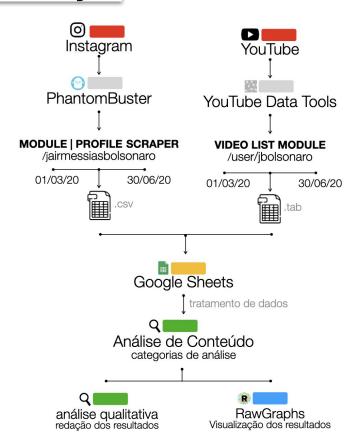
26 de fevereiro a 04 de junho de 2020







DESIGN DE INVESTIGAÇÃO





CATEGORIAS DE ANÁLISE

PROTOCOLO DE ANÁLISE | CONTEÚDO analysis categories | content

FONTE	AUTO-REFERÊNCIA	TEMA	DESINFORMAÇÃO	CITAÇÃO IMPRENSA	POSICIONAMENTO
source	self-referential	theme	disinformation	mention press	tone
JAIR BOLSONARO Jair Bolsonaro	SIM Yes	COVID-19 COVID-19	SIM Yes	GENÉRICA generic	NEUTRO Neutral
GOVERNO government	NÃO Não	OPOSITORES opponents	NÃO <i>N</i> ão	EMPRESA company	DESCASO Disregard
PRONUNCIAMENTO pronouncement		IMPRENSA press	INCONCLUSIVO inconclusive	JORNALISTA journalist	DESCREDIBILIZAÇÃO discredit
TERCEIROS third-parties		AUTO PROMOÇÃO self promotion		APOIO support	CRÍTICA criticism
		DEFESA defense		CONTEÚDO REPRODUZIDO reshared content	ATAQUE attack
		AÇÕES GOVERNO government actions		NÃO RELACIONADO unrelated	INTIMIDAÇÃO Harassment
		IDEOLOGIA ideology			PRECONCEITO Prejudice
		RELACIONAMENTO relationship			AMEAÇA À INTEGRIDADE Threat
					ELOGIO Compliment
	•	•			•

[Nicoletti & Flores, 2022]



PRINCIPAIS RESULTADOS

42% relacionados à pandemia de COVID-19 **36**% mencionam a imprensa

Citações à imprensa:

40% críticas diretas

28% ataque

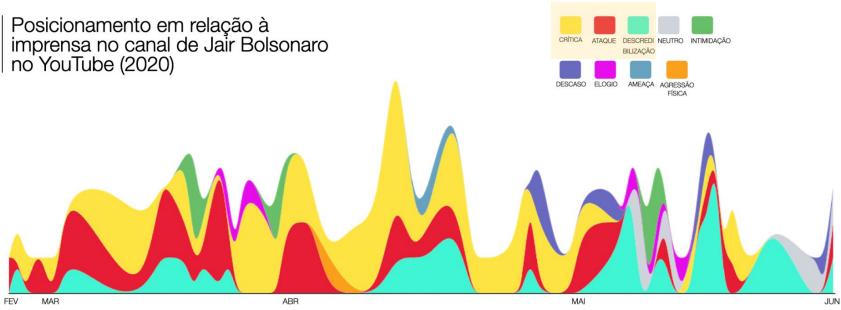
26% descredibilização

8% neutro

5% descaso, assédio/intimidação, elogio (cada)

1% agressão física e ameaça (cada)

FINDINGS







CASOS ILUSTRATIVOS DO TOM MAIS FREQUENTE NA FALA DE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE

Dados coletados entre 26.02 e 04.06 de 2020



-CITAÇÃO quote

TÍTULO DO VÍDEO video title

FRAME frame

CRÍTICA

6'35" | "Obviamente temos um momento, uma crise, uma pequena crise, né? A meu entender é muito mais fantasia, a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo."

Presidente Bolsonaro discursa na Conferência Internacional em Miami.



ATAQUE VERBAL Verbal attack 3'46" | "Manchete da Folha de São Paulo de hoje: 'Novo presidente da PF assume e acata pedido de Bolsonaro'. Que imprensa canalha: Folha de São Paulo! Canalha é elogio para a Folha de São Paulo! (...) Então uma manchete canalha, mentirosa, e vocês da mídia, grande parte, tenham vergonha na cara! A grande parte só publica patifaria!"

Presidente Bolsonaro traz verdades no Alvorada (05/05/2020). 9AM



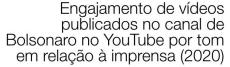
DESCREDIBILIZAÇÃO discredit

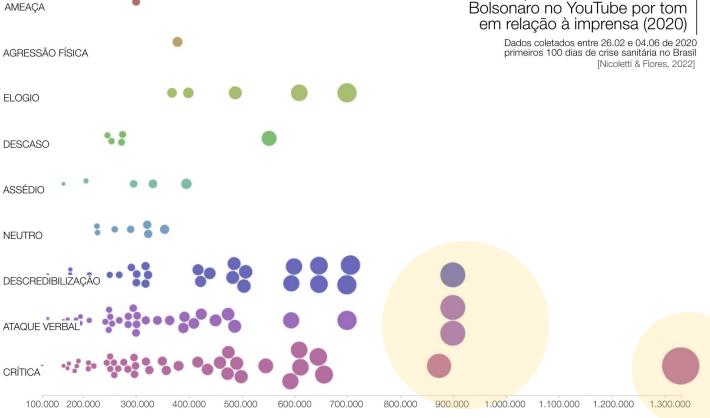
41'24'' "A imprensa inventou o Gabinete do Ódio, muitos idiotas acreditaram, tem idiota que acredita até hoje. Pra que eu quero um Gabinete do Ódio? Me apresente uma matéria ofensiva a quem quer que seja e que tenha ajudado o governo que fosse mentira!"

Live Semanal com Presidente Jair Bolsonaro - 04/06/2020







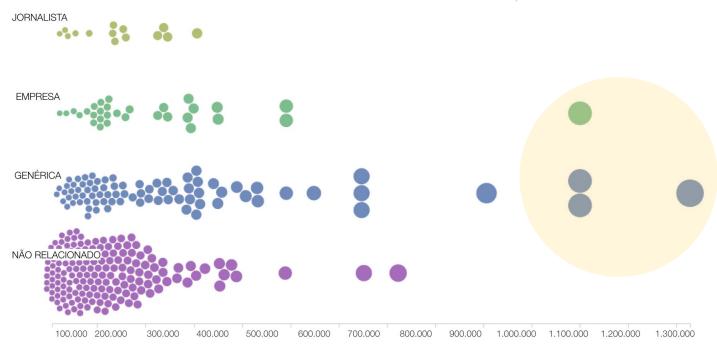




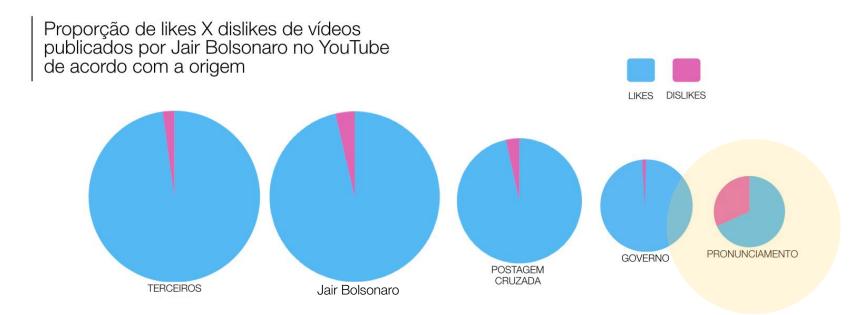


Engajamento de vídeos publicados no canal de Bolsonaro no YouTube por tipo de citação à imprensa (2020)

Dados coletados entre 26.02 e 04.06 de 2020 primeiros 100 dias de crise sanitária no Brasil







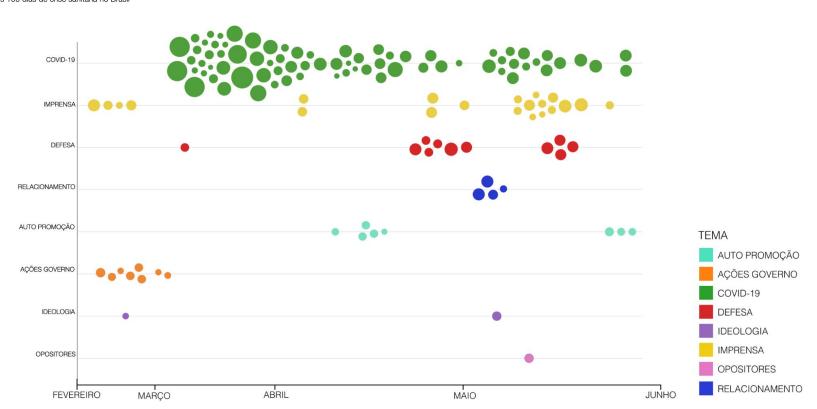
[Nicoletti & Flores, 2022]





FREQUÊNCIA E TEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES

DE JAIR BOLSONARO DO YOUTUBE Dados coletados entre 26.02 e 04.06 de 2020 primeiros 100 días de crise sanitária no Brasil





TRÍADE — CRITICAR, ATACAR E DESCREDIBILIZAR A IMPRENSA

- . Conteúdo produzido para ser repostado em outras plataformas;
- . Ação sistemática de **negação da pandemia** e ataques à imprensa;
- Violência contra jornalistas usada como forma de mudar o discurso público;
- . Estratégia discursiva integra ambientes online e offline produção de factóides e vídeos de questionamento aos média.





252 fotos e 189 vídeos 22,68% mencionam a imprensa

Tipo de referência à imprensa:

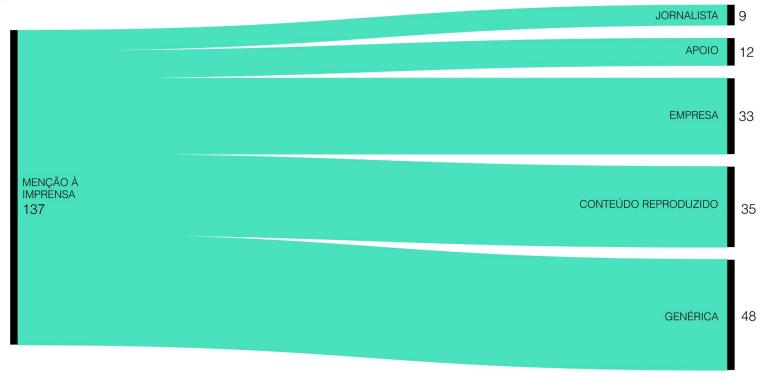
35% citação genérica 26% conteúdo reproduzido 24% empresa 9% apoio 7% jornalista específico





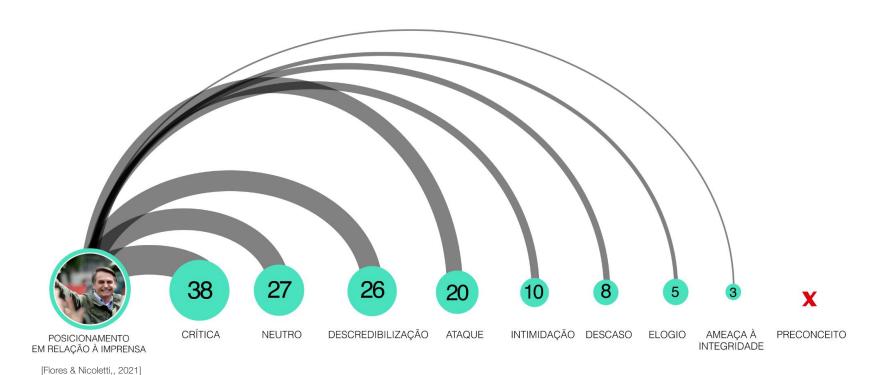
FREQUÊNCIA E TIPO DE MENÇÕES À IMPRENSA NAS PUBLICAÇÕES DE JAIR BOLSONARO NO INSTAGRAM (DE 26.02.20 A 04.06.20 | 100 PRIMEIROS DIAS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL)

TIPO DE MENÇÃO

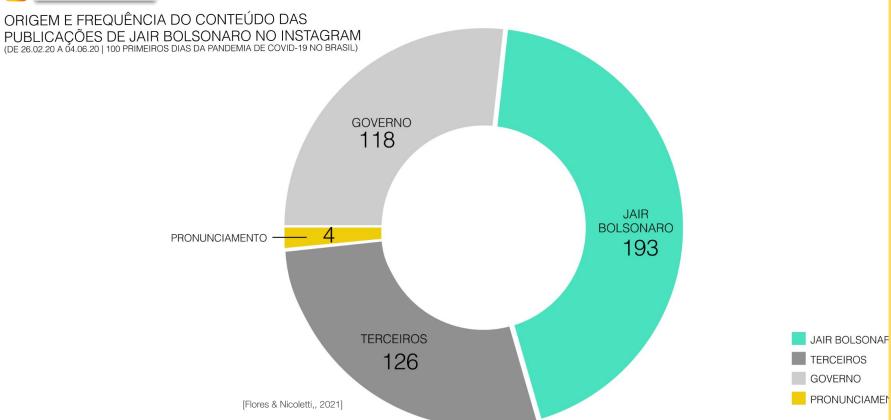




FREQUÊNCIA E POSICIONAMENTO EM RELAÇÃO À IMPRENSA NAS PUBLICAÇÕES DE JAIR BOLSONARO NO INSTAGRAM (DE 26.02.20 A 04.06.20 | 100 PRIMEIROS DIAS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL)

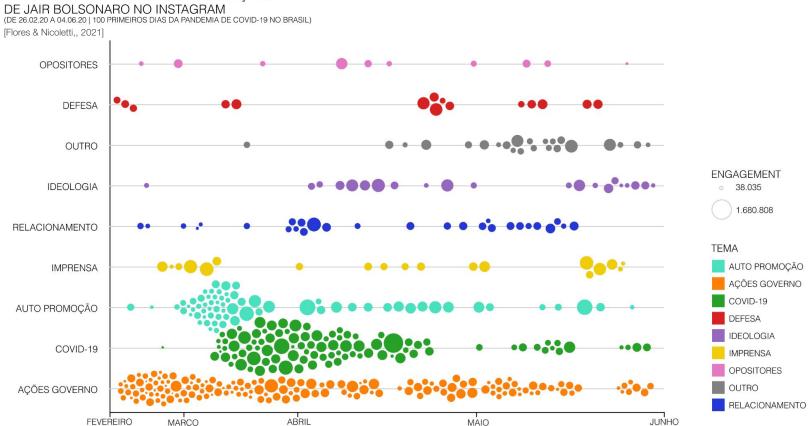








FREQUÊNCIA E TEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DE JAIR BOLSONARO NO INSTAGRAM





- . Canal é usado como **fonte confiável** de informação sobre o governo
- Estratégia central do perfil na plataforma é promover a imagem de Bolsonaro como um estadista e líder
- Também reforça a ideia de Messias o Injustiçado ou o Salvador
- Ambiente para recirculação de conteúdos de outras plataformas
- Quando cita imprensa, traz a ideia de "inimiga do país"





















- Discurso moldado para as plataformas onde se diz "a verdade"
- . Linguagem simples e acessível, muitas vezes amadora (ou tentando ser)
- . Interações com imprensa são gravadas e depois reutilizadas
- Críticas e ataques à mídia ajudam a reforçar que a única fonte fiável de informação é Jair Bolsonaro e seus aliados;
- . Reverberação dos ataques ajudam a nutrir o engajamento online e offline
- Endossa o trabalho de jornalistas e dos média "apoiantes", e declara os demais como inimigos













Desintermediação mediática e ataques à imprensa

os usos aplicados aos perfis no YouTube e Instagram de Jair Bolsonaro

Ana Marta M. Flores | ⋈ amflores@fcsh.unl.pt

Janara Nicoletti | ⋈ janarant@gmail.com