

“Não perca tempo nem prevarique”:

a carta de Barra Torres a Bolsonaro a partir dos podcasts “Medo e Delírio em Brasília” e “Café da Manhã”

"Don't waste time or prevaricate": Barra Torres' letter to Bolsonaro from the podcasts "Medo e Delírio em Brasília" and "Café da Manhã"

"No pierda el tiempo ni prevarique": la carta de Barra Torres a Bolsonaro desde los podcasts "Medo e Delírio em Brasília" y "Café da Manhã"

Carlos Augusto de França Rocha Júnior; Nealla Valentim Machado

Resumo

A proposta é abordar como Jair Bolsonaro, presidente da República, e Antônio Barra Torres, presidente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, travam uma disputa ideológica midiática a partir da cobertura dos podcasts Medo e Delírio em Brasília e Café da Manhã. Com autores como Fausto Neto (2008) e Hjarvard (2012) a midiática é um ponto de partida para entender como neopopulistas, na visão de Rosanvallon (2020), atuam contra a Comunicação Pública, como aponta Weber (2017). Emprega-se a Análise de Discurso Crítica, com Fairclough (2001) e Vieira e Resende (2017) para entender as estratégias dos atores políticos em disputa e também dos podcasts para realizar a cobertura midiática.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Podcast; Neopopulismo; Jair Bolsonaro.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 19/08/2022 aceito em: 21/10/2022.

>> Como citar este texto:

ROCHA JÚNIOR, Carlos Augusto de França; MACHADO, Nealla Valentim. “Não perca tempo nem prevarique: a carta de Barra Torres a Bolsonaro a partir dos podcasts “Medo e Delírio em Brasília” e “Café da Manhã”. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 02, p. 53-73, jan./abr. 2022.

Sobre os autores

Carlos Augusto de França Rocha Júnior
carlosrochajr@outlook.com
<https://orcid.org/0000-0001-5207-6689>

Doutorando em Comunicação pela Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS)

Nealla Valentim Machado
nealla.machado@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2034-3321>

Doutora no Programa de Pós-Graduação de Estudos da Cultura Contemporânea (ECCO/UFMT), jornalista graduada pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

Abstract

The proposal is to address how Jair Bolsonaro, Brazilian President, and Antônio Barra Torres, president of the Brazilian Health Regulatory Agency, are fighting an ideological dispute mediatized from the coverage of the podcasts, Medo e Delírio em Brasília and Café da Manhã. With authors such as Fausto Neto (2008) and Hjarvard (2012), mediatization is a starting point to understand how neopopulists, in Rousanvallon's (2020) view, act against Public Communication, as pointed out by Weber (2017). Critical Discourse Analysis is used, with Fairclough (2001) and Vieira e Resende (2017) to understand the strategies of political actors in dispute and also of podcasts to carry out media coverage.

Keywords: Public Communication; Podcast; Neopopulism; Covid-19; Jair Bolsonaro.

Resumen

La propuesta es abordar cómo Jair Bolsonaro, presidente de la República, y Antônio Barra Torres, presidente de la Agência Nacional de Vigilância Sanitária, están librando una disputa ideológica mediatizada a partir de la cobertura de los podcasts Medo e Delírio em Brasília y Café da Manhã. Con autores como Fausto Neto (2008) y Hjarvard (2012), la mediatización es un punto de partida para entender cómo los neopopulistas, en la visión de Rosanvallon(2020), actúan contra la Comunicación Pública, como lo señala Weber (2017). Se utiliza el Análisis Crítico del Discurso, con Fairclough (2001) y Vieira e Resende (2017) para comprender las estrategias de los actores políticos en disputa y también de los podcasts para realizar la cobertura mediática.

Palabras clave: Comunicación Pública; Podcast; Neopopulismo; Covid-19; Jair Bolsonaro.

Introdução

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) aprovou a aplicação da vacina contra a Covid-19 para crianças de 5 a 11 anos em dezembro de 2021 a partir de intensos debates na sociedade que envolveu até mesmo a adoção de procedimentos heterodoxos, como uma consulta pública e uma audiência pública com grupos políticos. Em janeiro de 2022, por meio de uma transmissão ao vivo por redes sociais, o presidente da República, Jair Bolsonaro (PL) acusou

diretores da agência de serem “tarados por vacina” e de terem interesses escusos na aprovação. O presidente tem por hábito a realização de transmissões para seus apoiadores desde a campanha eleitoral e depois da posse realiza estas ações em espaços públicos.

Após a acusação o diretor da Anvisa, Antônio Barra Torres, emitiu então uma carta pública para Bolsonaro cobrando ao presidente que denunciasse qualquer caso de corrupção ou pedisse desculpas. O documento público, por ter sido emitido a partir da Anvisa, uma agência pública, foi classificado como uma carta “pessoal” do diretor, um contra-almirante, para o presidente, um capitão.

Considerando os riscos que corre a democracia, principalmente na última década em meio a um cenário de ascensão de populistas ao poder, entender o modo que os podcasts, como produtos comunicacionais, atuam para abordar este cenário é o objeto do estudo. A escolha é motivada por compreender por um lado os modos de comunicar-se destes políticos populistas e por outro como um mesmo acontecimento receber abordagens diferentes na cobertura midiática.

Em particular, interessa saber de que modo a Comunicação Pública como indicador de democracia (WEBER, 2017) está presente nas discussões sobre a carta de Barra Torres e como o populismo se faz presente na atualidade (ROSANVALLON, 2020). A Comunicação Pública e o populismo são pontos importantes para analisar o processo democrático em profundidade e como a erosão de instituições jurídicas, científicas e de comunicação são a erosão da própria democracia. É interessante também abordar como a disputa ideológica relacionada a Covid-19 recebe atenção pelos podcasts, no que se refere a tomar posição igual ou diferente dos atores políticos envolvidos na luta por hegemonia.

1. Medo e Delírio em Brasília e Café da Manhã: Podcasts com destaque para informação

A disputa entre Bolsonaro e Barra Torres contou com ampla cobertura

midiática envolvendo jornais, rádios, emissoras de televisão, sites noticiosos e também podcasts dedicados à informação jornalística. A compreensão sobre podcast atende a definições de Santhias (2019) e Viana e Chagas (2021) que tomam a expressão em inglês “Pod” como “Personal On Demand”, ou “Pessoal sob demanda”, um conteúdo que atende a demandas particulares sobre um determinado assunto ou modo de abordar um tema. Cast está relacionado a transmissão deste conteúdo, habitualmente veiculado por plataformas de áudio.

Os podcasts representam um ramo próprio no consumo de áudio, para além das rádios que dominaram as transmissões ao longo do século XX. Utilizando dados da plataforma Spotify, que abriga também os podcasts utilizados neste estudo, Chagas e Viana (2019) situam o Brasil como um mercado consumidor potente para os podcasts. Sobre a linguagem destes, os autores destacam o quanto ela está correlacionada com a linguagem sonora do rádio, marcada por palavras, silêncios, efeitos sonoros e música. São fatores que ajudam a construir uma narrativa sonora e as especificidades da relação com a audiência.

Segundo Kischinhevsky (2016), a internet se expande rapidamente, possibilitando novos hábitos de consumo e inovadoras formas de produção e distribuição de bens simbólicos. Nesse novo ambiente midiático, o rádio expandido, como o autor denomina, tem se mostrado ágil na associação com mídias sociais, diretórios e portais. Assim, potencializa a circulação de seus conteúdos e explora sua maior vantagem competitiva diante da TV e da imprensa: a comunicação de base sonora, que permite a realização de outras atividades simultâneas à escuta. Desta forma, o podcast ou o rádio expandido, possibilita aos ouvintes uma certa compreensão sonora da realidade, que conversa com as novas mídias e as novas formas de consumo midiático.

Os dois podcasts são produtos sob demanda, por parte de seus organizadores e também dos seus públicos. Medo e Delírio em Brasília¹⁴ é uma criação de Pedro Daltro, com a elaboração do texto, e a produção de Cristiano

¹⁴Medo e Delírio em Brasília <https://www.central3.com.br/category/podcasts/medo-e-delirio/>

Botafogo através da Central 3, “um estúdio profissional planejado para a produção em massa de podcasts” que existe desde 2013. Atualmente, o podcast tem edições às terças e sextas-feiras e define-se como “um diário ácido desse governo verde-oliva, essa bad trip escrota em que a gente se meteu”.

A proposta do podcast é de acompanhar pontos relacionados ao governo de Jair Bolsonaro com correlações que envolvem as interações de diferentes setores do governo, como militares e religiosos. Em episódios entre 30 minutos e uma hora, Medo e Delírio em Brasília acompanha acontecimentos nacionais desde 2 de março de 2020, dia 426 do governo Bolsonaro com o episódio “Dois ótimos plot twists”. Por vezes em um único assunto, ou dividido em diferentes temas, o podcast não se caracteriza pela generalização, mas pelo aprofundamento nos temas em discussão.

Café da Manhã é um podcast produzido pelo grupo Folha, em parceria com o Spotify, plataforma de streaming para músicas e podcasts. O lançamento de Café da Manhã data de 1 de janeiro de 2019 com a apresentação de Bruno Boghossian, Magê Flores e Maurício Meireles. A publicação de Café da Manhã é diária, de segunda a sexta com episódios de no máximo 30 minutos com os temas mais importantes daquele, ou para aquele dia. A publicação acontece sempre às seis da manhã, horário de Brasília, com conteúdo disponibilizado pelo site do jornal Folha de S. Paulo e a plataforma Spotify.

Temas relacionados à política, economia, cotidiano, ciência, cultura, entre outros, fazem parte do Café da Manhã que diversifica os assuntos em passagem. A escolha é por um assunto principal, para um detalhamento com especialistas, e outros assuntos tratados de forma secundária, com menos tempo no podcast. Por vezes, os assuntos possuem afinidade, mas em outros momentos os temas estão presentes sem conexão evidente, unidos apenas como fato relevante do dia a que aquele podcast se refere.

Os dois podcasts abordam temas da atualidade, mas com periodicidades e abordagens diferentes em relação aos temas. Medo e Delírio em Brasília explora o humor e a opinião de um modo que Café da Manhã não faz, priorizando mais um aspecto noticioso em consonância com o grupo no qual está inserido.

Atendendo às suas propostas, os dois podcasts apresentam então relatos diferentes sobre as mesmas ações e declarações relacionadas a disputa entre Bolsonaro e Barra Torres.

São diferentes estratégias para envolver o ouvinte e conduzi-lo entre os acontecimentos que estão em relato na expressividade apontada por Chagas e Viana (2019), que advém do rádio informativo e apropriada pelos podcasts, aproxima o radiojornalismo e o entretenimento tem uma explicação mais convencional, por Café da Manhã e menos ortodoxa, como Medo e Delírio em Brasília.

2. Miatização, Comunicação Pública e Discurso: embates políticos e ameaças à democracia

A atividade política está cada vez mais direcionada para a lógica das mídias, naquilo que Fausto Neto (2008) chama de passagem da "sociedade dos meios" para a "sociedade miatizada". Trata-se de um processo não somente vinculado às redes digitais, mas de composição de estratégias que contemplem a autonomia do campo das mídias, absorvendo a evolução dos processos miáticos das sociedades industriais em todos os campos, inclusive da Comunicação e Política.

Fausto Neto pontua que "[...] a vida e dinâmicas dos diferentes campos são atravessadas, ou mediadas, pela tarefa organizadora tecno-simbólica de novas interações realizadas pelo campo das mídias" (2008, p. 90) para enfatizar o quanto os modos de estruturação e funcionamento dos meios alteram dinâmicas sociais e simbólicas. As mudanças incidem sobre a organização social para além da centralidade dos meios, mas relacionada à cultura da mídia, responsável por novos regimes de discursividades, diretamente correlacionados à emergência de práticas miáticas.

A miatização da política é uma abordagem possível a partir do olhar de miatização apontado por Hjavard (2012) como o entrecruzamento entre a mídia e outros campos e instituições sociais. O autor situa ainda a política para

pontuar o primeiro uso do termo midiatização, justamente para tratar do impacto na comunicação e na política com atores públicos modulando suas declarações a fim de alcançar visibilidade midiática. Hjavard coloca a midiatização como processo não universal em relação a todas as sociedades, ao mesmo tempo que não normativo, a fim de que não seja compreendido como caminho fechado, mas em construção.

Ao entrevistar Mazzoleni, Guazina (2019) aborda o processo de elaboração na perspectiva da midiatização da política em sua abordagem mais atual, a política em tempos de mídias sociais digitais e do populismo no mundo. No líder populista midiatizado está presente a personalização digital da política como traço, com destaque maior sobre a personalidade do líder do que sobre a dinâmica institucional justamente para despertar atenção do público. É a midiatização em processo, extrapolando a perspectiva de alcançar o público via emissoras de rádio e televisão, para ter um contato "direto", via perfis de sites de rede social.

Da mesma forma, o processo de midiatização antiga ainda está acontecendo, porque a lógica das mídias ainda está funcionando nas mídias comerciais, mas está aumentada pelas novas lógicas das mídias sociais digitais (Klinger & Svensson, 2018). Política e políticos são afetados pelas novas tecnologias, mas, também, pelas práticas –que são cultural e socialmente formatadas (GUAZINA, 2019, p. 219)

Guazina (2021) olha também para os entrelaçamentos entre os populismos de direita e os autoritarismos, como parte da comunicação populista baseada em pilares como "povo", "elites" e "outros", em que o líder faz parte do "povo" que luta contra as "elites" e os "outros" de forma antagonística. Na busca por centralizar em si a vontade popular, o líder atua para mobilizar ideias que reforcem a sua legitimidade como representante, com a apropriação das mídias em evidência para amplificar valores culturais e estereótipos autoritários que garantam o poder da liderança.

A midiatização em associação com as novas tecnologias está diretamente relacionada ao uso das mídias sociais por políticos e movimentos

populistas no que Rosavanllon (2020) chama de tentativa de criar um “povo uno”. O exercício do poder pelo populista é intensamente midiaticizado e interessa pelo viés discursivo, no que ele possui de prática social e como a comunicação pública (WEBER, 2017) é atravessada por práticas autoritárias que interdita o debate público.

A Comunicação Pública também está inserida em um contexto de intensa midiaticização na atualidade. Weber (2020) aponta que a tecnologia digital alcança regimes políticos de diferentes matizes ideológicos com a reorganização da comunicação da sociedade. Diretamente relacionada ao exercício da democracia, a comunicação pública é assegurada a partir do debate pautado pelo interesse público, algo pretensamente estimulado com a ascensão de espaços digitais, considerando que em realidade há uma sobreposição de vozes com maior número de seguidores como majoritárias.

Nas últimas décadas, fenômenos comunicacionais desencadeados pela tecnologia e mídias digitais alteraram, decisivamente, a configuração das relações sociais e políticas, tão fortemente como ocorreu com o surgimento da imprensa, no século XV. Novas estratégias de comunicação das instituições e atores políticos se adaptaram a lógicas da tecnologia que prime a visibilidade entre o tempo, tecnologia, ambientes, recursos, práticas e produtos imagéticos e discursivos que acionam códigos, acessos e controles do mundo digital. (WEBER, 2020, p. 20)

A mobilização destas estratégias acontece discursivamente, considerando discurso como resultado das circunstâncias em que se fala e com a maneira com a qual esta fala é realizada, longe da ideia de língua voltada para a própria organização. Charaudeau (2006b) aponta que o discurso se correlaciona às circunstâncias e a maneira que se fala, o que é muito importante para compreender as transformações envolvendo a fala política e o âmbito da informação, representados pelos políticos e os podcasts abordados.

As transformações envolvendo os discursos midiático e político, entrelaçados na retórica populista autoritária, estão em evidência quando se considera a abordagem de um tema relacionado à comunicação pública envolvendo um político populista. Como aponta Charaudeau (2006a), não há grau zero da informação, e há caminhos para posicionar-se diante daquele que

está no poder utilizando-se da palavra em busca de manter esta posição. Trata-se aí de avançar para olhar em profundidade como estes discursos são ferramentas de luta por hegemonia na disputa política.

3. Contexto eleitoral permanente como marca populista

O contexto eleitoral para o político neopopulista não está restrito ao período eleitoral em si, considerando a tendência de alimentar o clima de campanha permanente em que paixões e emoções são continuamente estimuladas. O “homem povo” mencionado por Rosavallon (2020), que lutaria contra elites e oligarquias pela soberania do País necessita da disputa para que possa demarcar sua política como movimento em alternativa a política dos partidos como organizações.

Neste aspecto, repete-se na campanha eleitoral a retórica adotada anteriormente com a exploração dos mesmos temas e com as mesmas estratégias a fim de pelas paixões e emoções reforçar a lealdade com o líder. “La ‘rehabilitación’ de las emociones corresponde también directamente al hecho de inscribirse en un contexto de complejización y difracción de lo social.¹⁵” (ROSANVALLON, 2020, p. 70). As emoções são acionadas para apontar um cenário de progresso colapsado por danos, em meio a intensas incertezas, em que o caminho seguro é o que o líder propõe como ordem e como afeto.

O Jair Bolsonaro da disputa de 2022, como presidente que tenta a reeleição, é resultado da atividade política que desenvolve desde a década de 80 do século XX, abordada em veículos de comunicação tradicionais. A primeira aparição de Bolsonaro é como capitão do Exército participante da “Operação Beco Sem Saída”, um projeto de atentado contra unidades militares para tentar alcançar um aumento de salário¹⁶. O ano era 1987 e Bolsonaro já tinha ingressado na vida pública a partir de um artigo publicado na revista Veja, um

¹⁵ “A “reabilitação” das emoções também corresponde diretamente ao fato de se inscrever em um contexto de complexidade e difração do social.” Tradução do autor.

¹⁶ Jair Bolsonaro constrói carreira política desde os anos 80 ancorado em polêmicas

<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/jair-bolsonaro-construi-carreira-politica-desde-os-anos-80-ancorado-em-polemicas-21687404#>

ano antes, em que cobrava aumento salarial para os militares.

Transferido para a reserva, o capitão começou a carreira política como vereador no Rio de Janeiro em 1988 em um mandato não terminado porque foi eleito deputado federal em 1990, dando início a sete mandatos consecutivos terminados com a eleição de Bolsonaro à presidência da República em 2018¹⁷. Ao longo da carreira Bolsonaro aprofundou uma defesa da ditadura, até mesmo recusando o termo, e em declarações por medidas de força, como o fechamento do Congresso Nacional, por três vezes, e o fuzilamento de adversários políticos, como o então presidente da República, Fernando Henrique Cardoso¹⁸ (1995-2002).

Uma mudança de rota engendrada nos anos 2000 aprofundou-se na década seguinte. A intolerância vira entretenimento em programas de humor e entrevistas com a exibição de racismo, apologia ao estupro e homofobia de Jair Bolsonaro com a complacência da Câmara dos Deputados. Com isso, não surpreende que o voto de Bolsonaro¹⁹ no impeachment de Dilma Rousseff, exaltando o torturador Carlos Alberto Brilhante Ustra, sem punição e abrindo espaço para a candidatura e a eleição à presidência.

Em 30 anos Jair Bolsonaro modulou suas falas até chegar no formato que rendeu a sua eleição, seu mandato e a candidatura à reeleição em uma postura de campanha permanente no qual questionamentos são tratados como oposição e discordância como inimizade. Postura insuflada por Bolsonaro entre os apoiadores fora do período de eleições para impulsionar mobilizações em que estes apoiadores mantêm-se em alerta permanente para defender o líder e sua ideologia. As falas de Bolsonaro em 2022, conservam formas de 2018 e de anos anteriores, até mesmo do capitão que planejou um atentado contra o Exército.

¹⁷Jair Messias Bolsonaro <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/jair-messias-bolsonaro>

¹⁸Há 20 anos, Bolsonaro defendeu fechamento do Congresso e a morte do então presidente, Fernando Henrique <https://blogs.oglobo.globo.com/blog-do-acervo/post/ha-20-anos-bolsonaro-defendeu-fechamento-do-congresso-e-morte-do-entao-presidente-fernando-henrique-cardoso.html>

¹⁹Discurso de Bolsonaro deixa ativistas 'estarcidos' e leva OAB a pedir sua cassação https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160415_bolsonaro_ongs_oab_mdb

4. Análise de Discurso Crítica: olhares para abordar disputa ideológica

O viés ideológico do discurso interessa na disputa que se trava entre Bolsonaro e Barra Torres, considerando que ambos acionam elementos comuns; militarismo, religiosidade e honestidade. É uma disputa por hegemonia entre os dois a partir da live de Bolsonaro e a carta de Barra Torres, não como ferramentas de comunicação pública, mas como parte da estratégia dos atores. Sobre o aspecto ideológico e hegemônico do discurso, Fairclough (2001) traz reflexões ao lançar as bases da Análise de Discurso Crítica (ADC), como parte da Teoria dos Discursos Sociais.

Fairclough situa a ADC como aberta a tratar de ideologia e hegemonia unindo as discussões sobre práticas sociais e discurso. A proposta da ADC é optar pelo texto como unidade de análise, sobre o qual há uma visada discursiva e outra de caráter social. "O discurso como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder." (FAIRCLOUGH, 2001, p. 94). Neste aspecto, o discurso contribui para a construção de identidades sociais; está envolvido nas relações sociais entre as pessoas e contribui para a elaboração do conhecimento e da crença.

Vieira e Resende (2017) avançam na distinção das funções do discurso; identitária, relacional e representacional, como ordens de discurso para compreender como o texto conta com formas e significados associados a maneiras particulares de identificar(-se), (inter)agir e representar. São estes aspectos que dão origem às categorias analíticas, filtros sobre os quais o texto passa por análise. A partir da compreensão sobre a Teoria dos Discursos Sociais e a Análise de Discurso Crítica a escolha para análise é de dois podcasts que abordem o mesmo assunto, a carta de Barra Torres a Bolsonaro, a partir da cobertura de veículos jornalísticos a respeito do tema.

Tanto Café da Manhã, quanto Medo e Delírio em Brasília, utilizam a cobertura midiática em seus relatos. A escolha de análise recai sobre os dois

retratadas por Vieira e Resende (2017) estão relacionadas à representação de modo preponderante, mas não deixam de explorar a identificação que estes atores sociais atribuem a si mesmos em seus relatos além das conferidas pelos podcasts, e também que ações estes atores desenvolvem para realçar seus pontos de vista.

A categoria Representação dos Atores Sociais está ligada à como os atores sociais se apresentam em suas práticas particulares e opiniões. Interessa particularmente compreender como estes atores estão incluídos ou excluídos dos textos em questão, ou sua aparição é realçada ou ocultada. A categoria Interdiscursividade, por sua vez, é voltada para compreender como discursos particulares estão presentes no texto e de que modo os atores sociais interagem em relação a eles com determinadas práticas.

5.1 “Supostos interesses da Anvisa nisso”: Representações em Medo e Delírio em Brasília e Café da Manhã

Ao retratar os diferentes atores sociais envolvidos, Jair Bolsonaro e Antônio Barra Torres, os dois podcasts apontam esgarçamentos da comunicação pública, seja no presidente que grava transmissões ao vivo para a base eleitoral dentro de prédios públicos, ou no diretor de agência regulatória que faz apelo emocional por documento público a este mesmo presidente. Ao delinear o rompimento do viés normativo da Comunicação Pública os podcasts apontam o quanto o interesse público está submetido ao interesse privado dos envolvidos na discussão.

Contudo, Medo e Delírio em Brasília, com o episódio “Um governo de kamikazes”, aponta o esgarçamento da Comunicação Pública mais evidentemente do que Café da Manhã. Em Medo e Delírio em Brasília, Bolsonaro está presente, com todas as recusas que apresentou a vacina contra a Covid-19, a partir de suas próprias falas em pronunciamentos e entrevistas. O podcast também mostra a representação de Barra Torres, como presidente da Anvisa, por Bolsonaro; estopim da disputa entre os dois com a insinuação de que

haveria interesses escusos da agência em aprovar a vacina para crianças como uma “tara sexual”. Há uma exposição com dados sobre a ignorância do presidente sobre a Covid-19 entre crianças e de Barra Torres em perspectiva.

Locutor: Por falar em governo militar, precisamos falar também da respostado diretor da Anvisa às insinuações de Bolsonaro. Barra Torres é contra-almirante e a gente não quer ninguém aqui se emocionando com um militar afetando, repare no verbo, afetando alguma razoabilidade.

Vírgula sonora: Calma, vocês estão de cabeça quente.

Locutor: Se faz parte desse governo já...

Vírgula sonora: Tá errado!

Locutor: Se faz parte desse governo e é militar aí...

Vírgula sonora: Tá muito errado isso!

Locutor: **E queira ou não queira a carta do Barra Torres é um marco desse governo. Por motivos certos e errados!** (MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA, 2022)

O uso dos elementos da linguagem sonora é amplificado em Medo e Delírio em Brasília para alcançar todo o potencial informativo da mensagem, delimitando a posição do podcast sobre os temas abordados ao mesmo tempo que oferece a audiência a base daquela posição adotada. Com a leitura da carta, diferentes aspectos da memória do ouvinte são ativados, bem como se propõe a instalação de um vínculo emocional a partir da informação apresentada seja sobre o governo Bolsonaro, como também sobre a Covid-19.

A leitura da carta de Barra Torres, praticamente na íntegra, reforça a representação elaborada na introdução do assunto, como um militar apoiador de Bolsonaro e agora atingido por ele. É uma representação a partir de críticas, desde a leitura simulando a voz do locutor Lombardi²² e uma música do Bee Gees ao fundo para transmitir um efeito retrógrado com a referência aos programas do apresentador Silvio Santos nos anos 70 e 80, período da ditadura militar brasileira²³ com generais presidentes e integrantes das forças armadas ocupando cargos públicos.

A representação é completa com comentários do locutor como “Ele apelar a sua formação militar e familiar... tá errado [...] Mas, é assim que se encurrala

²²Morre Lombardi, locutor de Silvio Santos <https://g1.globo.com/Noticias/PopArte/o..MUI1400056-7084.o.o.-MORRE+LOMBARDI+LOCUTOR+DE+SILVIO+SANTOS.html>

²³Memórias da Ditadura <https://memoriasdaditadura.org.br/>

Bolsonaro" (MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA, 2022) e vírgulas sonoras, como "Queima Quengaral"²⁴, extraída de um programa de auditório para transmitir confusão. Há clareza de que o interesse público está diminuído nesta disputa relacionada a Bolsonaro e Barra Torres ao mesmo tempo que o presidente sofre um enfrentamento em sua retórica anti-vacina.

Café da Manhã adota uma representação colateral de Bolsonaro, apenas para efeito de contextualização da carta de Barra Torres, quando a locutora faz referência a fala do presidente delineando a parte dos "supostos interesses da Anvisa" para informar da resposta do presidente da Anvisa. Na prática, Bolsonaro é representado apenas pelo silenciamento diante da carta de Barra Torres, o que pode ser compreendido como capitulação diante do movimento do oponente, como desconsideração sobre ele.

Locutora: Você deve se lembrar que na semana passada quando a vacinação de crianças tinha acabado de ser anunciada o presidente Jair Bolsonaro fez insinuações sobre 'supostos interesses da Anvisa nisso'. Pois bem. O diretor da agência, Antônio Barra Torres divulgou no fim de semana uma nota em que rebate as falas de Bolsonaro e cobra dele que determine uma investigação caso tenha informações que mostrem interesses escusos na aprovação de vacinas. Isso, ou então que se retrate. (CAFÉ DA MANHÃ, 2022)

A representação de Barra Torres em Café da Manhã é mais institucionalizada, com um trecho lembrando que ele tem mandato até 2024. Porém, o podcast não questiona a respeito deste presidente de agência, que não pode ser demitido, ter adotado um expediente oficial como a carta com o timbre da agência para elaborar uma resposta direcionada pessoalmente ao presidente da República. A carta não é o tópico central do podcast em questão e com isso a representação dos personagens é constituída no registro da carta, apelando ao que já se conhece de ambos para representá-los.

A opção de Café da Manhã é por uma construção mais próxima do radiojornalismo em uma produção mais representada pela combinação de alternância de vozes na combinação entre palavras e silêncios, pontuada por efeitos sonoros. É uma representação construída na expressividade do rádio

²⁴Queima quengaral <https://www.dicionariopopular.com/queima-quengaral/>

informativo e em uma polifonia representada pela alternância de sujeitos falantes com demarcações evidentes entre informação e opinião, com maior destaque para a primeira.

5.2 “BINGO!”: Entrecruzamentos de discursos na cobertura jornalística e no embate entre Bolsonaro e Barra Torres

Os embates entre Barra Torres e Bolsonaro são intensamente midiáticos e profundamente discursivos. Os discursos político e jornalístico são atravessados pelos discursos militarista e religioso. Em “Café da Manhã”, o viés militarista e religioso da carta de Barra Torres é ocultado como parte do discurso político dele e também de Bolsonaro. Já Medo e Delírio em Brasília demarca os entrecruzamentos para apresentar no relato jornalístico os aspectos político, militar e religioso dos envolvidos.

No registro da carta, em nome de um suposto tratamento jornalístico que seria baseado em objetividade e imparcialidade, Café da Manhã recorre a pontuações bem particulares para situar as críticas de Bolsonaro, como o momento e as circunstâncias da fala, do mesmo modo que da carta de Barra Torres. A disputa está presente como registro, sem significados e desdobramentos para o presidente da República e o presidente da Anvisa. Um exemplo é o trecho do podcast em que a locutora diz: “Barra Torres tem mandato até 2024 e não pode ser demitido pelo presidente da República. Até a conclusão deste episódio, Bolsonaro não tinha se manifestado” (CAFÉ DA MANHÃ, 2022).

Café da Manhã não aborda diretamente os modos como Bolsonaro e Barra Torres se manifestaram, por live em prédio público e por carta timbrada, e nem o que representa na base ideológica partilhada pelos personagens o choque que eles têm. Em nome de uma leitura eminentemente jornalística há uma minimização dos aspectos político, militar e religioso que a manifestação de Bolsonaro e a carta de Barra Torres possuem em seu aspecto ideológico.

A disputa é mais evidenciada em seu aspecto midiático e discursivo em

Medo e Delírio em Brasília. Os discursos militarista e religioso são tomados em profundidade com a leitura da carta de Barra Torres. O podcast utiliza um “locutor oficial” para fazer a leitura da carta, já evidenciando o aspecto militarista de Barra Torres e de Bolsonaro, remetente e destinatário da carta respectivamente. A leitura entremeada com comentários do locutor enfatiza o olhar crítico sobre o que fez Bolsonaro ao tecer insinuações sobre a Anvisa e também sobre Barra Torres e a sua carta.

Locutor imitando Lombardi com voz de Bee Gees ao fundo lendo a carta de Barra Torres: [...] Mas, sofri a cada perda. Lamentei cada fracasso e fiz questão de ser eu mesmo o portador das piores notícias quando a morte tomou de mim um paciente. Como cristão, senhor presidente, busquei cumprir os mandamentos, mesmo tendo eu abraçado a carreira das armas. Nunca levantei falso testemunho.

Locutor: **Pois é... Apelou para militarismo, família e religião. Se ele dissesse que era atirador esportivo dava para gritar...**

Vírgula sonora: BINGOOO!

Locutor imitando Lombardi com voz de Bee Gees ao fundo lendo a carta de Barra Torres: Vou morrer sem conhecer riqueza, senhor presidente, mas vou morrer digno.

Locutor: Caralho, mermão! Chamou de ladrão.

Vírgula sonora na voz de Bolsonaro: Me chama de corrupto, porra!

Locutor: E vamos ignorar aqui que o Brasil é um país pobre e um contra-almirante ganha bastante dinheiro comparativamente. (MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA, 2022)

O apelo claro às bases eleitorais, de Bolsonaro ao lançar a suspeita, e de Barra Torres ao responder, denotam um processo de privatização do público em que o acesso a vacinas está subordinado a agradar ou desagradar aqueles que se dispõem a votar em Bolsonaro ao invés de um atendimento à população como um todo. O viés midiático e privatizado da discussão é bastante evidenciado por Medo e Delírio em Brasília ao fazer a crítica ao modo que Barra Torres escolhe para expressar sua resposta.

Locutor: Pois é. Essa nota aí tem vários e muitos problemas, mas o Márvio dos Anjos em um fio no Twitter colocou esses problemas sobre uma boa perspectiva.

Locutor lendo os tweets de Márvio dos Anjos: A carta ultrapessoal de Barra Torres a Bolsonaro é interessante justamente por não usar os esperados códigos da democracia ou do serviço público que todos os seus críticos usaram. O presidente ignora [...] É justamente pelos contornos cristãos e militares da carta que ela é notável. Bolsonaro não perde tempo com constitucionalismos

porque se vende como um representante de um pacto maior entre a caserna e certa verdade bíblica. Barra Torres o censurou e o desconstruiu com base em ambos os discursos. É impossível medir o impacto que essa carta pode ter nesses eleitores cristãos e nos militarófilos. Mas, ela não vai passar tão despercebida quanto todos os editoriais, e charges, e colunas, e tweets embebidos em consciência democrática e que já viraram paisagem até aqui. O fato que ele assinar ainda como contra-almirante ainda embaralha bem as cabeças que seguem esta lógica. (MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA, 2022)

Ao trazer mais vozes para abordar a carta de Barra Torres para Bolsonaro, Medo e Delírio em Brasília, amplia o debate jornalístico sobre o tema para além da disputa política. O podcast traz um olhar específico sobre o quanto o interesse público foi subjugado pelos envolvidos a uma disputa por hegemonia entre um eleitorado "cristão e militarófilo", que elegeu Bolsonaro e a quem a carta de Barra Torres alcança em especial. Ao tratar dos meios adotados pelos dois para comunicar-se, o podcast demonstra a intensa midiaticização da fala política, em especial da fala presidencial que está direcionada aos interesses partidários de Bolsonaro.

Considerações e apontamentos

Os dois podcasts têm o desafio de lidar com pronunciamentos intensamente midiaticizados, de autoridades públicas que partilham o mesmo campo ideológico, mas que naquele momento estão em choque em busca de estabelecer hegemonia sobre o tema vacinação para crianças. Café da Manhã e Medo e Delírio em Brasília optam por caminhos bem diferentes para tratar do tema com visões divergentes sobre a Comunicação Pública e sobre como tratar as facetas discursivas de Jair Bolsonaro e Antônio Barra Torres.

Ao apontar que "A gente aqui não lembra de um diretor de agência fazendo com um presidente o que Barra Torres fez com Bolsonaro" (MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA, 2022), Medo e Delírio em Brasília empreende um aprofundamento que Café da Manhã, vinculado ao grupo Folha, não realiza ao questionar o tom pessoal do texto de Barra Torres a Bolsonaro. Em nome de uma compreensão de discurso jornalístico, Café da Manhã abre mão de uma reflexão crítica sobre

todo o episódio da live de Bolsonaro e da carta de Barra Torres.

Trata-se de mais um episódio de erosão da democracia, mesmo que neste confronto o líder populista seja questionado a partir dos seus próprios referenciais como família, religião e militarismo. A personalização digital de Bolsonaro é colocada em xeque em forma e conteúdo, por um aliado, e sobre ela há escolhas bem diferentes de abordagem que denotam a ausência de um olhar jornalístico sobre o podcast que está associado a um grupo empresarial calcado no jornalismo.

Destaca-se a defesa da comunicação pública mais evidente em um podcast que não se apresenta como jornalístico, como Medo e Delírio em Brasília, do que em um produto que é do grupo Folha, como é o podcast Café da Manhã. Ao aprofundar-se na carta de Barra Torres, e tomar em perspectiva tudo que a ela está relacionada, há mais jornalismo, como interpretação e análise, em Medo e Delírio em Brasília do que em Café da Manhã, bem como uma maior defesa da democracia e também da Comunicação Pública.

O “Não perca tempo nem prevarique” da carta de Barra Torres a Bolsonaro, cobrando que o presidente denuncie qualquer malfeito na Anvisa, ou que se retrate, é um apontamento midiaticado do quanto a fala do presidente da Anvisa também é midiaticada. Medo e Delírio em Brasília capta e evidencia este aspecto em profundidade ao também adotar uma estratégia midiaticada para tratar do assunto, optando por efeitos sonoros que demarcam aquilo que mais se sobressai na disputa, sem perder de vista o caráter crítico e democrático que a Comunicação Pública representa e que está constante a ser posto a prova.

Referências

CAFÉ DA MANHÃ. Crianças perguntam sobre a vacinação contra a Covid-19, e cientista responde; ouça. São Paulo, 10 jan. 2022. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/2022/01/criancas-perguntam-sobre-a-vacinacao-contr-a-covid-19-e-cientista-responde-ouca.shtml>>

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006b.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2010.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma «analítica» da midiaticização. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194>. Acesso em: 17 jun. 2022.

GUAZINA, L. Novos e velhos desafios para as democracias em tempos de populismo. **Compólitica**, v. 9, n. 3, p. 215-224, 30 dez. 2019.

GUAZINA, Liziane. Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. **MEDIAPOLIS**, v. 12, p. 49-65, 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MEDO E DELÍRIO EM BRASÍLIA. Dias 1085 a 1105 | Um governo de kamikazes | 20/12/21 a 09/01/22. Rio de Janeiro, 10 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.central3.com.br/dias-1085-a-1105-um-governo-de-kamikazes-20-12-21-a-09-01-22/>>

ROSANVALLON, P. **El siglo del populismo**: historia, teoría, crítica. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2020.

SANTHIAS, Paulo Roberto. O podcast como impulsionador de audiência do radiojornalismo científico. In: **17º SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2019, Goiania-GO. Anais 17º SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2019.

VIEIRA, Viviane; RESENDE, Viviane Melo. **Análise de Discurso (para a) Crítica**: O texto como material de pesquisa. Campinas, SP. Pontes: 2017.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: WEBER, Maria H; COELHO, Marja P; LOCATELLI, Carlos. (orgs.). **Comunicação pública e política**: pesquisa e práticas. Florianópolis: Insular, 2017

VIANA, Luana.; CHAGAS, Luãn José Vaz. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. In: **XIII Encontro Nacional de História da Mídia**, 2021, Remoto. GT História da Mídia Sonora, 2021. p. 1.

WEBER, Maria. Helena. Balizas do campo comunicação e política. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, [S. l.], v. 8, n. 18, p. 6–48, 2020. DOI: 10.22484/2318-5694.2020v8n18p6-48. Disponível em: <http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/4046>. Acesso em: 14 jan. 2022.