

A normalização da agenda anti-gênero de Jair Bolsonaro

LIZIANE SOARES GUAZINA

Professora
Universidade de Brasília
Grupo de Pesquisa Observatório do Populismo no
Século XXI
Brasil
lguazina@unb.br

GABRIELA GUERREIRO LEITE

Doutoranda
Universidade de Brasília / Université Libre de Bruxelles
Grupo de Pesquisa Observatório do Populismo no
Século XXI
Brasil
gabrielaguerreiro@hotmail.com

ÉBIDA SANTOS

Pesquisadora
Universidade de Brasília
Grupo de Pesquisa Observatório do Populismo no
Século XXI
Brasil
ebidasantos@gmail.com



temática de gênero está presente na trajetória política de Jair Bolsonaro desde a época em que ocupou, como parlamentar, uma das cadeiras da Câmara dos Deputados do Brasil. Bolsonaro foi deputado federal por 27 anos, entre 1991 e 2018. Nesse amplo período, o político protagonizou uma série de episódios em que fez críticas e ataques, muitos deles ofensivos e desrespeitosos, às mulheres e à comunidade LGBT+.

O amplo debate social relacionado à igualdade de gênero no Brasil foi sistematicamente combatido e rotulado por Bolsonaro e seus seguidores como ‘ideologia de gênero’². Sua atuação política explicitamente contra a população LGBT+ também era conhecida em todo o país antes de sua candidatura à Presidência da República.

A obsessão de Bolsonaro pela temática de gênero se explica, segundo argumentos utilizados pelo próprio político, pela necessidade de ‘preservar’ a sociedade brasileira da ‘influência’ de homoafetivos. As mulheres, de acordo com o seu pensamento, também deveriam priorizar o ‘lar’ e a família. A retórica moralmente conservadora expressa os vínculos políticos de Bolsonaro com os grupos religiosos neopentecostais que emergiram como atores relevantes de uma ‘nova direita’ na cena política brasileira e latino-americana (Goldstein, 2019; Hunter e Power, 2019). Mis-

Pour citer cet article, to quote this article,
para citar este artigo

Liziane Soares Guazina, Gabriela Guerreiro Leite, Ébida Santos « A normalização da agenda anti-gênero de Jair Bolsonaro: uma análise dos jornais Folha de S. Paulo e Estado de São Paulo », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°1 - 2021, 15 juin - June 15 - 15 de junho.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/revcom/rev>

kolci (2018) lembra, por exemplo, o uso político do medo e da ansiedade por atores políticos na América Latina para atrair apoio popular e combater os direitos LGBT+ como a união civil.

Não é recente, portanto, o papel desempenhado pelos grupos religiosos conservadores, sejam católicos ou evangélicos, em enquadrar as discussões públicas sobre as questões de gênero dentro do campo do ‘discurso moral de valores’, algo praticado cotidianamente por Jair Bolsonaro (Miguel, 2016: 597). Esse enquadramento moral tem apresentado efeitos políticos e sociais relevantes. Carranza e Cunha (2018) mostram, por exemplo, como a revitalização do ativismo religioso na política nacional impactou diretamente nas discussões sobre políticas públicas como o Estatuto da Família, com uso da retórica do medo, da perda e do pânico moral.

Há de se considerar, ainda, que a agenda anti-gênero tem sido incorporada por populistas de direita em vários países. Dietze e Roth (2020) chamam a atenção exatamente para o papel crucial que as agendas anti-gênero e anti-diversidade étnico-racial desempenharam na emergência contemporânea de novos líderes populistas de direita no mundo ao ser utilizada como ferramenta retórica de construção de coalizões entre novos e velhos grupos políticos conservadores, reacionários ou extremistas.

Além disso, apontam as autoras, esses líderes frequentemente fazem uso de símbolos e representações alinhadas a uma linguagem hegemônica masculina. Em geral, essa linguagem é representada em termos de família patriarcal, agressividade, força física e gestos ou declarações de cunho autoritário (Kareithi, 2014).

A MÍDIA E A ONDA POPULISTA ANTI-GÊNERO: UMA REVISÃO DE ESTUDOS

Em estudo sobre as estratégias de enquadramento discursivo de lideranças e partidos populistas no Parlamento Europeu sobre a temática de gênero, Kantala e Lombardo (2020) mostram o processo de reenquadramento do tema igualdade de gênero em ‘ideologia’ que ameaçaria a democracia. As autoras identificaram que as lideranças de partidos populistas utilizaram estratégias discursivas que vincularam o tema de gênero a outras temáticas tradicionalmente relevantes para o populismo europeu como o euroceticismo e a imigração (vinculadas ao nativismo e aos valores tradicionais). Além disso, procuraram despolitizar o debate com argumentos biologicistas e utilizaram estratégias de auto-vitimização e jogos de culpabilização.

As autoras também chamam a atenção, com base em Moffit (2019), para o estilo populista de polarização nós *versus* eles que faz uso de linguagem e comportamento público relacionados a maneiras não-polidas ou descorteses, uso de gírias e manifestações de caráter ‘emocional’ como elementos performativos na busca por atenção de eleitores e mídia. Neste sentido, essas lideranças populistas exploram uma linguagem identificada como ‘popular’ em contraposição a uma linguagem mais técnica e altamente escolarizada, favorecendo um discurso anti-elite e *antiestablishment*.

O uso de apelos emocionais e a estratégia constante de acirrar conflitos são apontados por vários autores como alguns dos elementos que chamam a atenção da mídia, pavimentando o caminho para a veiculação de discursos extremistas. O papel que a mídia desempenha na incorporação, normalização e legitimação da agenda populista - o chamado *media populism* - tem sido alvo de inúmeros estudos (Araújo e Prior, 2020; Mitozo, Costa e Rodrigues, 2020; Melado et al, 2017; Esser et al, 2017; Bos, Brug e De Vreese, 2011; Kramer, 2014; Mazzoleni, 2003 e 2008). Em comum, autores e autoras apontam que o discurso e estilo de líderes populistas, como Jair Bolsonaro, atraem a atenção da mídia *mainstream* ao priorizarem a ruptura da normalidade, com a utilização de retóricas politicamente incorretas.

Prior e Araújo (2020), por exemplo, afirmam que o discurso populista reúne elementos da ‘lógica midiática’ como a personalização, a dramatização de eventos mundiais, o emocionalismo e a transformação de linguagem e eventos políticos em um espetáculo. Desta forma, sustentam os autores, os políticos populistas acabam recebendo ampla cobertura da grande imprensa, o que se torna ferramenta para a divulgação de suas estratégias de comunicação populista.

Wettstein *et al* (2018) analisam a relação entre populismo e cobertura jornalística em dez países europeus e propõem uma tipologia para se compreender o papel da mídia em divulgar ou restringir os discursos populistas no contexto europeu. A partir de análise de conteúdo em larga escala da cobertura noticiosa de jornais de diferentes características e alinhamentos políticos, os autores propõem três principais papéis desempenhados pelos jornalistas: 1) o de ‘*gatekeepers*’, no qual os jornalistas facilitam o acesso às estratégias comunicativas populistas a partir do atendimento de critérios de noticiabilidade relacionados a performances e apelos emocionais populistas ou podem ‘fechar os portões’ para notícias que incitem medo e ansiedade; 2) o de ‘intérpretes’, no qual os jornalistas podem escolher avaliar os discursos populistas de forma negativa ou positiva e 3) o de ‘iniciadores’ (*originators*), no qual os jornalistas podem praticar uma comunicação de caráter popu-

lista independentemente dos atores políticos populistas, o que caracterizaria, por exemplo, coberturas *antiestablishment* e a reivindicação de representantes da ‘voz do povo’.

Em que pese as diferenças entre países e o próprio contexto do populismo europeu, que se expressa tanto em lideranças quanto em partidos políticos integrados ao sistema político *mainstream* e é marcado fortemente pelo tema da imigração (diferentemente do que acontece no Brasil), os achados empíricos de Wettstein *et al* (2018) lançam luzes para os mecanismos de operacionalização do *media populism*. De acordo com os autores, nos países europeus observados, a análise do papel de *gatekeeper* revelou que muitos jornalistas são céticos e críticos dos discursos populistas e atuam em uma espécie de ‘cordão sanitário’ para impedir a proliferação de conteúdos explorados por políticos populistas. Em relação ao papel de *intérpretes*, os dados também mostraram, em geral, uma avaliação negativa dos jornalistas em relação aos políticos populistas. Já no caso dos iniciadores (ou do populismo da própria mídia), os autores mostram que esse aspecto foi mais forte em tabloides e é alimentado por discursos *antiestablishment* e anti-governo dos próprios jornais como representação da ‘voz do povo’.

Interessante notar que a tipologia proposta pelos autores é fortemente caracterizada pela experiência europeia de populismos em democracias com sistemas de *checks and balances* em funcionamento, sendo possível identificar em alguns países ‘cordões sanitários’ que regulam ou tentam restringir o alcance das estratégias de comunicação populista, especialmente as de cunho radical ou extremista. Há de se considerar, também, que o foco nas análises de jornais impressos deixa de fora elementos importantes na emergência recente de figuras populistas de direita como a de Matteo Salvini na Itália, no qual os programas jornalísticos televisivos tiveram papel fundamental.

Do nosso ponto de vista, um aspecto decisivo para se compreender a operacionalização da relação entre populismo e mídia em jornais de referência como *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*, está em identificar que tipo de atuação como *gatekeepers* e *intérpretes* os jornalistas desempenham diante de discursos populistas extremistas que restringem o acesso a direitos sociais e civis de parte da população. Como mostram Ekström *et al* (2020) em estudo sobre a normalização jornalística de discursos de direita radical na Suécia, a incorporação acrítica de discursos xenófobos, racistas, homofóbicos e misóginos tem sido uma marca contemporânea do jornalismo *mainstream* em diferentes países. Os autores partem da noção de que a normalização é um processo que

deve ser entendido dentro do contexto sócio-político, que é moldado por normatividade cultural, opinião pública e poder político.

Ao analisarem o contexto europeu, os autores discutem como, nas democracias ocidentais, foram utilizados diferentes mecanismos de acomodação no cenário político e institucionalização de atores, movimentos e discursos radicais, incluindo a incorporação da agenda política extremista dentro da agenda pública.

No caso do jornalismo, Ekström *et al* (2020) apontam que a normalização também se refere às transformações discursivas da linguagem ‘normal’, que se transformou, naqueles países, em linguagem de crise, medo e racismo. No caso analisado, os autores observaram a cobertura televisiva, especialmente entrevistas, com membros do Partido Democrático Sueco, que apesar do nome é reconhecidamente um partido populista de direita radical de base autoritária no país, cujos fundadores foram membros ativos de organizações fascistas e nazistas. Entre os mecanismos de normalização identificados no estudo, estão 1) a presença desses atores no noticiário de rotina, 2) ausência de contraditório nas notícias e 3) a centralidade desses atores em debates fundamentais da agenda pública como o tema da imigração no caso sueco.

No caso brasileiro, como mostram Mitozo *et al* (2019), a incorporação de temas da agenda moral de Bolsonaro tem se dado, muitas vezes, a partir das publicações do atual presidente nas mídias sociais. Ao analisarem a incorporação de tweets na cobertura política de jornais brasileiros de referência, as autoras apontam que o *Twitter* tem desempenhado um papel central para políticos e cidadãos se comunicarem e tem dado abrigo a discursos de líderes populistas que se tornam atrativos para a mídia por preencherem critérios de noticiabilidade, atendendo às buscar por escândalos e polêmicas.

Portanto, para se compreender a agenda bolsonarista anti-gênero no contexto da política brasileira, é necessário ir além das estratégias do político que buscam adesão pela via moral e religiosa, e entender a própria presença de Bolsonaro na mídia brasileira. Neste sentido, o presente artigo analisa a cobertura noticiosa dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Estado de São Paulo* sobre Jair Bolsonaro no que diz respeito à temática de gênero. O tema integra pesquisa mais ampla que tem como foco a análise da cobertura noticiosa dos dois jornais sobre os posicionamentos do político nos dez anos antes de sua eleição para a Presidência da República, o que pode ter contribuído para sua escolha pelos brasileiros para o cargo político mais elevado do país em 2018.

Consideramos aqui a temática gênero a partir da definição de Scott (1988) como sinônimo de ‘mulheres’ e de ‘relações sociais entre os sexos’ na perspectiva de uma criação inteiramente social de ideias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres (Scott, 1988: 75). Também incorporamos as ideias de Miguel (2016) de que o uso contemporâneo do termo ‘gênero’ prevê algo distinto dos papéis sociais atribuídos a homens e mulheres. Seria construído socialmente, abrindo caminho para a discussão sobre relacionamentos homoafetivos e outras questões envolvendo a sexualidade, muitas delas protagonizadas no debate de Bolsonaro.

Desta forma, foram selecionadas todas as reportagens dos jornais *Folha* e *Estadão*, no período do *corpus*, relacionadas às questões que envolvem mulheres, relações homoafetivas, LGBT+ e suas derivações nas perspectivas de Scott (1988) e Miguel (2016). Todos os demais temas foram excluídos da análise.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Inspirados nos estudos citados nas discussões sobre a qualidade do jornalismo - especialmente do ponto de vista normativo (Lacy & Rosenstiel, 2015; McQuail, 2012; Pellegrini & Mujica, 2006) -, no papel interpretativo que o jornalismo político pode desempenhar no cenário político (Strömback, 2008) e nos mecanismos propostos por Ekström *et al* (2020), nossa análise contempla três dimensões relativas ao processo de normalização e incorporação da agenda anti-gênero de Jair Bolsonaro no noticiário dos jornais analisados.

A primeira dimensão diz respeito à presença de Bolsonaro no noticiário focado na temática de gênero, especialmente sua aparição como fonte, incluindo a reprodução de suas falas, o uso de citações diretas e indiretas nos textos e a presença de contraditório às suas ideias. A segunda dimensão refere-se à interpretação que o próprio jornal estabelece a partir da contextualização das notícias sobre gênero. E a terceira dimensão enfatiza a relação explícita entre as estratégias de uso de temas polêmicos por parte de atores políticos radicais para ganhar amplo espaço na mídia.

Neste sentido, investigamos se os dois jornais deram destaque ao posicionamento anti-gênero de Bolsonaro pela prática dos jornalistas de ecoar, em suas coberturas, temas polêmicos e escândalos protagonizados na vida política brasileira. Biroli (2010) lembra que a mídia ecoa os estereótipos de gênero, que são reproduzidos “de acordo com as rotinas

produtivas dos meios de comunicação de massa e as perspectivas sociais dos jornalistas, definindo quais os temas e vozes constituem as notícias” (Biroli, 2010: 47). A autora aponta que a mídia brasileira, ao usar essas categorias de estereótipos femininos, transmite à opinião pública uma imagem deturpada do gênero feminino.

A reprodução de estereótipos de gênero nas páginas dos jornais brasileiros provoca a necessidade de se discutir como a imprensa de referência, no Brasil, concedeu espaço para os posicionamentos de Bolsonaro – que se elegeu presidente da República em 2018 mantendo o mesmo viés ideológico de sua longa carreira política no Congresso Nacional.

Os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo* foram selecionados para esta pesquisa por estarem entre aqueles de maior circulação no país. Ambos também possuem forte impacto e influência no Congresso Nacional e na própria mídia brasileira³. As notícias publicadas pela *Folha* e *Estadão* são constantemente reproduzidas por outros veículos do país – incluindo emissoras de rádio e televisão. Os dois jornais reúnem um acervo com conteúdo online, o que permite as buscas por reportagens no período de dez anos antes da eleição de Jair Bolsonaro à Presidência da República.

Araújo e Prior (2020) apontam que os dois veículos, ao lado de *O Globo*, contribuíram para a ascensão de Bolsonaro à Presidência da República por terem normalizado os posicionamentos do político de extrema direita ao mostrá-lo como um candidato que representava o ‘novo’ nas eleições de 2018 - embora fosse deputado federal há 27 anos.

A escolha do período de dez anos antes da eleição de Bolsonaro para o Palácio do Planalto se justifica porque o estudo discute, historicamente, a presença do político na mídia impressa brasileira. O *corpus* começa em janeiro de 2008 e termina no dia 31 de julho de 2018, quando iniciou oficialmente a campanha eleitoral para a Presidência da República no Brasil. O período eleitoral foi excluído porque o objetivo da pesquisa não é estudar Bolsonaro como candidato, mas como a mídia impressa cobriu a atuação do político no período da sua carreira anterior à disputa pelo maior cargo eletivo do país - uma vez que qualquer candidato ao cargo de presidente da República, com chances reais de ganhar as eleições, têm amplo espaço na mídia brasileira.

Para a análise, foram selecionadas todas as reportagens publicadas pelos sites da *Folha* e do *Estadão* entre os anos de 2008 e 2018 com Jair Bolsonaro presente, dentro da temática de gênero. No total, foram selecionadas 95 reportagens do jornal *O Estado de*

São Paulo e 120 da *Folha de S. Paulo* dentro da categoria gênero. O *corpus* total, portanto, reúne 215 matérias de ambos os jornais⁴.

Foram retiradas as reportagens que não tinham relevância para o estudo, como os casos em que o nome do parlamentar aparece mencionado em apenas uma linha do texto, em meio a outros congressistas, sem qualquer ênfase à sua figura pessoal. Também foram eliminados do *corpus* os textos opinativos, publicados em editoriais, artigos ou assinados por columnistas que colaboram com os dois jornais, uma vez que o objetivo da pesquisa é analisar os textos noticiosos, dentro da classificação de gêneros jornalísticos proposta por Marques de Melo (1985; 2010) e Seixas (2009)⁵.

Vale, entretanto, uma ressalva a respeito do gênero textual classificado como notícia. Apesar da classificação de Melo separar informação de opinião, outros estudos apontam que essa separação é difícil de ser aplicada na prática. Seixas (2009) afirma que, mesmo em textos classificados como notícias, a instituição jornalística (empresa de mídia) é 'locutora' da composição. A autora defende que existe uma participação da instituição jornalística em todos os produtos dos veículos, com maior ou menor interferência, o que coloca sob suspeita a classificação pura e simples de informação *x* opinião. Mesmo cientes dessa interligação entre notícia e opinião, mantivemos a decisão de retirar do *corpus* os textos declaradamente opinativos.

ANÁLISE DE CONTEÚDO

A metodologia escolhida para a análise das reportagens foi a análise de conteúdo na concepção de Bardin (2011). Chizzotti (2006) lembra que o objetivo principal da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, com as significações explícitas ou ocultas que estão expostas na mensagem. No modelo de Bardin, o método tem como base a criação de variáveis (categorias) que são aplicadas no material selecionado para análise, com a adoção de procedimentos similares em todo o conteúdo analisável com o objetivo de descrever os critérios com as proporções e correlações existentes entre eles.

No período pré-análise, realizamos a organização do material estudado, incluindo a seleção do *corpus*. Durante esta fase, também foram elaboradas as três categorias analíticas amplas aplicadas aos textos noticiosos da *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, conforme a tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – Categorias da Análise de Conteúdo – *Folha e Estadão*

Categoria	Descrição
Pluralidade de fontes e origem da pauta	Bolsonaro é fonte única nos textos? Há contraponto ao pensamento de Bolsonaro no texto? A reportagem se originou de fala produzida pelo próprio político, como consequência e sua fala/atitude ou de investigação jornalística?
Interpretação do jornal	O texto se aprofunda no tema exposto ou apenas reproduz a fala do político? As frases de Bolsonaro são reproduzidas entre aspas ou parafraseadas?
Estilo/Função Fática e exploração da polêmica	A reportagem reproduz falas de conteúdo racista, homofóbico ou misógino? O tema da reportagem induz a cliques por reunir algo que foge ao padrão da cobertura política?

Fonte: as autoras.

Riffe, Lacy e Fico (2014) lembram que, no processo de análise, é necessário identificar o conteúdo de interesse com a projeção do sistema de classificação adequado para viabilizar esse estudo. O sistema de classificação utiliza unidades de conteúdo para desenvolver definições de variáveis e categorias para as variáveis. Estas categorias de variáveis devem ser traduzidas em regras para a aplicação de números ao conteúdo. Este processo é regido por instruções de codificação que maximizam a validade e confiabilidade das medidas dos conceitos de conteúdo de interesse.

O detalhamento é necessário para possibilitar o entendimento a respeito dos elementos utilizados em cada categoria, como explica Saldaña (2012), em consequência da metodologia qualitativa utilizada na análise.

A escolha das categorias considerou as dimensões explicitadas brevemente na introdução, que levaram em conta aspectos relativos a: 1) observação da presença de Bolsonaro no noticiário dos jornais, incluindo a pluralidade de fontes e presença de contraditório, o uso de suas falas nos textos, bem como origem da pauta (categorias 1); 2) a interpretação do jornal sobre a contextualização presente nas notícias (categoria 2) e, 3) a exploração de assuntos polêmicos relativos a gênero e sua incorporação no noticiário, conforme observação da função fática das reportagens (categoria 3).

Realizamos um teste de confiabilidade com uma codificadora externa à pesquisa para verificar se os

resultados foram similares nas categorias aplicadas na análise de conteúdo (AC). Sampaio e Lycarião (2017) defendem que a replicabilidade da AC é necessária para conferir credibilidade à pesquisa, por isso a realização do teste de confiabilidade se torna algo essencial para a conferência dos resultados alcançados⁶.

Pluralidade de fontes e origem das pautas (Categoria 1)

Inicialmente, analisamos se Jair Bolsonaro é fonte única nos textos de *Folha* e *Estado de São Paulo* selecionados no *corpus* da pesquisa ou se há pontos de vista divergentes aos do político nos textos. Esse critério é importante para contabilizar em quantas reportagens Bolsonaro falou sozinho, sem contrapontos ao seu pensamento. Para isso, primeiro descrevemos em quantas reportagens Bolsonaro foi a única fonte citada no texto e, em quantas, havia outras fontes presentes.

Essa análise permite mostrar numericamente se o personagem dividia o protagonismo com outras fontes ou se detinha o espaço de fala no jornal apenas para si. Nas pautas que envolvem a temática gênero, os resultados apontam a presença de outras fontes na ampla maioria das reportagens, como demonstra a Tabela 1.

Tabela 2 – Bolsonaro é fonte única nas reportagens?

Sim ou Não?	Número total de reportagens (<i>Folha</i> e <i>Estado</i>)	Porcentagem
Não	178	82,8%
Sim	37	17,2%
Total	215	100,0%

Fonte: as autoras.

Observando a Tabela 2, percebe-se que os dois jornais abriram espaço para outras fontes nas reportagens com Bolsonaro. No caso da *Folha*, o percentual é de 83,3% contra 16,7% de textos que trouxeram apenas falas do parlamentar. No *Estado de São Paulo*, os dados são percentualmente similares, com um leve aumento de 1,2% da presença do contraditório em relação à *Folha*. A similaridade dos percentuais relativos às fontes indica também o predomínio de um *modus operandi* dos grandes jornais brasileiros ao cobrir a política e seus personagens.

Em sequência, realizamos o segundo passo da análise nesta categoria: levantar se houve contraponto às ideias de Bolsonaro pelas fontes citadas. Os resultados mostram que, na maioria das notícias, há fontes que fazem oposição ao pensamento do político, como mostrado na Tabela 3.

Tabela 3 – Presença de contraditório nos textos

Há contraditório a Bolsonaro no texto?	Frequência	Porcentagem
Não	75	34,9%
Sim	140	65,1%
Total	215	100,0%

Fonte: as autoras.

A análise aponta que o *Estadão* dedicou mais espaço ao ‘outro lado’ contra Bolsonaro em suas páginas na comparação direta com a *Folha de S. Paulo*. No primeiro jornal, 73,7% das notícias tiveram contraponto ao político, enquanto na *Folha* esse mesmo percentual é de 58,3%. Em apenas 26,3% das matérias do *Estadão* não há ‘outro lado’. Na *Folha*, esse índice é de 41,7%.

Percebemos a necessidade de aprofundar esse critério para compreender a maneira como os jornais concederam espaço contraditório a Bolsonaro no *corpus*. A presença do ‘outro lado’, por si só, não garante que houve efetivamente amplo espaço para uma posição divergente, como apontam Guazina e Santos (2017) em estudo sobre as fontes presentes nas matérias durante o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff.

O estudo mostra que a maioria das matérias foi constituída com relatos dos fatos, sem fontes interpretando o processo político ou mesmo especialistas para aprofundar a discussão sobre o afastamento da presidente brasileira.

A utilização das fontes no jornalismo brasileiro se configura, cada vez mais, como um dos problemas desafiadores do ponto de vista da qualidade jornalística (Santos e Guazina, 2017; 2020) englobado no contexto da própria midiaticização da política, que leva a um crescente processo de espetacularização da comunicação política (Pajnik e Meret, 2018; Mazzoleni, 1999).

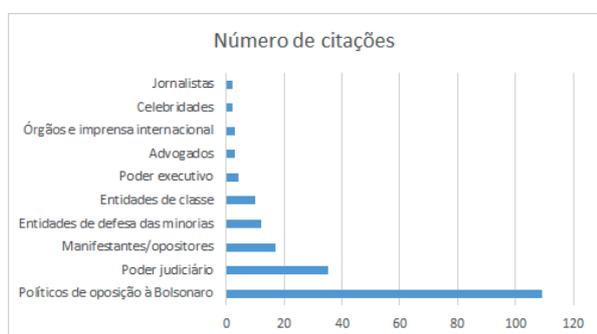
Como a mediatização permitiu aos políticos se apossar das linguagens jornalísticas e propagandísticas para transmitirem suas mensagens de forma simples e direta (sem a ajuda da mídia tradicional), a estratégia da mídia *mainstream*, apontam Pajnik e Meret (2018), é de se apegar a fontes institucionais e a marginalizar vozes mais fracas e de pequenos atores, como ONGs, imigrantes e minorias em geral como forma de descomplexificar as pautas. Entretanto, nesse processo, acabam excluindo determinadas temáticas, atores e pontos de vista.

Para aprofundar a nossa análise em busca da identificação das fontes também contabilizamos as citadas em cada matéria e que apresentaram oposição a Bolsonaro. Foram descartadas as fontes que reiteraram ou defenderam o político, uma vez que o objetivo deste

critério é mostrar se houve contraponto ao pensamento dele.

Fizemos uma listagem das fontes presentes em cada reportagem, mostrando numericamente quem foram os personagens mais presentes como contraponto a Bolsonaro – que não são especialistas ou pesquisadores das áreas de gênero, mas seus colegas no Parlamento e demais personagens do cenário político brasileiro. O resultado desse levantamento pode ser visto no Gráfico 1:

Gráfico 1: Fontes de posicionamento divergente de Bolsonaro (por número de citações)



Fonte: as autoras.

Das 197 fontes identificadas nas matérias que contestaram falas ou atitudes de Bolsonaro, os políticos que faziam oposição ao parlamentar somam 109 citações, o equivalente a 55,3% do total. O número chama mais atenção se somado às fontes do Poder Judiciário, como juízes de primeira instância ou a Procuradoria Geral da República, que determinaram sentenças contrárias a Bolsonaro ou se posicionaram contrariamente ao parlamentar. São 35 contrapontos exercidos pelo Judiciário. Juntos, os políticos de oposição e os membros do Judiciário representam 73% dos contrapontos a Bolsonaro no *corpus* analisado.

As entidades em defesa das minorias, somadas com advogados/especialistas e entidades de classe, representam apenas 12,6% dos contrapontos a Bolsonaro nas matérias analisadas. Isso nos permite inferir que as fontes com conteúdo qualificado para rebater a fala do político foram praticamente excluídas pelos jornais *Folha* e *Estado de São Paulo*, que priorizaram o embate ‘políticos esquerdistas x Bolsonaro’ em suas reportagens.

Classificamos aqui como ‘fontes de conteúdo qualificado’ aquelas listadas por Pellegrini *et al* (2011) como pessoas de notório saber específico ou organizações que detenham conhecimento notório, consultadas pela capacidade de analisar (com o seu conhecimento específico) cenários e possíveis acontecimentos.

Um exemplo representativo é a reportagem “Bolsonaro diz que está ‘se lixando’ para homossexuais”, publicada

no dia 30 de março de 2011 pela *Folha de S. Paulo*. O texto, em quase sua totalidade, destaca declarações do político a respeito da comunidade LGBTQ+. Apenas no final há um contraponto de duas linhas feito pelo presidente da Câmara, deputado Marco Maia (PT), em que o parlamentar afirma que “palavras racistas e discriminatórias não fazem parte do Brasil que queremos”. O ‘outro lado’ está presente na matéria, mas sem de fato fazer um contraponto qualificado ao pensamento de Bolsonaro.

Outro exemplo é a reportagem publicada pelo *Estado de São Paulo*, no mesmo dia 30 de março de 2011, com o título “Bolsonaro ataca negros e gays na TV”. Numa entrevista ao programa CQC, da TV Bandeirantes, o político fez ataques racistas direcionados à cantora Preta Gil. No texto há um contraponto feito pela própria cantora, em espaço menor que o dedicado a Bolsonaro, sem aprofundamento do assunto pelo jornal.

No dia seguinte, os jornais deram destaque às mobilizações de deputados da oposição (PT e PSOL) para que Bolsonaro fosse processado no Conselho de Ética da Câmara pelas suas declarações racistas e homofóbicas. *Folha* e *Estadão* concentraram as reportagens nas repercussões da fala de Bolsonaro com fontes da Câmara dos Deputados, sem a sua ampliação para além do Congresso Nacional brasileiro.

Essa postura identificada aponta que os jornais contribuíram para a polarização Partido dos Trabalhadores/ Partido Socialismo e Liberdade (Esquerda) x Bolsonaro (direita) na temática de gênero ao selecionar como principais contrapontos ao político os parlamentares ou ministros da oposição. Na lista das fontes mais citadas como contraponto a Bolsonaro aparecem como principais opositores os deputados Jean Wyllys (PSOL-RJ), Maria do Rosário (PT-RS) e Chico Alencar (PSOL-RJ).

Ainda na análise da pluralidade das fontes e origem das pautas jornalísticas, o último passo foi identificar a maneira como o tema surgiu nas páginas de *Folha* e *Estadão*. Verificamos se a pauta partiu de uma fala produzida por Bolsonaro ou de uma investigação jornalística, conduzida pelo repórter autor do texto ou pela equipe do veículo impresso. Nessa categoria, foram aplicadas quatro possibilidades como origem para a reportagem: a) fala ou ato de Bolsonaro; b) consequência ou reação a essa fala ou atitude; c) agenda - algo programado pela Câmara dos Deputados ou outro órgão oficial brasileiro; d) investigação jornalística - se a matéria surgiu após investigação conduzida pelo repórter.

As quatro formas de origem da pauta foram definidas pelas pesquisadoras com base na leitura das notícias/reportagens, observando de onde cada uma surgiu. A contagem foi realizada individualmente nas reportagens, identificando qual delas deu origem à pauta.

Os resultados (Tabela 4) mostram que as notícias, em sua maioria, se originaram de Bolsonaro. Quando a matéria jornalística não nasceu da fala ou de alguma ação produzida por ele, derivou de uma consequência ou reação à sua fala/atitude, como demonstram os dados.

Tabela 4 – Origem da reportagem sobre Jair Bolsonaro

Origem da reportagem	Número de reportagens	Porcentagem
Fala/atitude do político	62	28,8%
Consequência da fala/atitude do político	94	43,7%
Agenda	38	17,7%
Investigação jornalística	21	9,8%
Total	215	100,0

Fonte: as autoras.

Se somarmos as duas primeiras possibilidades – surgir da fala do político e sua atitude + consequência dessa fala ou atitude – atingimos o percentual de 72,5% das reportagens que nasceram após um fato produzido pelo próprio Jair Bolsonaro. Esses dados convergem para a estratégia identificada por Mazzoleni (2018) na Europa, em que líderes populistas, como Bolsonaro, ganharam visibilidade pública devido a sua capacidade retórica e a linguagem agressiva.

Entre as reportagens presentes no *corpus* que têm como origem declarações de Bolsonaro feitas nos corredores do Congresso Nacional ou mesmo em discursos no plenário da Câmara dos Deputados, muitas delas enfatizam já nos títulos o posicionamento do político, conforme mostramos abaixo:

Bolsonaro diz que errou, mas que não quer ‘voto de ignorante’ (29/03/2011);

Na TV, Bolsonaro diz a Preta Gil que namoro com negra seria ‘promiscuidade’ (29/03/2011);

Bolsonaro: “estou me lixando para gays” (30/03/2011);

Bolsonaro questiona se Dilma é homossexual (24/11/2011);

Bolsonaro diz em plenário que não estupraria deputada (09/12/2014);

“Não sou homofóbico nem gordofóbico”, diz Bolsonaro sobre condenação (14/04/2015);

Bolsonaro diz que não vai “ficar de cócoras” para ser punido (04/10/2016);

“Seguiremos avançando”, avisa Bolsonaro condenado (03/20/2017);

“Aqui no Brasil não existe isso de racismo”, diz Bolsonaro em Fortaleza (28/06/2018);

Nesses exemplos, os jornais atenderam indiretamente às estratégias comunicativas do político, funcionando como uma correia transportadora neutra (Zaller, 1999). Se olharmos pela perspectiva das minorias sociais, a reprodução desse tipo de declarações coloca o jornalismo num lugar de disseminador do discurso extremista de Bolsonaro, mantendo-se como correia, mas deixando de ser neutro uma vez que privilegia o posicionamento do político dentro do campo das disputas narrativas.

Apenas 9,8% das reportagens surgiram do trabalho investigativo realizado pelo jornalista autor do texto. Um desses casos é a matéria “Caso Bolsonaro põe imunidade em xeque”, publicada pelo *Estado de São Paulo* no dia 03 de abril de 2011, no qual o jornal amplia a discussão sobre as consequências jurídicas relacionadas a liberdade de fala no Parlamento. Foram ouvidos como fontes um professor de Direito Constitucional e um conselheiro da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), sem que a pauta fosse diretamente provocada por Bolsonaro ou por agenda.

Outras 17,7% foram originadas de fato programado anteriormente, como reuniões do Conselho de Ética da Câmara que analisaram diversos processos disciplinares a que Bolsonaro respondeu no Congresso Nacional brasileiro durante seus 27 anos como deputado federal.

Interpretações dos jornais (Categoria 2)

Nesta categoria, analisamos se as frases de Jair Bolsonaro foram reproduzidas nas reportagens a) entre aspas, no sentido literalmente exposto pelo político, ou b) se os repórteres utilizaram o discurso indireto para relatar os fatos ou ações do então deputado federal; e também se o texto se aprofunda no tema exposto ou apenas o aborda superficialmente. A análise do formato do discurso é importante para mostrar se o jornal reproduziu trechos, ideias ou falas de Jair Bolsonaro, mesmo em casos em que as observações feitas pelo político contrariam o esperado para um ocupante de cargo público eleito democraticamente.

Os dados da Tabela 5 mostram que tanto a *Folha de S. Paulo* quanto o *Estado de S. Paulo* deram espaço para as falas de Bolsonaro. Em 76,7% das matérias, as frases do político são reproduzidas literalmente pelos dois veículos, enquanto em apenas 23,3% das matérias não há fala de Bolsonaro entre aspas.

Tabela 5 - Discurso direto ou indireto de Bolsonaro nas reportagens

Fala de Bolsonaro entre aspas?	Número total de reportagens (Folha e Estado)	Porcentagem
Não	50	23,3%
Sim	165	76,7%
Total	215	100,0%

Fonte: as autoras.

O percentual se mantém nas duas publicações, sem mudanças entre a *Folha* ou o *Estado*. Na *Folha de S. Paulo*, foram 76,7% das reportagens com frases entre aspas de Bolsonaro, contra 23,3% - exatamente o mesmo percentual que se reproduziu na totalidade das matérias. No *Estado*, o cenário é semelhante: 23,2% das matérias sem aspas de Bolsonaro contra 76,8% das falas do político entre aspas.

Destacamos, abaixo, alguns dos exemplos de frases de caráter hostil proferidas por Bolsonaro que foram reproduzidas literalmente pela *Folha* e *Estado*:

“Se o filho começa a ficar assim, meio gayzinho, [ele] leva um couro e muda o comportamento dele” (26/11/2010);

“Agora criaram a Frente Gay [na Câmara]. O que esse pessoal tem para oferecer? Casamento gay? Adoção de filhos? Dizer pra vocês, que são jovens, que se tiverem um filho gay é legal, vai ser o orgulho da família? Esse pessoal não tem nada para oferecer” (30/03/2011);

“Preta [Gil, cantora], não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja. Eu não corro esse risco e meus filhos foram muito bem educados. E não viveram em ambiente como lamentavelmente é o teu” (30/03/2011);

“O kit gay não foi sepultado ainda. Dilma Rousseff, pare de mentir. Se gosta de homossexual, assume. Se o teu negócio é amor com homossexual, assumo. Mas não deixe que essa covardia entre nas escolas de 1º grau” (24/11/2011);

“Não saia, não, Maria do Rosário, fique aí. Há poucos dias você me chamou de estupraador no Salão Verde (área da Câmara ao lado do Plenário) e eu falei que eu não a estuprava porque você não merece. Fique aqui para ouvir” (09/12/2014);

“Eu não sou homofóbico, gordofóbico, flamenogofóbico, heterofóbico. O governo que estimula isso através do Plano Nacional de Promoção de Direitos Humanos e Cidadania LGBT. O governo é que joga homo contra hétero” (14/04/2015).

Quanto ao aprofundamento no tema, investigamos se a reportagem se aprofunda no tema exposto ou apenas reproduz o pensamento ou as ações de Jair Bolsonaro, sem expandir o conhecimento do leitor a respeito da temática que está sendo veiculada. A partir da análise individual de cada matéria, verificamos se o texto se resumia a narrar o fato em questão sem promover qualquer discussão a respeito do seu conteúdo ou ampliava os horizontes do leitor com informações adicionais.

As reportagens classificadas como ‘superficiais’ são as que narram de forma curta e direta o acontecimento e/ou fala, sem discuti-los. As classificadas como intermediárias, aprofundaram o tema em questão, expandindo o número de linhas e fontes ouvidas, mas sem incluir reflexões mais aprofundadas ao tema – como ouvir especialistas ou órgãos relacionados ao fato. Por fim, as reportagens classificadas como ‘profundas’, além de narrar o fato, promoveram uma discussão aprofundada do tema, incluindo a ação de ouvir fontes especializadas nos assuntos colocados pelo respectivo jornal.

Os números da Tabela 6, a seguir, mostram que a ampla maioria das reportagens sobre Jair Bolsonaro envolvendo a temática de gênero não aprofunda a discussão. As matérias classificadas como ‘superficiais’ somam 69,8%, enquanto aquelas que aprofundam o assunto são apenas 13%. O percentual tão divergente pode se explicar por uma série de razões, entre elas a forma de produção do conteúdo jornalístico para os sites de notícias e jornais brasileiros – com poucos profissionais na linha de frente capazes de promover textos mais aprofundados.

Tabela 6 – A reportagem aprofunda o tema em questão?

Aprofundamento do tema	Número de reportagens	Porcentagem
Superficial	150	69,8%
Aprofunda pouco	37	17,2%
Aprofunda	28	13,0%
Total	215	100,0%

Fonte: as autoras.

Esse cenário reflete ainda o que Moretzsohn (2015) chama de hiperinformação superficial dos cidadãos, um processo em que os jornais se centram em fornecer cada vez mais informação em sentido estrito, sem explicar os fatos. Como demonstraram

Prudencio, Rizzotto e Sampaio (2018), o jornalismo político brasileiro tem se afastado do fato em si para centrar-se em personagens, declarações e conflitos.

Assim, a superficialização das temáticas no texto jornalístico contribui para expandir a naturalização das opiniões de Bolsonaro junto à sociedade. Sem a presença de fontes especializadas e discussões aprofundadas, os jornais enfraquecem um de seus aspectos mais relevantes, que é a responsabilidade social como um dos pilares da democracia.

O ESTILO DOS JORNAIS E A EXPLORAÇÃO DA POLÊMICA (CATEGORIA 3)

Esse critério de análise das notícias aponta se a reportagem reproduziu ideias de Jair Bolsonaro de conteúdo racista, homofóbico ou que ferem à normalidade esperada para os fatos. Foram analisadas as matérias individualmente para identificar se cada uma delas tem a presença desse tipo de fala da parte de Bolsonaro. Como a temática em questão é relacionada ao gênero, o critério permitiu identificar se a fala do político com esse tipo de viés esteve, ou não, presente nas reportagens que integram o *corpus* da pesquisa.

Os resultados indicam que os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo* reproduziram os enquadramentos-chave da estratégia de comunicação populista de Bolsonaro mesmo nos temas envolvendo racismo, homofobia e crítica explícita a mulheres, como mostra a Tabela 7 abaixo:

Tabela 7 – Reprodução dos posicionamentos de Bolsonaro

Jornal reproduz o discurso de Bolsonaro?	Número de reportagens	Porcentagem
Não	21	9,8%
Sim	194	90,2%
Total	215	100,0%

Fonte: as autoras.

De acordo com a análise, os dois jornais reproduziram os posicionamentos de Bolsonaro em suas páginas em 90,2% das reportagens, enquanto somente 9,8% das matérias não vinculam Bolsonaro a ideias racistas e misóginas. A fala do político nesse sentido é uma marca de sua carreira política, permanecendo ativa inclusive durante a campanha eleitoral para o Palácio do Planalto.

Há diversas reportagens em que Bolsonaro preferiu uma declaração de cunho homofóbico ou misó-

gino, como no episódio em que questiona a sexualidade da então presidente Dilma Rousseff, mencionado acima. Em dezembro de 2014, os dois jornais também reproduziram fala do político na qual ele diz que a então deputada Maria do Rosário (PT-RS) “não merece nem ser estuprada”. Estes dois exemplos mostram o uso estratégico de ataques pessoais diretos a mulheres políticas do PT, partido ao qual o político faz ferrenha oposição.

A exploração de falas misóginas, racistas ou homofóbicas se relaciona com outro elemento da era do jornalismo virtual que investigamos: a busca por cliques e a substituição dos tradicionais critérios de noticiabilidade pelas métricas de medição de audiência, como apontam Vieira e Christofolletti (2019). Não se trata de determinar a produção jornalística com base nos números de cliques, mas sim a adoção de uma nova cultura editorial nas redações por temas que provocam maior impacto na audiência, como citam os autores. “Espera-se que os jornalistas estejam atentos à repercussão e aos impactos de suas histórias”, resumem (Vieira e Christofolletti, 2019: 144).

Tandoc Jr. (2015) defende que, no jornalismo, as métricas têm guiado os editores em suas decisões sobre onde publicar cada notícia nos websites. O autor afirma que o processo de seleção das notícias (*gatekeeping*) continua explicando como as notícias são selecionadas no jornalismo, mas a pressão por manter a *homepage* dos veículos de mídia atualizada em busca de maior tráfego vem tornando o “processo de des-seleção de notícias igualmente importantes” (Tandoc Jr., 2015:13).

Diante desse cenário consideramos importante observar no *corpus* se o tema da reportagem induzia a “cliques” do leitor por reunir algo espetacular, que foge dos padrões da cobertura política. Ao contrário dos critérios anteriores, que foram levantados por contagem numérica, neste identificamos em cada texto se o título reuniu elementos “chamativos” para o leitor clicar ou não.

Para inferir que uma reportagem induz a cliques, tomamos como base estudo de Bazaco, Redondo e Sánchez-García (2019)⁷ que leva em conta alguns elementos presentes nos títulos, tais como: informações incompletas nos títulos; expressões apelativas (como linguagem imperativa, superlativa e intensa adjetivação das palavras); repetições e exagero. No que diz respeito ao conteúdo, os títulos ‘caça-cliques’ seriam voltados para um conteúdo sensacionalista, pessoal e emocional (Bazaco, Redondo e Sánchez-García, 2019: 98).

Com base nestes autores, adotamos critérios específicos para serem identificados nos títulos das notícias do *corpus* levando em consideração o histórico de publicações a respeito de Bolsonaro pela mídia impressa brasileira. Segue abaixo a lista dos critérios utilizados nesta

categoria para identificar se um título induz a cliques (1 – Sim) ou se ele é neutro para o leitor (0 – Não):

Aspas com frases de efeito;

Expressões polêmicas;

Conteúdo do texto ‘esquentado’ no título;

Palavras que ‘chamam’ o leitor mais do que nar-ram os fatos;

Polêmicas, brigas, xingamentos, ofensas

As codificações dos títulos nesta categoria foram realizadas com base nestes critérios, como mostram os exemplos abaixo:

Título 1: “Se seu negócio é amor com homossexual, assuma”, diz Bolsonaro a Dilma

Título 2: Conselho de Ética da Câmara arquiva processo contra Bolsonaro

O Título 1 foi enquadrado nesta pesquisa como indutor de cliques aos leitores, enquanto o Título 2 entra no rol das reportagens que não estimulam o leitor ao clique. Registramos que não tivemos acesso à contagem de cliques em cada matéria, dado restrito aos jornais, uma vez que ambos não autorizaram o repasse desses dados com o argumento de que são informações sigilosas de cada veículo.

A Tabela 8, abaixo, demonstra que houve certo equilíbrio entre as notícias com elementos que induzem ao clique e as que priorizam títulos mais fiéis ao conteúdo. Mas esse equilíbrio precisa ser analisado parcimoniosamente, pois a pressão comercial sobre o jornalismo da era digital tem constituído um novo conjunto de valores focados em audiência e visibilidade (Vieira e Christofolletti, 2015).

Tabela 8 – O título induz o leitor a clicar na matéria?

Induz a cliques?	Número total de reportagens (Folha e Estado)	Porcentagem
Não	121	56,3%
Sim	94	43,7%
Total	215	100,0%

Fonte: As autoras.

Desse modo, um índice que parece equilibrado, pode ganhar contornos de um problema mais grave ao gerar um ambiente de preocupação e euforia nas redações, impactando “na cultura e na prática do jorna-

lismo online, contribuindo para a adoção de medidas desesperadas de atração da atenção do público, não devidamente ancoradas em valores jornalísticos ou sequer em estratégias comerciais” (Vieira e Christofolletti, 2015: 79). Essa cultura do clique pode prejudicar toda a cadeia produtiva da notícia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A metodologia aplicada para análise das reportagens nos permite apontar alguns elementos importantes para se compreender o processo de normalização de Bolsonaro na cobertura da *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, a partir da temática de gênero, entre os anos de 2008 e 2018. Nesse período temporal de dez anos, o atual presidente da República do Brasil esteve presente nas páginas de ambas as publicações, que dedicaram espaço, sem significativa interpretação ou contraposição, para um representante político de grupos reconhecidos publicamente como homofóbicos, misóginos e racistas.

A partir de nossas análises, observamos que a ampla maioria dos textos reproduz o pensamento/fala de Bolsonaro de forma direta (76,6%) e são originados de uma fala (28,8%) ou de ação ou consequência produzida pela fala próprio político (43,7%). Além disso, 34,9% dos textos não apresentaram contraditório às falas de Bolsonaro.

O fato de as falas de Bolsonaro estarem, em sua maioria, entre aspas, também é um indicio de reprodução das estratégias de enquadramento dos temas da agenda anti-gênero de do político. Ao reproduzir sistematicamente as mensagens-chave do político e normalizá-las mesmo em casos em que sua fala rompe com o que se espera de um representante eleito democraticamente, a mídia assumiu papel relevante na consolidação pública de tais discursos.

Em vários casos identificados no *corpus*, as falas de Bolsonaro foram realizadas em discursos dentro do plenário da Câmara dos Deputados. Torna-se importante ressaltar que somente têm acesso a essas falas aqueles brasileiros conectados à TV ou rádio oficiais do Parlamento do Brasil (com baixos índices de audiências registrados no país), além dos jornalistas que cotidianamente acompanham a rotina do Poder Legislativo e servidores do Congresso Nacional.

Além de tratarem o tema de gênero a partir da agenda contrária à igualdade de direitos e tornarem conhecido o então quase anônimo deputado, os jornais não aprofundaram a discussão da temática: 69,8% dos textos trouxeram a temática de forma superficial contra 13,8% que a aprofundaram. A análise mostrou que os jornalistas elaboraram maté-

rias curtas e objetivas, sem ampliar as discussões ou contextualizações.

Quando o político classificava a relacionamentos homoafetivos de ‘doença’ ou acusava professores de defender a chamada ‘ideologia de gênero’ nas escolas, os jornais não forneceram interpretações que demonstrassem o falseamento dessas questões nem ofereceram posicionamentos divergentes por meio de fontes qualificadas, permitindo o uso estratégico de seu jornalismo para que Bolsonaro atingisse um público mais amplo do que seus eleitores da direita radical e da extrema direita religiosa em redutos eleitorais suburbanos. Neste sentido, os papéis de ‘gatekeepers’ e ‘intérpretes’ apontados por Wettstein *et al* (2018), no caso desses jornais analisados, revelam-se distantes do encontrado na experiência europeia. Ao contrário dos jornalistas europeus, a análise da cobertura sobre a temática de gênero não mostra ceticismo ou crítica a aspectos chave da comunicação populista de Bolsonaro; tampouco os jornais analisados colaboraram para a existência de um ‘cordão sanitário’ para impedir a proliferação de conteúdos extremistas explorados pelo político populista.

Aliada à cobertura na mídia tradicional, a participação de Bolsonaro em programas televisivos de entretenimento, em diversas emissoras, ajudou-o a tornar-se conhecido em âmbito nacional. Piaia e Nunes (2018) apontam que entre 2010 e 2018, período que corresponde a 8 dos 10 anos analisados nesta pesquisa, o então deputado participou de 33 programas de TV deste gênero.

Portanto, antes mesmo do uso massivo das mídias sociais pelos grupos de direita apoiadores de Bolsonaro durante a campanha eleitoral de 2018, o político já havia conquistado espaço midiático - seja nas coberturas noticiosas seja nos programas populares de televisão com suas declarações ofensivas, violações de direitos e ataques à dignidade de pessoas.

Os dados analisados nos permitem mostrar que, tanto *Folha* quanto *Estadão*, deram palco e espaço à

agenda populista anti-igualdade de gênero de Bolsonaro antes de sua chegada à Presidência da República. Apesar da *Folha* e do *Estadão* apresentarem posições editoriais contrárias ao governo de Bolsonaro após sua eleição para presidente, as duas publicações apresentaram mecanismos de normalização, seja pela presença de Bolsonaro no noticiário focado na temática de gênero, especialmente no que diz respeito ao uso de Bolsonaro como fonte, incluindo a reprodução de suas falas; seja pela falta de contextualização das notícias sobre gênero.

O episódio envolvendo a repórter Patrícia Campos Mello⁸, por exemplo, que virou alvo de grupos bolsonaristas e do próprio presidente da República com acusações de cunho sexual, personalizou na figura da repórter da *Folha* um discurso utilizado pelo político ao longo de sua história no Parlamento.

O conjunto de análises mostra que os dois jornais concederam espaço para as polêmicas e ataques de Bolsonaro independentemente de o conteúdo de suas mensagens ferir direitos de parcelas significativas da população, incluindo seus pontos de vista extremistas dentro da esfera de controvérsias legítimas (Hallin, 1986).

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Este trabalho também foi financiado pela Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAPDF)

Submetido em:
Aceito em: 20 de novembro de 2020

NOTES

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 – e com financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal -FAPDF.

² Case (2019) mostra como o surgimento da chamada ‘ideologia de gênero’ remonta à guerra moral do Vaticano contra os grupos feministas que envolviam os direitos reprodutivos das mulheres, e os direitos da população LGBT+ antes da Conferência de Beijing em 1995. A agenda internacional de ‘demonização’ da questão de gênero foi apropriada, no Brasil, por lideranças religiosas neopentecostais que atualmente fazem parte dos grupos apoiadores de Bolsonaro e de outros políticos conservadores (Miskolci, 2018).

³ Pesquisa realizada pelo Instituto FSB Pesquisa em 2011 apontou os jornais Folha, O Globo e O Estado de S. Paulo como os três mais lidos pelos membros do Congresso Nacional do Brasil. Os dois veículos também lideram a circulação de jornais impressos brasileiros de acordo com levantamento realizado pelo IVC Brasil (Instituto Verificador de Comunicação) em 2019.

⁴ Foram descartadas 727 matérias do levantamento pois apresentaram outras temáticas abordadas por Bolsonaro, como militarismo/ ditadura militar, segurança pública, disputa política, ataques ao Partido dos Trabalhadores, economia, corrupção e mídia, entre outros temas.

⁵ A definição de Melo sobre gêneros jornalísticos é baseada na finalidade do texto, se de informar (informativa), opinar (opinativa)

ou interpretar (interpretativa). Seixas, por sua vez, classifica como textos informativos as reportagens, notícias, notas e entrevistas, escolhidos para a composição do corpus deste trabalho. Por isso, na pesquisa, consideramos como textos jornalísticos informativos as reportagens publicadas pela Folha e Estadão, excluídos todos os textos de opinião.

⁶ A análise de confiabilidade foi realizada por meio do teste Kappa, com a utilização do programa SPSS IBM versão 22.0. Este teste foi aplicado individualmente para cada categoria, com cálculo da média geral para todas as categorias analisadas. O resultado da média foi 0.79, considerado um bom parâmetro de replicabilidade de acordo com Sampaio e Lycarião (2017).

⁷ O estudo dos autores apresenta uma revisão da literatura internacional referente ao jornalismo caça-clique (journalism clickbait).

⁸ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/bolsonaro-insulta-reporter-da-folha-com-insinuacao-sexual.shtml>.

REFERÊNCIAS

- Araújo, B., & Prior, H. (2020). *Framing Political Populism: The Role of Media in Framing the Election of Jair Bolsonaro*. Journalism Practice, pp. 1-17.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bazaco, A.; Redondo, M.; Sánchez-García:(2019). *Click-bait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methodst*. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 94-115. Disponível em: <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1323/06en.html>
- Beauvoir, S. D. (1980). *O segundo sexo* (1949). Trad. Sérgio Milliet, 4.
- Biroli, F. (2010). *Gênero e família em uma sociedade justa: adesão e crítica à imparcialidade no debate contemporâneo sobre justiça*. Revista de Sociologia e Política, 18(36), pp. 51-65. DOI : 10.1590/S0104-44782010000200005
- Bos, L., Van der Brug, W., Vreese, C. (2011). *How the Media Shape Perceptions of Right-Wing Populist Leaders*. Political Communication, 28:2, pp. 182-206, DOI: 10.1080/10584609.2011.564605
- Carranza, B. e Cunha, C. V. (2018). *Conservative religious activism in the Brazilian Congress: Sexual agendas in focus*. Social Compass. Vol. 65(4), pp.486-502, DOI: 0.1177/0037768618792810
- Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa em ciências humanas e sociais* (8a ed.). São Paulo: Cortez.
- Dietze, G.; Roth, J. (2020). *Right-Wing Populism and Gender: a preliminary cartography of an emergent field of research*. In Dietze, G.; Roth, J. (org.) Right-Wing Populism and Gender: European Perspectives and Beyond, Dietze, G.; Roth, J. pp. 7-22. Transcript Verlag. DOI: 10.14361/9783839449806
- Ekstrom, M. et al. (2020). *The normalization of the populist radical right in news interviews: a study of journalistic reporting on the Swedish democrats*. Social Semiotics,30:4, pp. 466-484. DOI: 10.1080/10350330.2020.1762984
- Goldstein, A. (2019) *The new far-right in Brazil and the construction of a right-wing order*. Latin American Perspectives 46(4), pp. 245-262.
- Hallin, D. (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. New York: Oxford University press, pp. 116-118
- Kareithi: J. (2014). *Hegemonic masculinity in media contents*. In Montiel, A. (editor). Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender. Disponível em: Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender Último acesso em: 12/08/2020.
- Kantola, J. e Lombardo, E. (2020). *Strategies of right populists in opposing gender equality in a polarized European Parliament*. International Political Science Review, pp. 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192512120963953>
- Lacy, S., & Rosenstiel, T. (2015). *Defining and measuring quality journalism*. Rutgers School of Communication and Information.
- Mazzoleni, G. (2008). *Mediatization and Political Populism*. In F. Esser & J. Strömbäck (Eds.), Mediatization of Politics Understanding the Transformation of Western Democracies (pp. 51-70). Palgrave MacMillan.
- Mazzoleni, G., Stewart, J., & Horsfield, B. (2003). *The media and neo-populism: a contemporary comparative analysis*. Westport (Conn.): Praeger.
- McQuail, D. (2012). *Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público*. Penso Editora.
- Melo, J. M. (1985). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes.
- Miguel, L. F. (2016). *Da "doutrinação marxista" à "ideologia de gênero - Escola Sem Partido e as leis da mordada no parlamento brasileiro*. Revista Direito e Práxis, 7 (3), pp. 590-621.
- Miskolci, R. (2018). *The Moral Crusade on "Gender Ideology": notes on conservative political alliances in Latin America*. Revista da Sociedade Brasileira de Sociologia, Porto Alegre, v. 4, n. 2, pp. 44-59. DOI: <http://dx.doi.org/10.20336/sid.v4i2.99>
- Mitoto, I. et al. (2020). *Como os media incorporam declarações de atores políticos nas redes? Uma análise do enquadramento dos tweets de Jair Bolsonaro pelo jornalismo impresso brasileiro*. Brazilian Journalism Research, vol. 16 - n. 1.
- Moffitt, B. (2019). *Populism vs Technocracy: Performance, Passions and Aesthetics*. In Cossarini:and Vallespín, F. (eds) *Populism and Passions. Democratic Legitimacy after Austerity*. London: Routledge, pp. 45-64.
- Moretzsohn, S. D. (2015). *O suicídio do jornalismo*. Observatório da Imprensa, São Paulo, ed. 847. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-suicidio-do-jornalismo>.
- Mudde, C. (2019). *The Far Right Today*. Cambridge, Polity Press.
- Pajnik, M.; Meret, S. (2018). *Populist political communication in mediatized society*. In Populism and the Web (pp. 36-54). Routledge.
- Pellegrini, S.; Mujica, C.; Grassau, D.; Puente, S.; Porath, W. (2011). *Valor Agregado Periodístico: la apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica.
- Pellegrini, S.; Mujica, C. (2006). *Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como factor productivo en un entorno medial complejo*. Palabra Clave, v. 9, n. 1:11-28.
- Piaia, V., Nunes, R. (2018). *Política, entretenimento e polémica: Bolsonaro nos programas de auditório*. In. IESP nas eleições. Disponível em: <https://lemep.iesp.uerj.br/politica-entretenimento-e-polemica-bolsonaro-nos-programas-de-auditorio/>. Acesso em: nov. 2020.
- Porto, M. (2004). *Enquadramentos da mídia e política*. Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, pp. 73-104.
- Prudencio, K.; Rizzotto, C.; Sampaio, R. C. (2018). *A normalização do golpe: o esvaziamento da política na cobertura jornalística do "impeachment" de Dilma Rousseff*. Revista Contracampo, 37(2).
- Riffe, D.; Lacy, S.; Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. Routledge, New York.
- Saldaña, J. (2012). *The coding manual for qualitative researchers* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Sampaio, R.; Lycarião, D. (2018). *Eu quero acreditar!* Da importância, formas de uso e limites dos testes de confiabilidade na Análise de Conteúdo. *Revista de Sociologia e Política*, 26(66), pp. 31-47. <https://doi.org/10.1590/1678-987318266602>
- Santos, E.; Guazina, L. (2017). *O uso das fontes nas notícias sobre o processo de impeachment: uma análise da cobertura realizada pelos jornais Folha de S. Paulo e A Tarde (BA)*. *Revista Observatório*, 3(6), pp. 612-635.
- Santos, E.; Guazina, L. (2020). *Qualidade no jornalismo: percursos estrangeiros, problemas brasileiros*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 17(1), pp. 32-42.
- Scott, J (1988). *Gender on the Politics of History*. New York: Columbia University Press, pp.28-50.
- Seixas, L. (2009). *Redefinindo os gêneros jornalísticos*. Proposta de novos critérios de classificação. Portugal: LabCom Books, 2009. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf
- Strömbäck, J. (2008). *Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics*. *The international journal of press/politics*, 13(3), pp. 228-246. DOI <https://doi.org/10.1177%2F1940161208319097>
- Tandoc Jr., E. C. (2015). *Journalism is twerking?* How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society* 16 (4), pp. 559-575.
- Vieira, L.; Christofolletti, R. (2015). *Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de*. *Estudos de jornalismo*, 1(3), pp. 74-87.
- Vieira, L; Christofolletti, R. (2019) *Impacto no jornalismo online: cultura do clique, métricas e relevância social*. *Lumina*, v. 13, n. 1, pp. 132-148.
- Wettstein, M., Esser, F., Schulz, A., Wirz, D. S., & Wirth, W. (2018). *News media as gatekeepers, critics, and initiators of populist communication: How journalists in ten countries deal with the populist challenge*. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), pp. 476-495. DOI <https://doi.org/10.1177/1940161218785979>
- Zaller, J. (1999). *A theory of media politics: how the interests of politicians, journalists, and citizens shape the news*. Chicago: University of Chicago Press.



RESUMO | ABSTRACT | RÉSUMÉ

A normalização da agenda anti-gênero de Jair Bolsonaro: uma análise dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Estado de São Paulo*

The normalization of Jair Bolsonaro's anti-gender agenda: an analysis of the newspapers *Folha de S. Paulo* and *Estado de São Paulo*

La normalisation de l'agenda anti-genre de Jair Bolsonaro: une analyse des journaux *Folha de S. Paulo* et *Estado de São Paulo*

Pt. Este artigo analisa o processo de normalização pela mídia impressa brasileira do discurso anti-gênero de Jair Bolsonaro durante os dez anos que antecederam sua candidatura e consequente eleição à Presidência da República (2008-2018). A temática de gênero está presente na trajetória política do atual presidente desde a época em que ocupou, como parlamentar, uma das cadeiras da Câmara dos Deputados do Brasil. Neste período, ele protagonizou diversos episódios públicos que expressam uma retórica moralmente conservadora, e seus vínculos com grupos religiosos neopentecostais que buscam enquadrar as discussões públicas sobre as questões de gênero dentro do campo do “discurso moral de valores”, algo recorrente na prática política de Bolsonaro. Para realizar a observação, escolhemos dois jornais de grande circulação no país: *Folha de S. Paulo* e *Estado de São Paulo*. O objetivo da pesquisa constituiu-se em identificar se ambos os *quality papers* utilizaram, em suas coberturas noticiosas, mecanismos de normalização da agenda anti-gênero protagonizada por Bolsonaro. O *corpus* é composto de todas as reportagens publicadas pelos sites dos dois jornais entre 2008 e 2018 e que envolvem Jair Bolsonaro e a temática de gênero. A metodologia adotada foi a Análise de Conteúdo, aplicada a um total de 215 notícias. Foram aplicadas três categorias: 1) pluralidade de fontes e origem da pauta; 2) interpretação do jornal; e 3) estilo/função fática e exploração da polêmica. Os resultados encontrados mostraram que os dois jornais deram espaço para as estratégias de comunicação populista de Bolsonaro. Além disso, os jornais reproduziram suas declarações e ataques de cunho misógino e homofóbico sem oferecer interpretações, contextualizações ou pontos de vista qualificados sobre os temas tratados. Neste sentido, o conjunto de dados mostrou que os dois jornais analisados contribuíram para o processo de construção e legitimação da agenda bolsonarista de combate à igualdade de gênero.

Palavras-chave: Populismo, Gênero, Jornalismo, *Folha de S. Paulo*, *Estado de São Paulo*

En. This article analyzes the process of normalization of Jair Bolsonaro's anti-gender discourse by the Brazilian print media in the ten years preceding his candidacy and subsequent election to the presidency of the Republic of Brazil (2008-2018). The thematic of gender has been present in the political trajectory of the current president since he occupied, as a parliamentarian, one of the seats in the Brazilian Chamber of Deputies. During this period, he intervened in several public episodes expressing a morally conservative rhetoric, as well as his links with neo-pentecostal religious groups seeking to frame public discussions on gender issues within the field of the «moral discourse of values», a recurrent theme in Bolsonaro's political practice. For this study, we selected two newspapers with large circulation in the country: *Folha de S. Paulo* and *Estado de São Paulo*. The objective of the research was to determine whether the two newspapers used mechanisms in their media coverage to standardize the anti-gender agenda led by Bolsonaro. The corpus is composed of all the articles published on the websites of both newspapers between 2008 and 2018 that concern both Jair Bolsonaro and gender issues. The methodology adopted is content analysis, applied to a total of 215 entries. Three categories were applied: 1) plurality of sources and origin of the agenda; 2) interpretation of the newspaper; and

3) phatic style/function and exploration of controversy. The results found show that both newspapers gave way to Bolsonaro's populist communication strategies. Moreover, the newspapers reproduced his misogynistic and homophobic statements and attacks without providing analysis, contextualization or counterbalancing them with nuanced views on the issues. In this sense, the data set demonstrates that the newspapers contributed to the process of building and legitimizing the Bolsonarista agenda to combat gender equality.

Keywords: populism, gender, journalism, *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*

Fr. Cet article analyse le processus de normalisation par la presse écrite brésilienne du discours anti-genre de Jair Bolsonaro au cours des dix années précédant sa candidature et son élection à la présidence de la République (2008-2018). Le thème du genre est présent dans la trajectoire politique de l'actuel président depuis qu'il occupait, en tant que parlementaire, l'un des sièges de la Chambre des députés du Brésil. Au cours de cette période, il est intervenu dans plusieurs épisodes publics en exprimant une rhétorique moralement conservatrice, ainsi que ses liens avec des groupes religieux néo-pentecôtistes cherchant à encadrer les discussions publiques sur les questions de genre dans le champ du « discours moral des valeurs », thématique récurrente dans la pratique politique de Bolsonaro. Pour cette étude, nous avons choisi deux journaux à grand tirage dans le pays : *Folha de S. Paulo* et *Estado de São Paulo*. L'objectif de la recherche était de déterminer si les deux journaux utilisaient, dans leur couverture médiatique, des mécanismes pour normaliser l'agenda anti-genre mené par Bolsonaro. Le corpus est composé de tous les reportages publiés sur les sites Internet des deux journaux entre 2008 et 2018 et qui concernent Jair Bolsonaro et la thématique du genre. La méthodologie adoptée est l'analyse du contenu, appliquée à un total de 215 entrées. Trois catégories ont été appliquées : 1) pluralité des sources et origine de l'agenda ; 2) interprétation du journal ; et 3) style / fonction phatique et exploration de la controverse. Les résultats trouvés montrent que les deux journaux ont laissé place aux stratégies de communication populiste de Bolsonaro. De plus, les journaux ont reproduit ses déclarations et attaques à caractère misogyne et homophobe sans en donner d'analyse, de contextualisation ou en contrebalançant par des points de vue nuancés sur les sujets abordés. En ce sens, l'ensemble de données montre que les deux journaux analysés ont contribué au processus de construction et de légitimation du programme bolsonariste de lutte contre l'égalité des sexes.

Mots-clés: Populisme, Genre, Journalisme, *Folha de S. Paulo*, *Estado de São Paulo*

