



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

HANRY DE LIMA VIEIRA

**ATO DE GOVERNO OU PROPAGANDA ELEITORAL? A TV BRASIL E OS
TENSIONAMENTOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM CONTEXTOS
ELEITORAIS**

Natal - RN
2025

HANRY DE LIMA VIEIRA

**ATO DE GOVERNO OU PROPAGANDA ELEITORAL? A TV BRASIL E OS
TENSIONAMENTOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM CONTEXTOS
ELEITORAIS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia como requisito para a obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia (PPgEM) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia.

Linha de Pesquisa: Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes

Natal - RN
2025

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -
CCHLA

Vieira, Hanry de Lima.

Ato de governo ou propaganda eleitoral? a TV Brasil e os
tensionamentos da comunicação pública em contextos eleitorais /
Hanry de Lima Vieira. - Natal, 2025.
171 f.: il. color.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande
do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa
de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. Natal, RN, 2025.

Orientação: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes.

1. Comunicação pública. 2. TV Brasil. 3. Propaganda
eleitoral. 4. Ato de governo. 5. Análise crítica do discurso. I.
Gomes, Marcelo Bolshaw. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 81'42

HANRY DE LIMA VIEIRA

**ATO DE GOVERNO OU PROPAGANDA ELEITORAL? A TV BRASIL E OS
TENSIONAMENTOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM CONTEXTOS
ELEITORAIS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia como requisito para a obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia (PPgEM) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia.

Linha de Pesquisa: Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes (Orientador)
Presidente – PPgEM/UFRN

Prof. Dr. Daniel Dantas Lemos
PPgEM/UFRN

Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp
PPgEM/UFRN

Prof. Dr. Joseylson Fagner dos Santos
Examinador Externo – UERN

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela vida, pela saúde e pela possibilidade de estar aqui. Sou grato pelas bênçãos cotidianas, pela tranquilidade de uma vida simples e pelo privilégio de poder estudar e trabalhar com aquilo em que acredito.

Aos meus pais, senhor Aguinaldo Vieira e senhora Lucimar Batista de Lima Vieira, agradeço por terem me incentivado desde cedo a seguir o caminho do estudo, do respeito à sociedade e da vivência de princípios cristãos. O exemplo de dignidade, honestidade e trabalho de vocês é o alicerce sobre o qual esta conquista se ergue.

À minha esposa, Elizabete Ranyela Moraes de Moura, e ao meu filho, Victor Rossi Moraes França da Silva, agradeço pelo apoio constante e pelo incentivo desde o início desta empreitada. Pela compreensão frente às exigências do mestrado, aos horários apertados e ao cansaço acumulado, pela paciência diante da minha ausência e pelo carinho diário que me deu forças para continuar. Este trabalho também é de vocês.

Ao meu amigo Joel Pereira da Rocha, um dos presentes que a universidade me proporcionou, exemplo de pai, de amigo, de trabalhador honesto, temente a Deus e querido por todos ao seu redor, deixo registrado meu profundo agradecimento pela amizade, pelo apoio e pela confiança ao longo destes anos. Muito obrigado por tudo, pois esta conquista também é sua.

Ao professor doutor Marcelo Bolshaw Gomes, meu orientador, agradeço por ter acreditado neste projeto desde o início, pelas sugestões e conselhos sempre oportunos e por ter me dado liberdade para escolher os caminhos a serem trilhados. Sua confiança, sua escuta e seu olhar generoso foram decisivos para que esta pesquisa encontrasse seu rumo.

Ao professor doutor Daniel Dantas Lemos, meu amigo e parceiro de caminhada acadêmica, que exerceu, na prática, o papel de coorientador *ad hoc*, agradeço pela participação em todo o texto, pelas discussões teóricas e pela disponibilidade constante. Sua presença ao longo do processo foi essencial para o desenvolvimento deste trabalho.

À professora doutora Valquíria Aparecida Passos Kneipp, que também acompanha esta pesquisa desde o início, agradeço pelos apontamentos precisos, pela leitura atenta e pela generosidade intelectual com que acolheu minhas dúvidas e limitações. Sua experiência como pesquisadora, sua firmeza teórica e seu cuidado com os detalhes foram fundamentais para o amadurecimento do trabalho e para que eu me sentisse mais seguro no percurso acadêmico.

Ao professor doutor Joseylson Fagner dos Santos, agradeço pelo carinho de uma amizade tão antiga quanto o tempo que tenho como servidor da UFRN e pela avaliação

cuidadosa e criteriosa nesta etapa final, tão sensível e importante. Sua presença na banca e suas contribuições foram motivo de alegria e orgulho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN) e a todos que o compõem, agradeço pelo ambiente de formação crítica e pelo acolhimento institucional, estendendo este reconhecimento aos docentes e ao corpo administrativo, na pessoa do professor doutor Juciano de Sousa Lacerda. Ao mestrando Emanuel Flôres de Lima, representante simbólico de todas e todos os ingressantes do mestrado e do doutorado do PPGEM em 2024.1, agradeço pela companhia, pelas conversas e pela sensação de pertencimento a um grupo disposto a pensar criticamente a comunicação e a sociedade.

Ao professor doutor Adriano Lopes Gomes, amigo muito querido e um dos poucos professores do Departamento a quem posso dirigir um agradecimento tão pessoal, registro minha sincera gratidão pelo apoio, pela preocupação e pelos conselhos que me incentivaram a não desistir da qualificação e a seguir no caminho da pesquisa. A bibliografia que me indicou foi um importante ponto de partida e não será esquecida. Muito obrigado.

Ao doutorando Danilo Silva de Meireles, agradeço pela forma única de se expressar, pelo cuidado e pela preocupação em cada comentário e apontamento, tanto no SOD II quanto nos contatos posteriores, e pelo incentivo constante para que eu levasse adiante esta pesquisa. Sua leitura generosa e, ao mesmo tempo, crítica contribuiu de maneira muito especial para o amadurecimento deste trabalho.

À comunicadora e docente mestra Vanessa Stephanie de Azevedo Arruda, agradeço por me acompanhar desde o início da jornada, realizando um trabalho importantíssimo de orientação, escuta e encaminhamento nos rumos que o texto poderia seguir. Sua presença atenta, suas sugestões e seu apoio foram fundamentais para que a pesquisa se consolidasse.

Aos professores doutor Rodrigo Almeida Ferreira e doutora Raimunda Aline Lucena Gomes, na chefia do DECOM, e às servidoras Maria Nicelia Fernandes de Souza e mestra Nicole Nahara Souza de Oliveira, agradeço pelo apoio que permitiu maior dedicação à pesquisa na fase final do mestrado. Estendo este agradecimento a todos os demais servidores do DECOM, pela parceria e pela convivência ao longo desses anos.

A todas as pessoas que, de algum modo, contribuíram para que este trabalho se tornasse possível, ainda que seus nomes não estejam aqui mencionados, registro meu muito obrigado. Cada gesto de incentivo, cada palavra de apoio e cada demonstração de confiança ajudaram a sustentar esta caminhada.

*O poder foi conquistado por uma forma nova de tecnopopulismo pós-ideológico, fundado não em ideias, mas em algoritmos disponibilizados pelos engenheiros do caos.
Giuliano da Empoli, Os engenheiros do caos*

RESUMO

A presente pesquisa busca compreender como o ex-presidente Jair Bolsonaro utilizou a TV Brasil na reunião com embaixadores em 18 de julho de 2022, a fim de problematizar os tensionamentos entre comunicação pública, ato de governo e propaganda eleitoral. O trabalho fundamenta-se na Análise Crítica do Discurso (ACD), conforme a perspectiva sociocognitiva de Teun A. van Dijk, associada ao estudo de caso como metodologia central. O *corpus* é composto pelas falas presidenciais transmitidas pela emissora pública. O referencial teórico articula legislação vigente e contribuições de autores da comunicação, da política e do direito, sustentando um olhar multidisciplinar. A investigação insere-se na linha de pesquisa “Estudos da Mídia e Práticas Sociais” do PPGEM/UFRN, que examina a comunicação midiática como espaço de articulação de práticas sociais e de disputas simbólicas na esfera pública. Ao analisar as falas do presidente, busca-se compreender como o discurso se entrelaça a processos de poder e representação, revelando a vulnerabilidade da TV Brasil à instrumentalização política em um cenário de radicalização, no qual a mídia estatal é convertida em arena estratégica de legitimação e contestação do sistema democrático.

Palavras-chave: Comunicação pública; TV Brasil; Propaganda eleitoral; Ato de governo; Análise Crítica do Discurso.

ABSTRACT

This research seeks to understand how former President Jair Bolsonaro used TV Brasil in his meeting with ambassadors on July 18, 2022, in order to problematize the tensions between public communication, government action, and electoral propaganda. The work is based on Critical Discourse Analysis (CDA), according to the sociocognitive perspective of Teun A. van Dijk, associated with the case study as a central methodology. The *corpus* consists of the presidential speeches broadcast by the public television station. The theoretical framework articulates current legislation and contributions from authors in communication, politics, and law, supporting a multidisciplinary perspective. The research falls within the "Media Studies and Social Practices" research line of the PPGEM/UFRN program, which examines media communication as a space for the articulation of social practices and symbolic disputes in the public sphere. By analyzing the president's speeches, the aim is to understand how discourse intertwines with processes of power and representation, revealing the vulnerability of TV Brasil to political instrumentalization in a scenario of radicalization, in which state media is converted into a strategic arena for legitimizing and contesting the democratic system.

Keywords: Public communication; TV Brasil; Electoral propaganda; Governmental action; Critical Discourse Analysis.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Modalidades de propaganda com base no referencial teórico	66
---	----

LISTA DE IMAGENS

Imagem 01: veículos e produtos da EBC	79
Imagem 02: mudanças estruturais na EBC entre 2016 e 2019	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Gastos do governo federal com publicidade entre 2008 e 2014	83
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Redução no orçamento da EBC	84
---	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. METODOLOGIA.....	15
1.1 Da análise crítica do discurso	18
1.1.1 Fundamentos teóricos da análise crítica do discurso (ACD).....	19
1.1.2 Ideologia, cognição e estratégias discursivas no discurso político.....	21
2. DO CONTEXTO POLÍTICO E ELEITORAL.....	27
2.1 Do mensalão à lava jato: a reconfiguração da política brasileira	31
2.2 A construção discursiva da imagem política de Jair Bolsonaro.....	36
2.3 Campanhas presidenciais entre 2018 e 2022: estratégias digitais, desinformação e disputas com o judiciário	38
3. COMUNICAÇÃO PÚBLICA	48
3.1 Comunicação pública: conceitos, fundamentos e disputas	49
3.2 A trajetória histórica da televisão pública no Brasil: origens, consolidação e disputas políticas.....	54
3.3 A mídia pública como instrumento democrático e campo de disputa simbólica	59
4. DA PROPAGANDA ELEITORAL	63
4.1 Propaganda política e eleitoral: perspectivas teóricas	63
4.2 Modalidades de propaganda política	67
4.2.1 Propaganda Institucional.....	67
4.2.2 Propaganda Eleitoral	69
5. DA TV BRASIL	75
5.1 A criação da EBC e da TV Brasil: promessas e desafios	75
5.2 O início do desmonte da EBC	80
5.3 A TV Brasil no governo Bolsonaro: usos políticos e tensionamentos	85
6. DO ATO DE GOVERNO NATUREZA, ORIGEM E CONTROLE	96
6.1 Ato de governo: origem e evolução histórica	96
6.2 Ato de governo como espécie de ato administrativo	98
6.3 Ato de governo x ato político	102
6.4 Fiscalização e controle jurisdicional	104
7. DA ANÁLISE.....	109
7.1 Das marcas do discurso.....	110
7.2 Do corpus e análise do discurso	113
7.3 Síntese dos resultados da análise.....	134
CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS	142
APÊNDICE	159

INTRODUÇÃO

O processo democrático brasileiro, desde a implementação do sistema eletrônico de votação em 1996, consolidou-se com avanços tecnológicos que visam garantir segurança, transparência e celeridade das eleições. Apesar disso, intensificou-se, nos últimos anos, um cenário de polarização política, radicalização discursiva e desconfiança nas instituições eleitorais, especialmente no Tribunal Superior Eleitoral (Abranches, 2019; Pinto, 2022). Trata-se de um ambiente conturbado, no qual a polarização de ideias se impõe como regra e o meio-termo torna-se quase inviável, diante da intensificação dos atritos entre os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário (Darmofal, 2019, *apud* Stärke, 2021). Se antes a rivalidade se estruturava em torno de PT e PSDB, a partir de 2018 ela passou a ser protagonizada pelo confronto entre Jair Bolsonaro e o PT, refletindo-se inclusive no mapa eleitoral do país (Bello, 2023). Tal fragilização da confiança pública foi agravada pela disseminação de desinformação nas redes sociais e, mais preocupantemente, pelo uso de canais públicos de comunicação como instrumentos de contestação da legitimidade do sistema eleitoral.

A apropriação da mídia pública aqui mencionada pode ser compreendida à luz da ideia de que, em democracias, a propaganda assume papel de instrumento de persuasão e construção de consensos (Chomsky, 2014), reforçando práticas de polarização que transformam a disputa eleitoral em antagonismo extremo, próximo ao “hooliganismo político” descrito por Abranches (2019)¹, marcado por agressões verbais e, em alguns casos, físicas, sobretudo nas redes sociais, quando o poder passa a ser percebido como uma ameaça existencial. Trata-se da negação da política como mediação, na qual o adversário se torna um inimigo a ser aniquilado. À luz da dinâmica apresentada, a reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores exemplifica esse desvirtuamento, ao converter a TV Brasil em veículo de difusão de narrativas políticas.

O episódio ocorrido em 18 de julho de 2022, no Palácio da Alvorada, marcou o momento em que o então presidente Jair Bolsonaro reuniu embaixadores estrangeiros para apresentar críticas ao sistema eletrônico de votação e ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE). O evento foi transmitido ao vivo pela TV Brasil, canal público de televisão, e amplamente repercutido na imprensa nacional e internacional. As declarações presidenciais, marcadas por alegações sobre fraude eleitoral, provocaram reação de partidos políticos e autoridades eleitorais, e se tornaram

¹ Abranches (2019) utiliza a expressão hooliganismo político para designar uma forma de partidarismo radicalizado, semelhante à lógica de torcidas organizadas, em que apoiadores passam a tratar o adversário como inimigo a ser destruído, com baixa disposição para o compromisso e para a mediação democrática.

posteriormente objeto de avaliação pelo Poder Judiciário, no âmbito de ação que apurou abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação².

O marketing político em ambiente digital alcançou sofisticação crescente, sobretudo nas redes sociais, onde ferramentas automatizadas (*bots*) simulam interações humanas e amplificam artificialmente debates públicos. Como observa Rodrigues (2023), o referido processo transforma silenciosamente a dinâmica democrática, impondo novos desafios às instituições.

De modo análogo, Empoli (2019) descreve tais práticas como uma “engenharia do caos”, sustentada na recusa à intermediação, na busca por engajamento imediato e na mobilização de emoções, especialmente o medo. O raciocínio exposto contribui para a fragmentação do espaço público e a intensificação da polarização, elementos que ajudam a analisar o porquê o Tribunal Superior Eleitoral enquadrrou o episódio como propaganda eleitoral, condenando Jair Bolsonaro por abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação.

A comunicação pública, entendida como o espaço de mediação entre Estado e sociedade, ocupa papel central nesse debate. Autores como Brandão (2003, 2006) e Duarte (2012) destacam que ela deve se orientar pelo interesse público, e não por interesses particulares ou de governos, funcionando como instrumento de fortalecimento da cidadania. No entanto, a linha que separa a comunicação pública da comunicação governamental ou da propaganda política nem sempre é tão objetiva, e essa ambiguidade se manifesta de modo evidente em períodos eleitorais.

É nesse ponto que a mídia pública ganha relevo, pois, embora seja concebida como um espaço destinado à pluralidade e à diversidade cultural, no Brasil ela convive com limitações estruturais que a tornam vulnerável à interferência estatal. Sua dependência financeira e política, somada ao controle sobre concessões e à hegemonia do setor privado no sistema de comunicação, compromete sua autonomia e reforça tensões entre democratização e instrumentalização (Magalhães, 2005; Amorim, 2023; Castilho, 2020). Ainda assim, de acordo com Vieira e Kischinhevsky (2025), Interozes (2009), Mendel (2011) e Dionízio (2022), sua existência é considerada uma característica essencial dos sistemas democráticos, representando um espaço potencial de fortalecimento da cidadania e de disputa simbólica contra a concentração midiática.

A propaganda eleitoral constitui modalidade específica da propaganda política voltada à captação de votos, distinguindo-se por seu papel estratégico no convencimento do eleitorado.

² BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Acórdão da AIJE nº 0600814-85.2022.6.00.0000. Brasília, DF, 2023.

Mais do que a divulgação de candidaturas, ela envolve práticas discursivas que buscam legitimar o processo democrático e, ao mesmo tempo, criar condições de disputa equilibrada entre os concorrentes (Versola, 2020; Gomes, 2019). Seu funcionamento é orientado por princípios como liberdade, igualdade, legalidade, veracidade e liberdade de expressão, considerados pilares da lisura do pleito (Rodrigues, 2023; Salgado, 2015; Andrade; Sá; Costa, 2024).

No campo normativo, a propaganda eleitoral não se restringe ao pedido explícito de votos, mas abrange práticas de comunicação que possam gerar vantagem indevida a candidatos. A Lei nº 12.891/2013, ao incluir o artigo 36-B na Lei das Eleições, vedou o uso de redes de radiodifusão para promoção política do chefe do Executivo ou ataques a partidos e instituições, classificando tais condutas como propaganda antecipada (Brasil, 2013). Essa ampliação mostra que a regulação busca preservar a igualdade de condições e evitar a instrumentalização de meios públicos em benefício particular.

A TV Brasil, veículo público sob gestão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), representa um caso emblemático para essa discussão. Criada pela Lei nº 11.652/2008, a emissora deveria priorizar conteúdos de interesse público, plurais e educativos. No entanto, diversos autores (Dionízio, 2022; Sena; Leal, 2021; Amorim, 2023) apontam que sua trajetória foi marcada por tensões entre autonomia editorial e pressões governamentais. No momento do evento discursivo analisado, o contexto institucional da TV Brasil já refletia um processo de fragilização de sua autonomia e crescente aproximação com a lógica governamental, o que reforça a pertinência de se examinar sua utilização no episódio de julho de 2022.

Outra chave conceitual que dialoga com este estudo é a noção de ato de governo. Na presente pesquisa, adota-se que ato de governo é a manifestação de vontade do Executivo orientada à condução política do Estado e à direção superior de políticas públicas, inserida na função administrativa e, por isso, submetida aos princípios constitucionais e à sindicabilidade judicial³ quando afetar direitos ou desbordar dos limites legais (Cretella Júnior, 1992; Santos Neto, 2003; Medauar, 2006; Meirelles, 2016).

Esse enquadramento é relevante porque a defesa do ex-presidente Jair Bolsonaro invoca o “ato de governo” para sustentar a insindicabilidade da conduta, sob o argumento de tratar-se

³ Sindicabilidade é a possibilidade de controle judicial de atos administrativos (legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade). Insindicabilidade = tese excepcional de que o mérito (conveniência/oportunidade) não é revisável — hoje mitigada, pois mesmo atos discricionários admitem controle de excessos e desvios, sem substituir a escolha administrativa. Síntese didática em: “Sindicabilidade dos Atos Administrativos: Controle Judicial e Limites Legais no Brasil”, Disponível em: <https://jurismenteaberta.com.br/sindicabilidade-dos-atos-administrativos-controle-judicial-e-limites-legais-nobrasil/>. Acesso em 7 nov. 2025

de comunicação institucional de evento oficial. Exemplos correntes de atos de governo incluem pronunciamentos oficiais que anunciam diretrizes, decisões de coordenação interministerial ou comunicações institucionais sobre execução de políticas; em todos esses casos, a natureza política não elimina os limites jurídicos nem o controle quando houver abuso ou desvio Medauar (2006) e Meirelles (2016). É nessa chave que o debate será mobilizado para confrontar a linha de defesa com os efeitos comunicacionais e simbólicos do evento analisado.

A questão-problema que orienta esta investigação decorre em analisar: quais tensionamentos e efeitos comunicacionais foram produzidos pelo uso da mídia pública pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, na reunião com embaixadores em 2022, considerando não apenas as normas constitucionais e legais que orientam a publicidade estatal, mas também os aportes conceituais e bibliográficos do campo da comunicação? A resposta a essa indagação permitirá uma reflexão crítica sobre a utilização dos bens públicos midiáticos em disputas eleitorais e sobre a proteção das instituições democráticas no Estado de Direito.

Diante desse cenário, parte-se da hipótese de que o uso da TV Brasil para transmitir a reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores articulou estratégias discursivas que promoveram sua imagem política, deslegitimaram o sistema eleitoral e ampliaram tensões entre publicidade institucional e propaganda eleitoral, extrapolando os limites conceituais e legais da comunicação estatal. Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar como o uso da mídia pública na transmissão da reunião tensionou não apenas os princípios constitucionais, mas também os conceitos pacificados do campo da comunicação, destacando as estratégias discursivas mobilizadas e os efeitos simbólicos e políticos do episódio no contexto eleitoral de 2022.

De modo articulado ao objetivo, a pesquisa busca de forma específica examinar as estratégias discursivas utilizadas por Jair Bolsonaro na reunião, identificando marcas ideológicas e mecanismos de polarização política com base na Análise Crítica do Discurso; investigar como o uso da TV Brasil tensiona as fronteiras entre publicidade institucional e propaganda eleitoral, à luz dos princípios constitucionais; e analisar os efeitos simbólicos e políticos da transmissão, considerando sua repercussão pública e impacto na percepção do processo eleitoral e das instituições democráticas.

Metodologicamente, o estudo adota a Análise Crítica do Discurso (ACD), especialmente em sua vertente sociocognitiva de Teun A. van Dijk (2000, 2013, 2015), articulada às contribuições de Fairclough (2001, 2003) e outros autores. Esse enquadramento teórico permite compreender as falas presidenciais não apenas como manifestação retórica, mas como prática

social inserida em um contexto político-eleitoral, com potencial de reforçar ideologias, legitimar narrativas e tensionar a ordem democrática.

Dessa forma, à luz dos conceitos apresentados, a presente pesquisa investiga o uso da comunicação pública no contexto eleitoral brasileiro, tomando como objeto de análise as falas do então presidente Jair Bolsonaro em reunião com embaixadores estrangeiros realizada em julho de 2022, transmitida pela TV Brasil. Nesse episódio emblemático, o chefe do Executivo utilizou recursos da mídia pública para questionar a legitimidade do sistema eletrônico de votação, em um momento de elevada tensão institucional e de disputa narrativa sobre a confiabilidade do processo democrático.

Assim, esta dissertação articula perspectivas jurídicas e comunicacionais, com o intuito de contribuir para a reflexão sobre os limites do uso da mídia pública em contextos eleitorais e sobre o papel da comunicação estatal na preservação da democracia e na garantia da igualdade de condições entre candidatos.

1. METODOLOGIA

O delineamento metodológico da pesquisa organiza-se em duas frentes: a caracterização do estudo e os procedimentos adotados. Tendo como objeto o uso da TV Brasil na transmissão da reunião do então presidente Jair Bolsonaro com embaixadores em 2022, parte-se da hipótese de que essa prática extrapolou a finalidade pública da comunicação estatal, tensionando os princípios constitucionais que regem a publicidade institucional. Assim, a metodologia busca verificar, por meio da Análise Crítica do Discurso e de referenciais jurídicos, de que modo estratégias discursivas e institucionais contribuíram para a promoção política e para a deslegitimação do sistema eleitoral.

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, por se dedicar à compreensão dos significados simbólicos e ideológicos presentes em um discurso político-midiático situado em contexto eleitoral. A investigação qualitativa é apropriada para estudos que não se baseiam em mensurações numéricas, mas sim na análise de valores, crenças, aspirações e motivações que orientam determinadas práticas discursivas e sociais (Minayo, 2014). Conforme destaca Triviños (1987), esse tipo de pesquisa requer uma fundamentação teórica consistente e o envolvimento contínuo do pesquisador ao longo do processo, pois os questionamentos mais relevantes costumam emergir à medida que o estudo se desenvolve. Dessa forma, a análise aqui proposta articula elementos comunicacionais, jurídicos e políticos a partir de uma perspectiva crítica, com o objetivo de interpretar, em profundidade, os efeitos simbólicos da transmissão da reunião presidencial pela TV Brasil.

A natureza qualitativa se relaciona com seu caráter exploratório, tendo em vista que o objeto de estudo, uso da mídia pública em contexto eleitoral, apresenta lacunas significativas na produção acadêmica. Como observa Gil (2002), pesquisas exploratórias buscam familiarizar o pesquisador com o problema, aprimorar ideias e possibilitar a formulação de hipóteses, adotando planejamento flexível e aberto à consideração de múltiplos aspectos do fenômeno estudado. Nesse contexto, a análise qualitativa envolve uma sequência de atividades metodológicas que envolvem a redução, categorização, interpretação e redação dos dados. É com base nesse processo interpretativo que serão examinadas as estratégias discursivas do então presidente Jair Bolsonaro, suas possíveis finalidades persuasivas e os tensionamentos legais decorrentes da veiculação do discurso em um canal público de comunicação.

Adicionalmente, a pesquisa apresenta caráter descritivo, pois busca representar de maneira sistemática e precisa os elementos comunicacionais e jurídicos que compõem o episódio analisado. Conforme Gil (2002), pesquisas descritivas se dedicam ao levantamento de

características de determinado grupo, prática ou evento, podendo também estabelecer relações entre variáveis e oferecer novas perspectivas sobre o problema. Nesse sentido, a descrição das estratégias discursivas e do contexto institucional da transmissão televisiva contribui para aprofundar a compreensão sobre os usos da comunicação pública e os limites impostos pelas normas eleitorais em períodos sensíveis como anos eleitorais. Essa articulação entre o descritivo e o exploratório favorece uma abordagem mais abrangente e crítica do fenômeno, respeitando a complexidade inerente à interseção entre mídia, direito e política.

No presente trabalho, a pesquisa bibliográfica sustenta tanto o aporte teórico quanto a construção crítica dos conceitos de comunicação pública, propaganda eleitoral, ato de governo e estratégias discursivas, além de fundamentar o diálogo entre os campos jurídico, comunicacional e político. Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, como livros, artigos científicos e documentos, e é especialmente relevante em estudos exploratórios que envolvem análise de discursos e ideologias. Nesse sentido, esse procedimento metodológico contribuiu para embasar a identificação das marcas discursivas presentes nas falas do evento analisado, ampliando a compreensão das estratégias retóricas utilizadas. Para garantir a confiabilidade da análise, foram cotejadas fontes diversas, buscando reduzir o risco de reprodução de dados inconsistentes ou interpretações enviesadas.

A pesquisa documental complementa a abordagem bibliográfica ao utilizar materiais que ainda não foram submetidos a um tratamento analítico prévio. Conforme Gil (2002), a principal distinção entre esses dois procedimentos reside na natureza das fontes: enquanto a pesquisa bibliográfica se baseia em obras consolidadas por diferentes autores, a pesquisa documental trabalha com registros brutos que podem ser reelaborados segundo os objetivos do estudo. Esse tipo de procedimento permite ao pesquisador examinar os dados em sua forma original, contribuindo para a construção de análises mais autônomas e contextualizadas.

Adota-se como estratégia metodológica o estudo de caso, por permitir uma análise aprofundada de um episódio específico e representativo: a reunião do então presidente Jair Bolsonaro com embaixadores estrangeiros, transmitida pela TV Brasil em 18 de julho de 2022. Essa abordagem possibilita compreender a complexidade do uso da comunicação estatal naquele evento, articulando dimensões discursivas, jurídicas, institucionais e simbólicas. De acordo com a literatura metodológica, o estudo de caso é especialmente apropriado quando se busca retratar a realidade em sua totalidade, focalizando um fenômeno como um todo e considerando a multiplicidade de suas dimensões (Lara; Molina, 2015). Essa opção reforça o compromisso analítico de tratar o episódio estudado como uma instância singular, situada historicamente e marcada por diferentes interpretações.

Tal estratégia permite que o pesquisador explore uma situação real cujos limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos. Essa característica o torna particularmente adequado para investigações que buscam descrever contextos, levantar hipóteses ou identificar fatores que influenciam determinado problema. Embora essa modalidade de pesquisa não vise à generalização, sua principal contribuição reside na construção de uma visão abrangente sobre o objeto, integrando as possíveis tensões interpretativas que o cercam (Gil, 2002).

O procedimento metodológico será conduzido a partir de três eixos complementares. Em um primeiro momento, serão examinados os conceitos que regem o uso da mídia pública, com destaque para a legislação referente à propaganda eleitoral, propaganda institucional e comunicação estatal, de modo a estabelecer os parâmetros normativos da análise. Em seguida, o discurso será contextualizado no cenário político-eleitoral brasileiro de 2022, reconhecendo os elementos de crise institucional e de disputa narrativa que moldaram a produção e a recepção das declarações. Por fim, será identificado o conceito de ato de governo e delimitados seus limites constitucionais e administrativos, a fim de consolidar o quadro teórico que servirá de base para a análise discursiva do episódio.

A análise proposta procura integrar distintos referenciais teóricos para a compreensão do episódio estudado. Todo esse arcabouço é situado no contexto político brasileiro de 2022, marcado por tensões institucionais e pela intensificação das estratégias de polarização, o que confere densidade à análise crítica das declarações e de seus efeitos simbólicos e políticos. A partir desse pano de fundo, a investigação mobiliza a concepção de comunicação pública e mídia pública como fundamentos que orientam o uso ético e democrático dos meios de comunicação estatais, tomando a TV Brasil como caso emblemático de disputa entre interesse público e apropriação governamental. Nesse horizonte, são também considerados os conceitos de propaganda institucional e propaganda eleitoral, cujas fronteiras se mostram tensionadas na transmissão da reunião presidencial. A reflexão se amplia com a incorporação do conceito de ato de governo, permitindo delimitar juridicamente os limites de atuação estatal no campo comunicacional.

O *corpus* da investigação corresponde às declarações do então presidente Jair Bolsonaro na reunião com embaixadores, tal como registradas no processo de denúncia formulado pela Procuradoria-Geral da República. A escolha desse material assegura a fidelidade às falas efetivamente proferidas e ao enquadramento jurídico-institucional do episódio, além de permitir examinar os tensionamentos comunicacionais que emergem do uso da mídia pública em contexto eleitoral. Esses tensionamentos se articulam às fronteiras entre publicidade estatal e propaganda política, evidenciando o caráter controverso da transmissão pela TV Brasil.

Na etapa seguinte, a análise prévia será orientada pelos conceitos discutidos no referencial teórico, a saber comunicação pública, mídia pública, propaganda eleitoral, propaganda institucional, TV Brasil e ato de governo, que servirão como balizas para a identificação das marcas discursivas. Essas marcas serão trabalhadas conforme os procedimentos indicados por Souza (2014), que compreendem a organização dos dados e o retorno ao *corpus* para evidenciar, segmentar e recortar os trechos relevantes, de modo a relacioná-los aos conceitos mobilizados. A partir desse tratamento, será construído o quadro analítico que dará suporte à aplicação da Análise Crítica do Discurso na fase final do estudo. Nesse momento, o discurso será situado no contexto político-eleitoral de 2022, permitindo uma interpretação crítica que articule as marcas identificadas às condições sociais de sua produção, circulação e recepção, culminando na elaboração das conclusões, da escrita interpretativa e dos resultados da investigação.

Delineados os procedimentos metodológicos, o próximo passo será adentrar os referenciais da Análise Crítica do Discurso. É nesse quadro teórico que se estabelecerão as bases para interpretar as marcas identificadas no *corpus*, articulando-as às práticas sociais, ideológicas e políticas que orientam o uso da mídia pública em contexto eleitoral.

1.1 Da análise crítica do discurso

Conforme delineado na Metodologia, esta seção apresenta a Análise Crítica do Discurso (ACD) como principal referencial teórico-metodológico para a leitura do evento discursivo analisado. Parte-se especialmente da vertente sociocognitiva de Teun A. van Dijk (2000, 2013, 2015), articulada às contribuições de Norman Fairclough (2001, 2003). A ACD é apresentada, aqui, como abordagem que permite relacionar a materialidade textual às práticas sociais e institucionais, evidenciando como o uso da linguagem participa da produção, legitimação ou contestação de relações de poder, especialmente em contextos eleitorais.

Na subseção 1.1.1 – Fundamentos teóricos da Análise Crítica do Discurso (ACD), são apresentados os principais aportes conceituais mobilizados pela pesquisa, com destaque para a noção de discurso como prática social, para o conceito de evento discursivo e para a articulação entre texto, prática discursiva e prática social proposta por Fairclough (2001, 2003), em diálogo com a perspectiva sociocognitiva de van Dijk (2000, 2013, 2015). Essa discussão situa a ACD no conjunto mais amplo de referências sobre comunicação pública, mídia pública, propaganda

eleitoral, TV Brasil e ato de governo, delineando o enquadramento analítico que orienta o estudo.

Já a subseção 1.1.2 – Ideologia, cognição e estratégias discursivas no discurso político, o foco é na relação entre ideologia, cognição e discurso político. O texto, com base em van Dijk (2000, 2013, 2015), explica que o discurso é o principal meio para expressar e persuadir outros com ideologias. Ele atua como uma prática social e política para moldar a percepção, influenciar o comportamento e disseminar crenças que favorecem um grupo político. O texto exemplifica essa teoria com o discurso do ex-presidente sobre o sistema eleitoral, analisando como ele usou a comunicação pública para deslegitimar instituições e criar uma narrativa de desconfiança, polarizando a sociedade. A análise do discurso, nesse contexto, revela como a linguagem é utilizada para exercer poder, manipular a opinião pública e reproduzir desigualdades.

1.1.1 Fundamentos teóricos da análise crítica do discurso (ACD)

Com base nas referências já citadas na introdução e nos capítulos a serem apresentados, notadamente as formulações de Abranches (2019), Thompson (1998), Chomsky (2014) e os elementos doutrinários sobre Comunicação Pública, Mídia Pública, Propaganda Eleitoral, TV Brasil e Ato de Governo, a pesquisa proposta encontra na ACD, especialmente na vertente sociocognitiva de van Dijk (2000, 2013, 2015), um referencial importante para compreensão de como os discursos institucionais se articulam à reprodução de ideologias e ao exercício simbólico do poder. A partir da integração desses aportes, busca-se examinar as falas do ex-presidente, no evento discursivo analisado, não apenas como manifestação retórica, mas como prática social com efeitos materiais e estruturantes sobre a percepção pública da legitimidade institucional, sobretudo em contextos eleitorais sensíveis e marcados por disputas narrativas.

Com essa base teórica, buscamos evidenciar os elementos ideológicos presentes e seus possíveis impactos na ordem democrática. A análise permitirá avaliar como o uso da comunicação pública pode reforçar narrativas políticas e quais são os limites éticos e jurídicos dessa prática no contexto institucional.

Embora esta pesquisa adote a vertente sociocognitiva desenvolvida por van Dijk (2000, 2013, 2015), é indispensável reconhecer a relevância das contribuições Fairclough (2001, 2003) para a ACD. O autor compreende o discurso como prática social, isto é, como forma de ação e representação que não se restringe ao uso individual da linguagem, mas que participa

ativamente da construção e da transformação das relações sociais. Sua proposta teórica destaca a dimensão política e ideológica do discurso, entendendo-o como elemento central na produção, legitimação e contestação de relações de poder.

As abordagens de Fairclough (2001, 2003) e van Dijk (2000, 2013, 2015) apresentam diversos pontos em comum, especialmente no que diz respeito à relação entre discurso, poder e ideologia. Embora cada autor tenha desenvolvido suas próprias perspectivas para a ACD, há convergência no objetivo de analisar como o discurso contribui para a reprodução e manutenção das desigualdades sociais, bem como no esforço de promover a transformação social (Pimenta; Magalhães, 2024).

Um dos principais aportes de Fairclough (2001) é a formulação da abordagem tridimensional, segundo a qual o discurso deve ser analisado a partir de três dimensões inter-relacionadas: o texto, a prática discursiva e a prática social. Essa perspectiva evidencia a natureza dialética do discurso, que ao mesmo tempo em que é moldado por estruturas sociais, normas, instituições e convenções, também atua sobre elas, podendo reforçá-las ou transformá-las (Fairclough, 2001).

O conceito de evento discursivo, apresentado por Fairclough (2001) define como toda manifestação de linguagem que deve ser compreendida simultaneamente como texto, prática discursiva e prática social. A partir desse entendimento, o autor enfatiza que tais eventos precisam ser analisados em sua dimensão social e institucional, não se limitando à materialidade textual. A prática social, nesse contexto, envolve as circunstâncias institucionais e organizacionais que moldam a natureza da prática discursiva e seus efeitos constitutivos e construtivos. Esse olhar possibilita examinar como cada evento discursivo produz efeitos em diferentes níveis – situacional, institucional e societário –, transcendendo o momento imediato da enunciação. Dessa forma, o discurso se configura como espaço em que se articulam estruturas sociais mais amplas e práticas locais, funcionando ao mesmo tempo como reflexo das condições históricas e como instância de transformação e disputa de sentidos (Fairclough, 2001).

Apesar da relevância do quadro analítico de Fairclough (2001), esta pesquisa opta por adotar como eixo central a perspectiva sociocognitiva de van Dijk (2000, 2013, 2015). Tal escolha se justifica pelo interesse em compreender os mecanismos cognitivos que mediam a produção, interpretação e circulação dos discursos, especialmente no que diz respeito à interiorização de ideologias que orientam a percepção e a ação dos indivíduos. O diálogo entre os autores, contudo, não é excludente: ao incorporar noções como a de evento discursivo, amplia-se a análise da reunião com os embaixadores como prática social situada, ao mesmo

tempo em que se examina como tais práticas se relacionam com processos cognitivos que possibilitam a naturalização de desigualdades e a legitimação de narrativas políticas no espaço público.

1.1.2 Ideologia, cognição e estratégias discursivas no discurso político

Para van Dijk (2000), o discurso é um dos modos utilizados para a expressão e a comunicação persuasiva de ideologias. Esse âmbito é entendido como uma prática social que permite a formulação de proposições ideológicas de maneira objetiva e direta, com a intenção de influenciar e persuadir outros, promovendo a disseminação de ideias e crenças de um grupo. Assim, o discurso funciona como meio para a reprodução ou transformação de ideologias dentro de contextos sociais e comunicativos. Como o autor afirma, “o discurso desempenha um papel proeminente como espaço preferencial para a formulação verbal explícita e a comunicação persuasiva de proposições ideológicas” (van Dijk, 1995, p. 17).

O autor entende que muitos estudos críticos realizados dão pouca atenção ao papel do discurso na reprodução da ideologia, descrevendo que as ideologias são em grande parte adquiridas, expressas e reproduzidas pelo discurso e que, portanto, uma abordagem analítica do discurso é crucial para compreender as formas como as ideologias emergem, se espalham e são usadas pelos grupos sociais. van Dijk (2013) conceitua que os discursos são práticas sociais, e é através dessas práticas que as ideologias são adquiridas, utilizadas e difundidas.

Dessa forma é possível entender que o discurso, além de ser uma prática social, também se configura como uma prática política, quando utilizado para propagar a ideologia de um determinado grupo político. Através de suas palavras, um líder pode moldar percepções, influenciar comportamentos e disseminar crenças que favorecem seu ponto de vista político, com o objetivo de fortalecer seu poder ou justificar suas decisões (van Dijk, 2013). O discurso, nesse contexto, se torna um meio estratégico para consolidar ideologias no cenário político, promovendo a adesão e apoio à visão do líder, do seu grupo político e da sua administração. Ao ser utilizado de forma persuasiva, o discurso político se faz importante à construção e manutenção de narrativas que reforçam a posição de poder e controlam a forma como a sociedade interpreta determinados eventos e políticas.

Sob a perspectiva apresentada, Pimenta e Magalhães (2024) ressaltam que o discurso ocupa posição central na construção e naturalização das relações de poder. Na linha de

pensamento de Fairclough (2001) o discurso é visto como prática social que atua de forma transformadora na disputa pela hegemonia, enquanto van Dijk (2000) enfatiza seu papel na interiorização de ideologias que moldam a percepção e a ação social.

O evento discursivo em estudo, portanto, deve ser examinado para verificar como ele expressa essas crenças ideológicas e como sua narrativa pode influenciar a percepção pública sobre o sistema eleitoral e as instituições democráticas. Devendo ser avaliado como um mecanismo de controle simbólico e ferramenta de manipulação, utilizado para influenciar a cognição dos indivíduos e o funcionamento das instituições, seja em contextos eleitorais ou políticos, criando narrativas que possam favorecer os interesses do seu grupo.

No caso das falas sobre o sistema eleitoral, de acordo com o TSE (2022), o ex-presidente utilizou sua fala para legitimar uma narrativa de desconfiança e contestação ao processo eleitoral. Ao fazer isso, ele buscou influenciar a opinião pública e fragilizar a confiança nas instituições democráticas. A utilização da mídia pública para veicular essas ideias fortaleceu ainda mais sua capacidade de manipulação simbólica.

Conforme van Dijk (2013), a análise do discurso ideológico, deverá ocorrer a relação das estruturas do discurso com as estruturas da sociedade. Assim, as estratégias de fala e texto deverão ser incorporadas na sua estrutura social, contextos políticos e culturais. Dessa forma, a contextualização sociopolítica do discurso do ex-presidente deve ser analisada dentro de um contexto histórico e político marcado por divisões políticas e polarização.

No ano de 2022, o Brasil atravessou um período eleitoral bastante tenso, com um ambiente de desconfiança nas instituições, principalmente o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Um fato que corrobora o clima de desconfiança poderia ser exemplificado pela apreciação no Congresso Nacional da PEC 135/2019, que institui o voto impresso nas urnas eletrônicas. Defendido veementemente pelo então presidente Jair Bolsonaro, se fundamentava nas dúvidas acerca da lisura do processo eleitoral. Naquela ocasião, a proposta de emenda constitucional foi rejeitada na Câmara dos Deputados em agosto de 2021.

Remetendo ao objeto de análise, o ato de Bolsonaro foi dirigido a embaixadores estrangeiros, um público internacional, no qual ele utilizou a TV Brasil para questionar a legitimidade do sistema eleitoral brasileiro (TSE, 2022). Esse discurso foi proferido em um momento resolutivo, quando a transparência e confiança nas eleições eram temas sensíveis.

Dessa forma, conforme destacado por Pimenta e Magalhães (2024), a relevância de analisar o evento em seu contexto social e histórico é consenso entre Fairclough (2001), que propõe considerar os contextos institucionais e as práticas sociais que condicionam a produção,

circulação e recepção dos enunciados e van Dijk (2015), que por sua vez, complementa ao enfatizar a dimensão sociocognitiva, segundo a qual modelos mentais e representações cognitivas influenciam tanto a produção quanto a interpretação do discurso. Dessa forma, ambos defendem uma análise que ultrapassa o nível textual e incorpore as condições sociais que o estruturam.

Portanto, a análise do contexto sociopolítico, se faz importante para entendimento das estratégias discursivas utilizadas, pois ele moldou tanto a forma como o discurso foi recebido quanto os seus efeitos. A Análise Crítica do Discurso (ACD) de van Dijk (2015), permite decompor como a estrutura do discurso e o contexto social em que ele foi produzido se interrelacionam para produzir uma narrativa ideológica de deslegitimação das instituições eleitorais.

Para o autor, a ACD é um tipo de investigação analítica discursiva que estuda principalmente o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representadas, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político. Objetivando compreender e até em alguns casos combater a desigualdade social (van Dijk, 2015).

Ele enfatiza a importância da interdisciplinaridade na ACD ao destacar que o discurso não pode ser analisado de forma eficaz sem a integração de diferentes áreas do conhecimento. Para tal, as práticas discursivas estão sempre relacionadas a questões sociais mais amplas, como as ideologias, os sistemas de crenças e as relações de poder, o que torna necessária a colaboração entre diferentes campos do saber para discutir as dinâmicas de dominação e resistência presentes no discurso (van Dijk, 2009, *apud* Pimenta; Magalhães, 2024).

A importância da interdisciplinaridade na ACD está diretamente relacionada ao seu enfoque na linguagem como prática social. Ao integrar diferentes disciplinas e considerar o contexto histórico e social do discurso, a ACD possibilita uma análise rica e complexa, capaz de explicar as relações de poder subjacentes e de propor caminhos para a transformação social (Pimenta; Magalhães, 2024).

A ACD não possui um único enquadre teórico, abordando como as estruturas discursivas reproduzem a dominação social, seja em conversações, ou outros gêneros e contextos. Conceitos como poder, dominação, hegemonia, ideologia, interesses e instituições são centrais nas investigações, que buscam refletir e questionar falas e discursos, como os do Presidente Jair Bolsonaro na reunião com os embaixadores, analisando como essas estruturas mantêm as relações de poder na sociedade (van Dijk, 2015).

Na análise do texto, a ACD pode ser utilizada como método para examinar as falas de Jair Bolsonaro, que visavam desacreditar as instituições eleitorais. Essas declarações tiveram impacto social e influenciaram o debate público, alimentando uma narrativa contrária à confiança nas instituições democráticas.

Segundo Oliveira (2023), a ACD investiga como as características do contexto, incluindo as práticas linguísticas de grupos poderosos, influenciam os grupos dominados. Esse poder, conforme formulado por van Dijk (2015, 2017), pode estar incorporado em leis, regras, normas, hábitos ou até em consensos coletivos, assumindo a forma de “hegemonia”.

Dessa forma, a ACD seria uma abordagem que investiga o discurso como processo de mediação simbólica, por meio do qual ideias e valores são articulados e disseminados. Segundo van Dijk (2015), essa metodologia examina como as falas não só refletem, mas constroem a realidade, moldando percepções e influenciando a opinião pública. No contexto político, como no discurso de Bolsonaro, a ACD poderá permitir a avaliação de como declarações podem legitimar ou deslegitimar instituições, promovendo a desconfiança e polarizando a sociedade. Através de estratégias discursivas, como a construção de narrativas dicotômicas, esses discursos reforçam divisões ideológicas e manipulam as percepções do público, criando uma separação entre “nós” e “eles”, entre aliados e inimigos.

A ACD vai além da descrição textual ao focar nas funções sociais e ideológicas do discurso, investigando seus significados implícitos e estratégias linguísticas. van Dijk (2013) destaca que o discurso serve para manipular e reforçar relações de poder, como é o caso das falas de Bolsonaro sobre as instituições democráticas. Ao examinar a polarização ideológica e as formas de legitimação e desinformação presentes no discurso, a ACD revela como o poder pode ser exercido através da construção de narrativas que influenciam processos políticos e sociais. Nesse sentido, a ACD é essencial para entender os impactos do discurso político e suas implicações na construção e contestação das estruturas de poder.

Para aprofundar essa análise, é necessário avaliar os conceitos de ideologia segundo van Dijk (2015). O autor destaca a necessidade de uma avaliação crítica da ideologia na Análise Crítica do Discurso (ACD), considerando sua estreita relação com o poder e o discurso enquanto instrumento de manutenção de hegemonias ou de promoção de resistências. A perspectiva sociocognitiva trata a ideologia como uma representação cognitiva coletiva, construída, compartilhada e reproduzida em contextos sociais diversos.

Ao explorar as representações mentais e a cognição social, van Dijk (2013) evidencia que as ideologias não se restringem aos modelos mentais⁴, mas se manifestam em práticas sociais concretas que legitimam estruturas de dominação e desigualdade. Dessa forma, a ideologia funciona também como um instrumento de manutenção ou questionamento das relações de poder. Nas falas de Bolsonaro, por exemplo, essas ideologias aparecem internalizadas e atuam na formação da percepção da realidade, influenciando diretamente como ele e seus seguidores interpretam e comunicam questões relacionadas às instituições democráticas. Como destacam Pimenta e Magalhães (2024), a partir das contribuições de van Dijk (1995, 2000, 2013, 2015), é possível analisar como o discurso político atua na reprodução ou contestação de visões ideológicas, especialmente em contextos eleitorais.

Na abordagem sociocognitiva de van Dijk (2013) às ideologias são concebidas como representações mentais partilhadas e perpetuadas pelos membros de um grupo social, estruturadas por esquemas que envolvem, dentre outras, identidade, valores, normas e objetivos. Esses esquemas normalmente apresentam polarização, atribuindo propriedades positivas ao grupo interno e negativas ao grupo externo. As ideologias influenciam atitudes compartilhadas sobre questões sociais e políticas relevantes ao grupo, moldando os modelos mentais individuais que, por sua vez, impactam as práticas sociais, como a produção e a compreensão do discurso. A ideologia, portanto, não se restringe aos modelos mentais, mas se manifesta em práticas sociais reais que legitimam ou contestam estruturas de poder e dominação.

Pimenta e Magalhães (2024) observam, em diálogo com van Dijk (2021), que a dimensão histórica acrescenta uma nova camada à análise discursiva, ao lado das dimensões sociopolítica, cognitiva e discursiva. Essa inclusão possibilita compreender de maneira mais ampla os processos de resistência e transformação social, revelando que o discurso carrega tanto as condições atuais quanto as marcas históricas das lutas passadas. Dessa forma, a dimensão histórica potencializa as outras dimensões e contribui para uma visão mais completa sobre como as práticas sociais participam da construção das relações de poder.

As autoras retratam que, ao incorporar a dimensão histórica à Análise Crítica do Discurso, é possível entender como as estruturas sociais e as ideologias evoluem ao longo do tempo, influenciadas por discursos de resistência. Por exemplo, a análise de discursos

⁴ Modelos mentais são representações pessoais e subjetivas de eventos/ações na memória episódica, que instanciam crenças socialmente partilhadas (conhecimento, atitudes, ideologias) no nível individual; por isso funcionam como interface entre cognição social e cognição pessoal e fundamentam a produção/compreensão do discurso (van Dijk, 2013).

antirracistas revela como os movimentos sociais têm desafiado, e continuam a desafiar, as normas estabelecidas e as ideologias dominantes, contribuindo para a transformação gradual das relações sociais. Nesse contexto, a história não é apenas um pano de fundo, mas uma dimensão ativa que molda as demais dimensões e é, ao mesmo tempo, influenciada por elas.

Assim, ao integrar a história como uma quarta dimensão analítica, van Dijk (2021) amplia a abrangência da ACD, permitindo uma análise que leva em consideração as dinâmicas históricas e seus impactos nas práticas sociais contemporâneas. Essa abordagem multidimensional é particularmente relevante para a análise de discursos de resistência, como o discurso antirracista, que, além de desafiar as estruturas de poder vigentes, busca promover uma nova realidade social baseada em princípios de igualdade e justiça social (Pimenta; Magalhães, 2024).

Sendo assim, na visão de van Dijk (2013) o discurso ideológico funciona como um meio de reproduzir essas ideologias, por meio de estratégias discursivas que reforçam ou minimizam a polarização, destacando as características positivas do seu grupo e suprimindo ou atenuando as do grupo oposto. Essa estratégia ideológica se manifesta em diversos níveis do discurso, como na escolha de tópicos, na coerência local, nas implicações e nas estruturas sintáticas. O discurso, então, não apenas reflete ideologias, mas também facilita a formação de atitudes e a aquisição de ideologias, que são reproduzidas ao longo do tempo por meio de diversas formas de comunicação, como texto, fala e outras expressões discursivas.

À luz da perspectiva apresentada, torna-se necessário situar o evento discursivo analisado no contexto político e eleitoral em que foi produzido e circulou. A própria abordagem sociocognitiva da Análise Crítica do Discurso, tal como formulada por van Dijk (2000, 2013, 2015), exige que as estratégias discursivas sejam analisadas em articulação com as condições históricas, institucionais e midiáticas que as tornam possíveis. Nesse sentido, o capítulo seguinte dedica-se em analisar o contexto político e eleitoral brasileiro recente, oferecendo o pano de fundo necessário para a análise crítica do evento discursivo objeto desta pesquisa.

2. DO CONTEXTO POLÍTICO E ELEITORAL

Este capítulo discute o contexto político e eleitoral que embasa a análise do objeto de pesquisa e oferece as bases necessárias para a aplicação da ACD. Em continuidade ao que foi delineado na metodologia e na seção sobre a ACD, parte-se da compreensão de que a interpretação das falas do então presidente Jair Bolsonaro depende da reconstrução das condições históricas, institucionais e comunicacionais em que ele foi produzido e veiculado, especialmente no que se refere ao uso da TV Brasil.

A inclusão do contexto político e eleitoral justifica-se pela necessidade metodológica de atender à primeira etapa da ACD, conforme delineada por van Dijk (2000, 2013, 2015), que enfatiza a necessidade da contextualização para análise das práticas discursivas. Nesse sentido, a investigação do ambiente político brasileiro permite identificar os fatores históricos, sociais e institucionais que condicionam a produção e circulação do conteúdo produzido. Trata-se, portanto, de situar o evento discursivo objeto da pesquisa, a reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores, transmitida pela TV Brasil, em um cenário mais amplo de transformações políticas, comunicacionais e eleitorais, de modo a evidenciar os elementos que influenciam tanto a construção das narrativas quanto sua recepção pela sociedade.

No interior deste capítulo, a seção 2.1. discute o percurso do Mensalão à Lava Jato: a reconfiguração da política brasileira, evidenciando como esses acontecimentos reconfiguraram a política brasileira e afetaram a confiança nas instituições. A seção 2.2 aborda a construção discursiva da imagem política de Jair Bolsonaro, destacando os elementos que contribuíram para sua ascensão no cenário nacional. Por fim, a seção 2.3 analisa as campanhas presidenciais entre 2018 e 2022, com ênfase em estratégias digitais, desinformação e conflitos com o Poder Judiciário. Esse percurso contextual abre caminho para, nos capítulos seguintes, aprofundar a discussão sobre comunicação pública, propaganda eleitoral, TV Brasil e ato de governo, em articulação com a abordagem teórico-metodológica já apresentada.

Nesse panorama, cabe observar que, no Brasil, as eleições são reguladas pela Justiça Eleitoral, à qual compete não apenas a organização, fiscalização e realização do pleito, mas também a análise das contas de partidos e candidatos. Como destaca Gomes (2019), essa atribuição abrange igualmente o controle da legislação eleitoral e o julgamento dos processos correlatos, incumbência que, em âmbito municipal e estadual, recai sobre os Juízes Eleitorais e os Tribunais Regionais Eleitorais e, em nível nacional, sobre o Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Em complemento, verifica-se que o sistema eleitoral brasileiro vem se tornando progressivamente mais complexo, sobretudo à medida que a internet adquire centralidade na cena política. Se anteriormente a televisão – durante décadas considerada a ferramenta mais poderosa das campanhas – e o rádio ocupavam posição de destaque, a eleição presidencial de 2018 consolidou o papel das mídias sociais. Inspirado no modelo norte-americano, o Brasil passou a vivenciar, a partir daquele momento, a utilização em larga escala da comunicação digital, o que configurou um marco desafiador para a história eleitoral do país (Rodrigues, 2023).

No Brasil, observa-se a presença de dois modelos de comunicação eleitoral. O primeiro corresponde ao Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), veiculado em rádio e televisão com alcance nacional, estruturado pela distribuição de tempo de acordo com critérios político-partidários e marcado pela padronização das mensagens. O segundo, mais recente, refere-se à propaganda digital, que inaugura uma lógica de desinstitucionalização, ou seja, de enfraquecimento do caráter público e institucional da propaganda eleitoral, à medida que parte relevante da disputa migra para plataformas privadas organizadas pela captura da atenção, pela datificação, pela moderação privada e pelo direcionamento segmentado de conteúdos. Com isso, a visibilidade das mensagens passa a ser desigualmente comprada, fragmentada e pouco escrutinável, o que produz efeitos diretos sobre a transparência, a igualdade de condições entre candidaturas e a qualidade da deliberação democrática. Em conjunto, esses formatos expressam o movimento de transição e de aprendizado quanto ao uso da mídia digital na esfera política (Alves; Tavares, 2023).

Nesse mesmo sentido, a nova configuração comunicacional das campanhas eleitorais não substitui o modelo institucional baseado no HGPE, mas o expande ao incorporar estratégias digitais que operam em outra lógica de circulação das mensagens. Ela se diferencia pela capacidade de difundir conteúdos personalizados a milhões de pessoas de maneira simultânea, segmentados territorialmente e reproduzidos em tempo real. Essa configuração possibilita medir previamente os níveis de adesão, projetando potenciais votos a partir das impressões registradas pelos receptores (Leal, 2021).

Entretanto, ao operar mediante filtros, essa lógica comunicacional restringe o contato com diferentes visões de mundo, configurando as chamadas bolhas informacionais, em que eleitores passam a receber, de forma reiterada, sobretudo conteúdos compatíveis com suas preferências e interações anteriores, com pouca exposição a perspectivas divergentes, o que pode impactar os resultados eleitorais de forma incerta (Leal, 2021).

O contexto político, marcado pela crescente sofisticação das estratégias de propaganda eleitoral, cada vez mais automatizadas e profissionalizadas, contrasta com a insuficiência do arcabouço jurídico para coibir manipulações. Essa discrepância contribui para uma democracia instável, na qual se dissemina a sensação de descontentamento coletivo. Conforme observa Abranches (2019), esse ambiente propicia o surgimento de um “hooliganismo político”, no qual a lógica eleitoral se aproxima da disputa entre torcidas organizadas, conduzindo o eleitorado a votar de maneira polarizada: não necessariamente a favor de um candidato, e sim contra determinado candidato.

Ao mesmo tempo, o marketing político em ambiente digital adquire um nível de sofisticação crescente, sobretudo nas redes sociais, onde programas automatizados (*bots*) assumem papel de atores políticos. Seja ao inflar métricas de popularidade, seja ao promover engajamento artificial em debates por meio de mensagens pré-fabricadas, esses mecanismos se apresentam como se fossem interlocutores humanos. Nesse quadro de aparente normalidade, a convivência cotidiana com o digital e com a inteligência artificial transforma silenciosamente o debate político e impõe novos desafios à democracia (Rodrigues, 2023).

Com a consolidação da internet e de outras tecnologias digitais, as formas de visibilidade midiática não apenas se ampliaram, como também adquiriram maior complexidade (Thompson, 2008). As particularidades desse ambiente permitiram que um número crescente de pessoas produzisse e difundisse conteúdo audiovisual na *web*, ao passo que as grandes corporações de mídia perderam o monopólio da informação. Como resultado, surgiram novas modalidades de intermediação midiática⁵, exigindo que o marketing político se adaptasse a essa configuração para gerir a visibilidade pública no espaço cibernético.

Atualmente, tal prática encontra-se plenamente consolidada nos países democráticos, cujo eixo de disputa se concentra nas eleições. Nesse contexto, os meios de comunicação, em razão de sua centralidade nas relações sociais (Thompson, 1998), assumem papel estratégico como principais ferramentas das campanhas, sobretudo na intermediação entre a mensagem política e o eleitorado.

O crescimento do uso da internet nas eleições brasileiras aproximou o cidadão da estrutura política do Estado, ampliando o acesso a informações de interesse coletivo e transformando-se em instrumento estratégico para campanhas de partidos e candidatos. Entretanto, muitas vezes, as notícias que circulam têm como finalidade apenas desmoralizar

⁵ Entre essas modalidades, destacam-se, por exemplo, os influenciadores digitais e figuras híbridas que atuam simultaneamente como políticos e influenciadores, inseridos em um novo sistema de reconhecimento e autoridade simbólica organizado em torno de plataformas digitais (Dunker, 2019).

adversários, comprometendo a formação livre da vontade popular. Nesse contexto, em razão da complexidade desse novo cenário comunicacional, torna-se essencial que o processo eleitoral brasileiro esteja sob a responsabilidade de um órgão superior capaz de assegurar a legalidade e a correta aplicação da lei, função que compete ao TSE (Rodrigues, 2023).

É inquestionável que a relação existente entre política, informação e participação da população no exercício da cidadania já existe há muito tempo, porém, com a evolução das sociedades essa relação ganha novas proporções. O avanço da internet foi o ponto crucial para que a participação na política se intensificasse; por meio dela, a informação passa a se propagar de forma mais rápida. O debate político passa a ser realizado pelas mídias sociais, as quais conseguem atingir o propósito de alcançar um maior número de pessoas. Desse modo, a internet tem sido o canal utilizado por candidatos e partidos políticos para realizar suas propagandas políticas e eleitorais (Machado; Rivera, 2017).

A expansão das mídias digitais obrigou o TSE a atualizar sua atuação diante das campanhas políticas, que passaram a ser cada vez mais realizadas em ambiente *on-line*. Como observa Machado (2018), a difusão das redes sociais não apenas alterou a forma de divulgação de propostas, mas também impactou a lógica da comunicação eleitoral em escala nacional e internacional.

A expansão das mídias digitais fez com que as campanhas políticas passassem a ser cada vez mais realizadas em ambiente *on-line*. Como observam Machado e Rivera (2017), a difusão das redes sociais não apenas alterou a forma de divulgação de propostas, como também impactou a lógica da comunicação eleitoral, ao reconfigurar a circulação de informações e a interação entre candidatos e eleitores. Esse ambiente, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de participação política, cria espaços de debate e agiliza a circulação de informações, também expõe limites relacionados à exclusão e ao letramento digital insuficiente, à difusão de discursos de ódio e ao uso de estratégias de propaganda baseadas em filtros e algoritmos, que podem aprofundar assimetrias na formação da vontade política (Machado; Rivera, 2017). Nesse cenário, o TSE passou a ser demandado a adaptar sua atuação, respondendo a essas transformações por meio da edição de normas específicas sobre a propaganda na internet.

Convém salientar que as campanhas eleitorais são disciplinadas pelo Código Eleitoral de 1965, o qual não traz normas específicas sobre o uso da internet no período eleitoral, devendo assim, tal matéria ser regulamentada pelo TSE, mediante resoluções. Dessa forma, era de responsabilidade do TSE a publicação de resoluções para regulamentar o pleito eleitoral, por ausência de previsão legal (Rodrigues, 2023).

Em 2008, o TSE editou sua primeira Resolução sobre o tema, a de nº 22.718, que tratava da propaganda eleitoral. No entanto, no que diz respeito à propaganda veiculada pela internet e pelas mídias sociais, a norma mostrou-se limitada, pois não especificou com clareza o que se enquadraria como propaganda eleitoral nesses meios, nem atribuiu responsabilidades objetivas aos candidatos em relação ao conteúdo publicado em sites (Brasil, 2008, s/p).

Na sequência, inicialmente restrita às páginas de partidos e candidatos, a propaganda eleitoral na internet foi expandida pela Lei nº 12.034/2009, que permitiu seu uso nas redes sociais. Assim, a prática ganhou relevância e consolidou-se como instrumento democrático de acesso à informação, em conformidade com o art. 5º, IV, da Constituição Federal de 1988, que garante a livre manifestação do pensamento, vedado o anonimato (Rodrigues, 2023; Brasil, 1988).

2.1 Do mensalão à lava jato: a reconfiguração da política brasileira

Entre 2002 e 2014, o cenário político brasileiro foi definido pela rivalidade entre petistas e antipetistas, protagonizada principalmente pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). A partir de 2018, contudo, esse protagonismo deixou de ser exercido pelos tucanos⁶ e passou a ser incorporado por Jair Bolsonaro, eleito presidente em 2018 pelo Partido Social Liberal (PSL) e, posteriormente, ao filiar-se ao Partido Liberal (PL) em 2021, transformou o partido no principal polo de oposição ao PT. Essa trajetória partidária contribui para que a polarização seja percebida menos como um embate entre siglas e mais como um confronto entre Bolsonaro e qualquer candidatura ou liderança identificada com o PT. Desse modo, a polarização política não apenas se manteve, como também se refletiu no mapa eleitoral: enquanto o PT consolidava sua força nas regiões Norte e Nordeste, Bolsonaro e seus aliados predominavam no Sul e no Sudeste (Bello, 2023).

Para compreender esse deslocamento e situar o contexto que envolve a reunião de Bolsonaro com embaixadores, objeto de análise neste trabalho, é necessário retomar o ano de 2005. Naquele momento, o escândalo do Mensalão, ocorrido no governo Lula e amplamente associado ao PT, imprimiu de forma duradoura na opinião pública a percepção de corrupção política. A partir desse marco, sucederam-se eventos decisivos, como as manifestações de 2013

⁶ No contexto desta dissertação, o termo tucanos refere-se aos integrantes do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), partido de centro fundado em 1988, cujo símbolo é um tucano. Em razão dessa identidade visual, seus filiados e lideranças passaram a ser popularmente conhecidos por esse apelido.

e a Operação Lava Jato, que intensificaram a rejeição popular à política institucional, particularmente em relação ao PT, resultando em um cenário de crise e descrédito que fundamenta a análise crítica do discurso realizada neste trabalho.

A notoriedade do escândalo do Mensalão remonta a maio de 2005, quando a revista *Veja* publicou um vídeo em que funcionários dos Correios apareciam negociando propina em nome de Roberto Jefferson, então presidente do PTB. Pouco depois, em depoimento ao Conselho de Ética da Câmara, Jefferson confirmou as denúncias feitas à *Veja* e ao jornal *Folha de S. Paulo*, acusando o Partido dos Trabalhadores, por intermédio de seu tesoureiro Delúbio Soares, de pagar uma “mesada” de R\$ 30 mil a parlamentares. Além disso, alegou que Lula tinha conhecimento do esquema. As declarações deram início à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) dos Correios⁷ e, mais tarde, à Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Mensalão, que envolveram nomes de destaque do governo e do partido, como José Dirceu e Sílvio Pereira. A ampla cobertura midiática manteve o caso em evidência durante quase uma década, até que o Supremo Tribunal Federal concluiu o julgamento em 2014 (Redação, 2006).

Apesar desse desgaste e da vinculação direta do PT ao escândalo, Lula conseguiu se reeleger em 2006 e, posteriormente, conduziu Dilma Rousseff à presidência em 2010. Isso evidencia que sua popularidade resistiu, ao menos em parte, ao impacto político do Mensalão (Terra, 2023).

O período entre 2011 e 2012 foi marcado por protestos políticos em diferentes cidades brasileiras, impulsionados pelas redes sociais e pautados por demandas como o fim dos supersalários, a extinção do foro privilegiado e a aplicação da Lei da Ficha Limpa. Essas mobilizações criaram um ambiente favorável para o surgimento das Jornadas de Junho de 2013 (Terra, 2023).

O período entre 2011 e 2012 foi marcado por protestos políticos em diferentes cidades brasileiras, com destaque para mobilizações em torno do aumento das tarifas de transporte público – como a “Revolta do Busão”⁸, em Natal, em 2012 –, articuladas por meio das redes sociais. Paralelamente, em 2012, ganharam visibilidade atos em São Paulo que passaram a pautar o fim dos “supersalários”, a extinção do foro privilegiado e a aplicação da Lei da Ficha

⁷ A Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) é uma comissão temporária do Congresso Nacional, composta por deputados e senadores para apurar fato determinado. A CPMI dos Correios foi instaurada em 2005 para investigar denúncias de corrupção na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Brasil, 2005)

⁸ De acordo com a pesquisa de Barros, Nicodemo e Dantas (2013), a chamada Revolta do Busão refere-se a uma série de protestos ocorridos em Natal/RN, em 2012, motivados pelo aumento da tarifa de ônibus e organizados por coletivos estudantis e movimentos sociais, com forte uso das redes sociais digitais para convocação e mobilização. Novaes (2019) retoma esse episódio como experiência precursora das mobilizações que se expandiram nacionalmente em 2013.

Limpa, repercutindo em outras capitais. Essas mobilizações criaram um ambiente favorável para o surgimento das Jornadas de Junho de 2013 (Barros; Nicodemo; Dantas, 2013; Novaes, 2019; Terra, 2023).

De acordo com Alonso (2017), as Jornadas de Junho marcaram o início de um ciclo complexo de protestos que se estenderia até 2016. O primeiro ato ocorreu em 6 de junho, em São Paulo, organizado pelo Movimento Passe Livre (MPL), com a reivindicação da tarifa zero. A dificuldade das autoridades em negociar com um movimento sem lideranças tradicionais produziu um impasse que, no dia 11, resultou na diversificação das pautas e na adesão de coletivos feministas, estudantis, negros, além de sindicatos e partidos menores de esquerda, como Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), Partido da Causa Operária (PCO) e Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Nesse contexto, novas temáticas, como o debate sobre o aborto e a onda inicial do “#vempraru”⁹, passaram a integrar a agenda, ampliando significativamente o escopo das manifestações (Alonso, 2017).

A segunda fase, conforme Alonso (2017), foi marcada pela repercussão midiática e pela circulação de imagens nas redes sociais. A repressão policial de 13 de junho, alvo de duras críticas, ampliou a indignação popular e levou os protestos a se espalharem por capitais de todo o país. Nesse momento, *hashtags* como “#mudabrazil”, “#changebrazil” e “#ogiganteacordou”¹⁰ ganharam força, enquanto artistas e intelectuais declararam apoio. Nos dias seguintes, as manifestações ganharam escala nacional: em meados de junho, atos em diversas cidades já reuniam centenas de milhares de pessoas, e, no dia 20, ocorreram as maiores mobilizações do período, com a liberação de trabalhadores e estudantes para participar dos protestos, a suspensão da programação da Rede Globo para cobertura ao vivo e registros de atos em 13 capitais, que somaram cerca de 1 milhão de participantes (Novaes, 2019). A partir daí, a popularidade de Dilma Rousseff sofreu queda significativa, e tanto Geraldo Alckmin quanto Fernando Haddad foram criticados pela falta de respostas às demandas (Alonso, 2017).

⁹ Conforme análise de Novaes (2019), a expressão *vem pra rua* ganhou projeção nacional ao ser utilizada em campanha publicitária da Fiat durante a Copa das Confederações de 2013 e foi rapidamente apropriada por grupos que convocavam manifestações nas redes sociais, especialmente no Facebook e no Twitter. A partir daí, o slogan passou a funcionar como palavra de ordem e hashtag (#vempraru), articulando convocatórias e dando visibilidade às mobilizações de junho de 2013.

¹⁰ Estudos sobre as Jornadas de Junho indicam que essas *hashtags* circularam principalmente nas redes sociais digitais, em especial no Twitter, vinculadas à convocação e à difusão dos protestos. Analisando cerca de 500 mil tweets associados ao #VemPraRua, Malini et al. (2014), classificam tags como #mudabrazil e #changeBrazil como expressões de caráter convocatório, frequentemente publicadas sem outro conteúdo textual, com o objetivo de chamar participantes e espalhar as manifestações nas timelines (Malini et al., 2014). Já #OGiganteAcordou aparece tanto em cartazes quanto em postagens no Facebook e no Twitter, funcionando como palavra de ordem que associa o “despertar” do país à entrada dos manifestantes nas ruas (Novaes, 2019).

Na terceira fase, novos atores sociais passaram a integrar os protestos. Alonso (2017) observa que pessoas sem histórico de militância – famílias, jovens e idosos – foram convocadas pelas redes sociais e pela mídia, somando-se aos movimentos tradicionais. Esse grupo, identificado pela autora como “patriotas”, utilizou bandeiras, cores verde e amarela, trechos do hino e slogans como “o gigante acordou”¹¹. Foi também nesse momento que surgiram as primeiras manifestações explícitas de antipetismo, expressas nos gritos de “Fora Dilma” e na associação do PT ao Mensalão. Esse quadro heterogêneo inaugurou um novo momento da política de rua no Brasil, capaz de enfraquecer partidos tradicionais e abrir espaço para novas forças políticas (Alonso, 2017).

Um aspecto destacado por Terra (2023) é a mudança no comportamento dos usuários das redes sociais durante os protestos. Se antes essas plataformas eram usadas sobretudo para interações pessoais e registros do cotidiano, passaram a ser percebidas como espaços de engajamento e de busca por informações políticas, convertendo-se em instrumentos centrais para acompanhar os acontecimentos.

Desse modo, 2013 tornou-se um marco para a política brasileira. As manifestações reuniram tanto movimentos sociais tradicionais quanto novos grupos, sobretudo da classe média, sinalizando um redirecionamento das práticas de participação política (Terra, 2023). Assim como dizem Moura e Corbellini, (2019, p. 43):

As manifestações de 2013 deixaram dois saldos residuais decisivos: a retomada do hábito de ir às ruas e a descoberta das redes sociais, muito especialmente o WhatsApp (ainda iniciante no Brasil), como imensa plataforma de comunicação e teia de organização social rápida, eficiente, autônoma, e com alto grau de imunidade em relação aos veículos da política tradicional. Esse ambiente seria dominado por uma base social de classe média, nacionalista, de perfil político conservador, antipetista, e seria, alguns anos mais tarde, um polo de suporte ativo à campanha de Jair Bolsonaro.

No ano de 2014, a Polícia Federal (PF) iniciou uma operação voltada a crimes de lavagem de dinheiro, que levou à prisão do ex-diretor da Petrobras e ficou conhecida como Operação Lava Jato. Embora os primeiros movimentos tenham tido pouca repercussão, rapidamente ganharam centralidade na mídia, em especial no jornal *O Estado de S. Paulo*, que passou a divulgar suspeitas sobre a estatal, incluindo o pagamento de propinas e a controversa

¹¹ Novaes (2019) mostra que o enunciado “#ogiganteacordou”, presente em cartazes e postagens durante as manifestações de junho de 2013, dialoga diretamente com a campanha publicitária, do uísque Johnny Walker, veiculada em 2011. No comercial, um gigante formado pela paisagem do Rio de Janeiro se levanta ao som de um apelo para que o Brasil “continue andando” retomando imagens do hino nacional (“gigante pela própria natureza”, “deitado eternamente em berço esplêndido”). Nas manifestações, a hashtag muda esse imaginário: o “gigante” que acorda deixa de ser apenas metáfora do crescimento econômico e passa a representar o povo que vai às ruas contra o sistema político (Novaes, 2019).

compra da refinaria de Pasadena, autorizada por Dilma Rousseff quando estava à frente da Casa Civil. Somada a esse quadro, a crise econômica intensificava os reflexos políticos dos escândalos (Terra, 2023).

Posteriormente, as fases seguintes da Lava Jato passaram a ocupar espaço constante no noticiário e foram acompanhadas pelas investigações da CPMI da Petrobras, agravando ainda mais o desgaste do governo. Como se tratava de um ano eleitoral, os desdobramentos influenciaram diretamente o cenário político: Dilma buscava a reeleição em meio a denúncias e crises, enquanto Aécio Neves, candidato do PSDB, explorava o episódio em sua campanha. Desse modo, instalou-se um período de instabilidade no qual o Judiciário passou a exercer um protagonismo sem precedentes na política nacional (Terra, 2023).

A crise política que se intensificou em 2014 foi interpretada como um terreno fértil para o surgimento de um agente capaz de “limpar” os problemas da República, ideia discutida por Lynch e Cassimiro (2022) e apresentada por Terra (2023). Nesse cenário, a Operação Lava Jato ganhou centralidade, projetando figuras como Deltan Dallagnol e Sérgio Moro. Mais do que um processo judicial direcionado ao combate à corrupção, a operação passou a ser entendida como um marco de protagonismo político, apoiada e legitimada pelo STF.

Conforme analisam Lopes, Albuquerque e Bezerra (2020), a ampla cobertura jornalística dedicada à Lava Jato, bem como a ênfase dada às suas lideranças, moldaram de forma significativa a percepção social¹². A população passou a acompanhar cada desdobramento e a acreditar que a Justiça detinha os meios para redimir o país da corrupção. Assim, formou-se uma narrativa em que o Judiciário deixou de ser mero árbitro e passou a atuar como protagonista da vida política nacional.

O processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016, marcou uma mudança na dinâmica política nacional. Michel Temer assumiu a presidência, mas não se colocou como alternativa eleitoral. Para Moura e Corbellini (2019), a crise não enfraqueceu apenas o PT, mas também o PSDB, especialmente devido à atuação de Aécio Neves, que apoiou Temer e foi implicado em denúncias de corrupção. O resultado foi o desgaste de ambos os partidos, a perda de legitimidade do sistema político e o fortalecimento do chamado “partido Lava Jato”.

¹² A partir da Análise Crítica do Discurso, van Dijk (2017) argumenta que a cobertura da mídia hegemônica, em especial do Grupo Globo, não apenas relatou a Operação Lava Jato e o processo de impeachment de Dilma Rousseff, mas contribuiu, por meio de enquadramentos reiterados que associavam seletivamente o Partido dos Trabalhadores, Lula e Dilma à corrupção e à crise econômica, para legitimar a ideia de que o afastamento da presidenta expressaria a “vontade do povo”. Para o autor, essa construção discursiva reforçou simultaneamente o desgaste do PT e o protagonismo político do Judiciário no período pós-2014 (van Dijk, 2017).

2.2 A construção discursiva da imagem política de Jair Bolsonaro

O enfraquecimento das forças hegemônicas tradicionais abriu caminho para um novo capítulo. O processo de *impeachment* de Dilma Rousseff e o enfraquecimento do PSDB agravaram a crise de representação política no Brasil. Nesse cenário de descrédito institucional, a Operação Lava Jato intensificou o sentimento antipetista e corroeu a confiança em partidos tradicionais. Como observa Terra (2023), esse ambiente abriu espaço para o surgimento de uma nova liderança capaz de canalizar a insatisfação popular. Foi nesse contexto que Jair Bolsonaro se apresentou como alternativa, oferecendo uma narrativa que encontrou ressonância em um eleitorado desiludido. A partir desse ponto, passamos a examinar o emissor das declarações no evento discursivo analisado: o ex-presidente Jair Bolsonaro.

Para alcançar a população, Bolsonaro contou com um processo inesperado: seu estilo contraditório o levou a ser alvo de programas como o *CQC da Band* e o *Supertop da RedeTV*. Suas declarações diretas rapidamente extrapolaram os limites da televisão e se tornaram memes, ampliando gradualmente sua visibilidade entre usuários das redes sociais, em especial pelo whatsapp (Schargel; Nicolau, 2020).

O processo de popularização do ex-presidente encontrou um ponto de virada em 2017, quando seus primeiros apoiadores passaram a chamá-lo de “mito”, rótulo que remontava às respostas dadas em suas aparições no CQC (2011). A alcunha deu origem ao “Bolsomito”, expressão que se consolidou em memes digitais com imagens estilizadas, como óculos pixelados e a trilha *“Turn Down for What”*, além de recortes de entrevistas transformados em vídeos virais no YouTube (Terra, 2023).

A análise feita por Terra (2023) destaca a biografia escrita por Flávio Bolsonaro em 2017¹³ como peça relevante na construção da imagem política de Jair Bolsonaro. A obra apresenta o ex-presidente como um homem simples, patriota e religioso, recorrendo a uma linguagem acessível e a símbolos capazes de conectá-lo a diferentes segmentos sociais, em especial ao público evangélico e aos defensores de pautas morais.

Ainda conforme a autora, o eleitorado a ser conquistado já estava claramente identificado: os manifestantes de 2013 contrários ao PT, aqueles que perderam a confiança nas instituições, os patriotas, os cristãos e os defensores de pautas morais. Flávio afirmou que decidiu escrever o livro ao se comover com os ataques sofridos pelo pai, buscando explicar o

¹³ Trata-se do livro BOLSONARO, Flávio. **Jair Messias Bolsonaro – Mito ou verdade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Altadena Editora, 2017, biografia de tom elogioso escrita pelo filho do então deputado, publicada em formato de livro impresso, distinta de perfis e relatos biográficos divulgados em meios jornalísticos e digitais.

lema “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” e construir uma identidade política favorável para Jair Bolsonaro, orientada à produção de uma reputação positiva perante esses segmentos do eleitorado e à futura disputa eleitoral. Dessa forma, a obra reforçou sua imagem de herói popular e antecipou o discurso que marcaria a campanha de 2018.

Segundo sua análise, a biografia escrita por Flávio Bolsonaro apresenta a experiência militar de Jair Bolsonaro como um elo direto com sua futura atuação política. A obra descreve momentos de superação e bravura, como o episódio em que teria salvado um colega de afogamento, transformando-os em símbolos de liderança e espírito de corpo. Assim, a carreira no Exército é interpretada como o primeiro passo de uma trajetória marcada pela coragem e pela disciplina, elementos que seriam retomados mais tarde em sua vida pública (Terra, 2023).

No relato de Flávio Bolsonaro, os conflitos de seu pai com o Exército teriam origem na insatisfação com os baixos salários da categoria. A primeira aparição na revista *Veja*, em 1986, foi interpretada como ato de coragem, mesmo contrariando normas militares, pois daria voz à tropa. Já no ano seguinte, a acusação de planejar atentados com bombas intensificou a crise, mas o livro sustenta que se tratava de distorções e perseguições contra uma liderança incômoda. Essa narrativa de injustiça, apoiada em perícias e no julgamento pelo Supremo Tribunal Militar (STM), reforça a imagem de Bolsonaro como alguém disposto a enfrentar riscos em nome de seus ideais. Por fim, o acúmulo de pressões e punições é descrito como decisivo para que buscasse uma licença e ingressasse na política, elegendo-se vereador em 1988 (Terra, 2023).

Shalders (2017) destaca que Jair Bolsonaro estruturou sua persona política sobre um discurso reacionário, sustentado tanto pela exaltação da ditadura de 1964 quanto pela retórica de combate a uma suposta ameaça comunista, associada sobretudo ao Partido dos Trabalhadores. A partir de 2014, observa o autor, seu discurso parlamentar, antes limitado a pautas militares, passou a abranger questões morais, como a defesa da família, o combate à ideologia de gênero, a redução da maioria penal e a defesa do programa Escola Sem Partido.

Já Terra (2023) ressalta que a biografia escrita por Flávio Bolsonaro se insere em um contexto de descrença institucional e de desgaste provocado por sucessivos escândalos de corrupção. Nessa narrativa, Bolsonaro surge como o líder capaz de enfrentar o sistema e redimir o país, conectando sua imagem à de um salvador. Tal construção também se refletia em sua postura nas eleições, quando passou a questionar, desde 1988, a confiabilidade do processo eleitoral, primeiro em relação à contagem manual e, mais tarde, às urnas eletrônicas, defendendo reiteradamente a adoção do voto impresso como garantia de auditoria.

Apesar disto, destaca-se que o primeiro questionamento efetivo sobre a confiabilidade das urnas ocorreu em 2014, quando Aécio Neves (PSDB) foi derrotado por Dilma Rousseff.

Mais tarde, em 2018, Bolsonaro retomou e intensificou esse discurso, que rapidamente ganhou adesão entre seus apoiadores. Nesse cenário, a deputada federal Bia Kicis, então integrante do PSL, propôs a PEC 135/2019 para implantar o voto impresso¹⁴, mas a medida acabou rejeitada pela Câmara. Dessa forma, a narrativa inicialmente restrita às declarações de Bolsonaro passou a ser compartilhada por aliados e ganhou projeção no debate público.

2.3 Campanhas presidenciais entre 2018 e 2022: estratégias digitais, desinformação e disputas com o judiciário

Retomando o percurso delineado anteriormente, observa-se que episódios como o Mensalão, os protestos de 2013, a Operação Lava Jato e o *impeachment* de Dilma Rousseff contribuíram para intensificar a desconfiança da sociedade em relação às instituições e aos partidos políticos. Esse movimento ocorreu paralelamente à consolidação das redes sociais como espaço privilegiado de circulação de informações, de debate público e de mobilização política.

À luz desse cenário, Bolsonaro estruturou sua campanha presidencial de 2018 explorando majoritariamente os meios digitais como ferramenta de comunicação direta com a população, dispensando em grande parte o espaço da mídia tradicional. Neste item, serão analisados o *marketing* político empregado em 2018, as transformações observadas em 2022 e as formas de fiscalização adotadas pelas instituições eleitorais diante da utilização intensiva dessas plataformas.

Nas eleições presidenciais de 2018, o cenário foi marcado pela ausência de Lula, que teve sua candidatura rejeitada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em decisão majoritária (6 a 1). Como já apontado pela literatura, a decisão decorreu da aplicação da Lei da Ficha Limpa, de 2010, que modificou a legislação eleitoral e ampliou as hipóteses de inelegibilidade no país. Essa norma estabelece que uma condenação em instância colegiada já é suficiente para impedir a candidatura, mesmo sem o esgotamento de todos os recursos judiciais. A partir dessa

¹⁴ Sobre a escalada de desconfiança em relação às urnas eletrônicas e a pressão pela adoção do voto impresso, Eugênio (2023) analisa as reiteradas acusações de fraude feitas por Bolsonaro, as ameaças associadas à não realização das eleições de 2022 sem o voto impresso e a utilização de símbolos militares como parte de um padrão de comportamento autoritário voltado a minar a legitimidade do processo eleitoral (Eugênio, 2023). Em sentido convergente, manifestações registradas no Senado Federal, em 10 de agosto de 2021, apontam o desfile de blindados da Marinha na Esplanada dos Ministérios, no dia da deliberação da PEC do voto impresso, como tentativa de intimidação do Parlamento e como ameaça à democracia (Brasil, 2021a; Brasil, 2021b). A leitura desse episódio como um dos elementos de uma sequência de ações voltadas a desacreditar o sistema eleitoral é reforçada pelo relatório final da CPMI do 8 de Janeiro, que descreve um conjunto articulado de iniciativas destinadas a viabilizar um golpe de Estado (Brasil, 2023).

determinação, Lula ficou fora da disputa, retirando do Partido dos Trabalhadores seu principal representante no pleito (Rodrigues, 2023).

No mesmo pleito, verificou-se a intensificação da circulação de notícias falsas, elemento central no embate entre os dois principais concorrentes. Conforme observa Rodrigues (2023), as *fake news* se tornaram um dos instrumentos mais recorrentes de ataque, difundidas sobretudo pelas mídias digitais e redes sociais. A polarização política e o agravamento da crise econômica acentuaram esse quadro, conferindo às eleições de 2018 o caráter de uma das disputas mais conturbadas da história política recente do país.

O pleito de 2018 também foi singularizado por um episódio sem precedentes: a tentativa de homicídio contra um candidato à Presidência da República, que o impossibilitou de realizar atividades presenciais de campanha, como debates e atos públicos. A internet tornou-se, assim, o principal espaço de mobilização, permitindo contato direto e constante com os eleitores. Por meio das mídias sociais, a campanha alcançou uma capilaridade inédita, rompendo com o modelo predominante das eleições anteriores, baseado em comícios, programas de rádio e televisão e materiais impressos (Rodrigues, 2023).

Diante dessa conjuntura, o marketing político da candidatura de Jair Bolsonaro diferenciou-se das estratégias usuais, geralmente centradas em estruturas robustas e no trabalho de profissionais especializados. É pertinente destacar que, neste tópico, não se pretende aprofundar os conceitos teóricos de marketing político, uma vez que o tema será desenvolvido adiante. A atenção volta-se, neste momento, às práticas concretas implementadas em 2018, as quais serão examinadas a partir dos aportes teóricos dos autores que fundamentam esta etapa da análise.

Naquele ano, a campanha de Jair Bolsonaro foi organizada de forma descentralizada e com baixo custo declarado, em torno de R\$ 2,8 milhões. A condução esteve, em grande medida, a cargo de seus filhos, sem a participação de marqueteiros e estrategistas profissionais. Como observa Terra (2023, p. 76), consolidou-se um modelo de “*marketing família*”, no qual integrantes do núcleo próximo do candidato, como Eduardo, Flávio, Carlos e até sua esposa, Michelle Bolsonaro, assumiram funções estratégicas que iam da definição de rumos ao controle do acesso ao presidencialismo.

No âmbito da comunicação política, é possível observar que a dinâmica eleitoral passou a se desenvolver em uma lógica temporal distinta. Para Brusadin e Graziano (2020), não se pode mais falar em um período eleitoral restrito, pois o processo exige presença constante. As lideranças políticas do século XXI, segundo os autores, precisam construir narrativas permanentes nas redes sociais, dialogando diariamente com a sociedade de forma clara e

transparente. Essa tendência ficou evidente em 2018, quando os candidatos que mantiveram canais ativos de interação contínua foram justamente os que alcançaram êxito eleitoral.

Inspirados em referências como Olavo de Carvalho e Steve Bannon, aliado de Donald Trump, os filhos de Jair Bolsonaro converteram o espaço digital em principal arena de mobilização política. As redes sociais, em especial o *WhatsApp*, foram exploradas intensamente, reproduzindo táticas de comunicação direta e disseminação de conteúdos de forte apelo simbólico (Pires, 2020). Nesse mesmo sentido, observa Terra (2023) que a estratégia de Trump, baseada no uso massivo das plataformas digitais e na difusão de desinformação, serviu de inspiração para a adaptação brasileira. Essa estrutura improvisada e personalista, ainda que permeada por disputas internas, rompeu com o padrão convencional das campanhas presidenciais desde a redemocratização, substituindo o *marketing* profissional e os grandes investimentos midiáticos por uma comunicação descentralizada, sustentada pelo vínculo direto com a base de apoiadores.

Historicamente, três fatores foram determinantes para o êxito em campanhas presidenciais: vultosos recursos financeiros, tempo de exposição no rádio e na televisão e rede de alianças estaduais. Bolsonaro, entretanto, não reunia nenhuma dessas condições. Nicolau (2020) observa que sua candidatura dispunha de apenas oito segundos no horário eleitoral gratuito, frente a mais de cinco minutos de Alckmin, além de somente 11 inserções de propaganda, número reduzido em comparação a seus adversários. Tal desvantagem foi superada pelo uso estratégico das redes sociais, que se consolidou como eixo central do denominado “*marketing* família”.

Nesse período, novos atores passaram a explorar as redes digitais como instrumentos de engajamento político, movimento rapidamente interpretado e incorporado pela família Bolsonaro. Ao adaptar ao contexto brasileiro estratégias já testadas por Donald Trump¹⁵, a candidatura promoveu a imagem do patriarca e fortaleceu sua base de apoiadores. Nesse cenário, Nicolau (2020) destaca que o *WhatsApp* desempenhou papel central, tanto pela capacidade de alcançar grandes públicos em curto espaço de tempo quanto pela inexistência, naquele momento, de regras específicas que regulassem seu uso em campanhas eleitorais. O envio massivo de mensagens favoreceu a propagação de conteúdos entre os apoiadores, até que alterações posteriores na legislação eleitoral buscaram limitar essa prática.

¹⁵ Terra (2023) aponta que a família Bolsonaro se inspirou em referências como Steve Bannon, estrategista de Donald Trump, ao adotar o uso intensivo de plataformas digitais, a comunicação direta sem mediação da imprensa tradicional e a circulação de conteúdos de forte apelo emocional e desinformação, adaptando essas práticas ao contexto político brasileiro.

Embora tenham ampliado o acesso à informação e favorecido novos espaços de debate e conexão social, as redes também se revelaram terreno fértil para a disseminação de notícias falsas. Esse potencial foi explorado por diversos atores políticos, sendo Donald Trump identificado como um dos primeiros a adotar tal mecanismo como estratégia de campanha, ainda antes de sua eleição à presidência dos Estados Unidos (Terra, 2023).

A dinâmica comunicacional das eleições atuais revela o crescimento de estratégias baseadas na desinformação, na automação de mensagens por robôs e no uso de algoritmos para direcionar conteúdos a segmentos específicos do eleitorado. Diante desse quadro, torna-se necessário pensar alternativas que contenham os efeitos nocivos dessas práticas, sem que se coloque em risco a liberdade de expressão, condição indispensável para o diálogo público e a consolidação da democracia (Carvalho; Costa, 2023).

O termo *fake news*, amplamente disseminado pela mídia, demanda, contudo, uma análise conceitual mais cuidadosa, pois sua utilização não é considerada a mais adequada no campo científico. Como observam Gomes e Dourado (2019), a expressão passou a ser usada de forma genérica para designar diferentes práticas comunicacionais baseadas na circulação de informações falsas e, ao mesmo tempo, vem sendo mobilizada em disputas políticas como rótulo para desqualificar reportagens jornalísticas e colocar em dúvida a credibilidade da imprensa, o que reduz sua precisão analítica. Por isso, parte da literatura prefere trabalhar com noções como desinformação ou notícias fraudulentas, que ressaltam o caráter intencional e estratégico desses conteúdos (Gomes; Dourado, 2019).

Embora a tradução literal seja “notícia falsa”, a expressão não abarca todas as dimensões do fenômeno. Nesse sentido, Braga (2018) define *fake news* como a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de informações sabidamente falsas com o objetivo de atrair atenção, promover desinformação ou obter vantagens de natureza política ou econômica. Complementando essa perspectiva, Gomes e Dourado (2019) ressaltam que o uso da expressão “*fake news*” remete, de modo mais específico, a relatos que se apresentam como notícia jornalística, mimetizando o estilo e a aparência do noticiário para produzir credibilidade, o que os distingue de outros conteúdos enganosos que circulam em ambientes digitais, como boatos, memes ou montagens que não reproduzem diretamente o formato de uma notícia (Gomes; Dourado, 2019).

Conforme Batini e Oliveira (2020), os boatos disseminados em larga escala pela internet podem despertar sentimentos de medo, raiva e revolta, sobretudo em períodos eleitorais. Quando essa prática assume caráter organizado e massivo, compromete a formação livre da vontade popular e pode ser enquadrada como propaganda irregular, já que o Código Eleitoral

prevê dispositivos que coíbem o uso de meios publicitários capazes de manipular artificialmente estados mentais e emocionais da opinião pública.

Sob esse prisma, verifica-se que a desinformação ocupa posição central nas estratégias de convencimento político, sendo utilizada tanto para estimular o voto em determinado candidato quanto para reforçar a rejeição a outro. Essa prática se fortalece nas redes sociais, cujo funcionamento estimula a interação e amplia a circulação de conteúdos falsos, ampliando seus efeitos no processo democrático (Carvalho; Costa, 2023).

Na visão de Silveira (2020), a difusão de informações falsas e o uso da propaganda manipulada como instrumento eleitoral remontam a períodos anteriores à era digital. Ainda no jornal impresso, bem como no rádio e na televisão, o legislador já demonstrava preocupação com o risco de que empresas de comunicação e profissionais da imprensa influenciassem o eleitorado de forma desigual, beneficiando alguns candidatos em detrimento de outros.

Para Rais (2018), a desinformação não apenas contamina o debate público e compromete a confiança social, como também atua como elemento catalisador da polarização política: (Rais, 2018, p. 106). Assim, o desafio não se limita à circulação de conteúdos inverídicos, mas à maneira como eles reforçam clivagens já presentes no tecido social.

O funcionamento das redes sociais favorece a disseminação da desinformação por meio de mecanismos de personalização que direcionam aos usuários conteúdos compatíveis com seus interesses e interações, reduzindo a diversidade informacional e restringindo o contato com visões divergentes (Pinto; Moraes, 2020). A essa discussão, Santaella (2018) acrescenta o conceito de “bolhas-filtradas”, relacionado à personalização algorítmica das plataformas digitais. Os mecanismos, segundo a autora, passam a organizar os conteúdos de acordo com os interesses previamente manifestados pelo usuário, oferecendo recomendações cada vez mais alinhadas às suas preferências e limitando a exposição a perspectivas divergentes. Nesse contexto, “as bolhas, portanto, são constituídas por pessoas que possuem a mesma visão de mundo, valores similares e o senso de humor em idêntica sintonia” (Santaella, 2018, p. 16). Além disso, Santaella observa que emoções e crenças passam a ter maior relevância do que os fatos, e que tais bolhas impactam diretamente o acesso à informação, conduzindo os usuários a pontos de vista restritos e dificultando a abertura a ideias contrárias aos seus preconceitos.

O conceito de pós-verdade, tal como discutido por D’Ancona (2018), descreve um contexto em que os fatos objetivos perdem centralidade na formação da opinião pública e se tornam menos influentes do que emoções e crenças pessoais. Em outras palavras, trata-se de uma situação em que as pessoas tendem a acreditar naquilo que confirma suas disposições prévias, ainda que as evidências apontem em sentido diverso. Em 2016, o termo ganhou

visibilidade global ao ser escolhido como palavra do ano pelo dicionário *Oxford*, o que contribuiu para sua difusão no debate público. Nesse quadro, Terra (2023), ao dialogar com Alexandre (2020), ressalta que os sentimentos se sobrepõem às verificações objetivas, favorecendo a aceitação de informações sem a necessária checagem. A lógica predominante torna as redes sociais ambientes férteis para a circulação de conteúdos desinformativos, já que, como observa Alexandre (2020), tendemos a compartilhar aquilo em que já acreditamos.

Na mesma direção, Harari (2018) argumenta que, em contextos comunitários, a adesão às opiniões se dá sobretudo pela lealdade ao grupo e não pela racionalidade dos argumentos. Nessa lógica, tanto a sobrecarga informacional quanto a exposição da ignorância individual acabam por intensificar resistências. Assim, mesmo conteúdos contraditórios tendem a ser preservados em virtude da força do pensamento coletivo.

No encadeamento dessas reflexões, Ferreira e Matoso (2022) acrescentam que o chamado comportamento de manada leva as pessoas a aderirem a líderes ou grupos sem exercer reflexão crítica, repetindo posicionamentos pela simples força da autoridade. A viralização de notícias falsas, intensificada pelo compartilhamento por perfis falsos ou robôs, gera um volume de interações capaz de criar uma aparência de verdade, sustentada pela percepção de que a maioria valida aquela informação. Para os autores, essa adesão ocorre sobretudo em razão de dois elementos: a necessidade de aceitação social, que induz o indivíduo a acompanhar a opinião predominante, e a falta de informações suficientes para questionar o conteúdo, levando à crença de que os outros são mais bem informados.

Com base nesse raciocínio, Terra (2023) interpreta que, entre os grupos bolsonaristas, o *whatsapp* desempenhou papel central como ambiente de formação dessas bolhas, uma vez que nele circulavam em larga escala conteúdos segmentados, produzidos e replicados pelos próprios apoiadores.

Com essas premissas, a incorporação da análise de dados ao *marketing* político revelou o potencial de personalizar mensagens de acordo com diferentes públicos. Essa lógica foi absorvida pelo bolsonarismo, que moldou a imagem de Jair Bolsonaro como a de um combatente solitário contra a esquerda, projetando-o como patriota incompreendido e perseguido pela imprensa. A narrativa construída por seus filhos reforçou sua figura de homem simples, humilde, transparente e honesto, capaz de se apresentar como defensor da nação diante de um sistema descrito como hostil e corrompido (Terra, 2023).

Esse recurso pode ser entendido como uma forma de adaptação do discurso político às expectativas do público, apoiando-se tanto em pesquisas de opinião quanto na lógica da comunicação de massa. Nesse processo, a política assume contornos de produto destinado ao

consumo da audiência, de modo que o eleitorado é assimilado à condição de mercado consumidor. Essa dinâmica acentua a centralidade das imagens e da mediação comunicacional no espaço público (Gomes, 2006).

O estudo de Terra (2023) mostra que Jair Bolsonaro recorreu a múltiplas estratégias de comunicação para construir sua persona política. A eleição de 2018 foi marcada por elementos disruptivos, em especial o uso intensivo das redes sociais, que amplificaram sua imagem de “capitão” vinculada ao populismo reacionário de direita. No entanto, os quatro anos de governo subsequentes, permeados por escândalos e pela condução desastrosa da pandemia de Covid-19, provocaram o desgaste dessa imagem e tornaram necessária a reconstrução de sua persona. Nesse contexto, o apoio de um *marketing* político profissional revelou-se indispensável.

Naquele pleito, memes e a intensa atuação digital, especialmente por meio do *WhatsApp*, foram determinantes para impulsionar a popularidade de Jair Bolsonaro e manter o engajamento de sua base, com uma retórica centrada na rejeição ao sistema político e, em particular, ao PT (Moura; Corbellini, 2019; Terra, 2023). O atentado a faca sofrido em Juiz de Fora, em 6 de setembro de 2018, reforçou essa dinâmica ao afastá-lo dos comícios e debates presenciais, concentrando ainda mais a campanha no ambiente *on-line* e contribuindo para a construção de uma narrativa de mártir e de “salvador” da República, amplamente explorada nas redes sociais e nos materiais de campanha (Abranches, 2019; Moura; Corbellini, 2019; Terra, 2023).

Enquanto em 2018 Bolsonaro disputava com recursos escassos e uma campanha marcada pela improvisação, em 2022 o panorama se mostrou mais favorável: houve ampliação de recursos financeiros, consolidação de apoios parlamentares e estrutura de campanha fortalecida. A volta de Lula, com experiência consolidada no uso da televisão, alterou o equilíbrio da disputa, que passou a se estruturar na combinação entre mídia tradicional e redes sociais. Dessa forma, ambas as plataformas se tornaram determinantes para o resultado eleitoral (Couto, 2022).

No tocante à regulação, já nas eleições municipais de 2020 a legislação eleitoral proibira disparos em massa e o envio de mensagens a usuários sem consentimento. Em 2022, o TSE firmou parceria com o *WhatsApp* como forma de reduzir a circulação de conteúdos desinformativos. O acordo envolvia a realização de seminários de capacitação para servidores do TSE e dos TREs, além da implementação de mecanismos de detecção de informações falsas. A medida visava a impedir a repetição do cenário de 2018, quando a desinformação circulou amplamente pelo aplicativo. Apesar desses esforços, a prática persistiu e o *Telegram* assumiu papel de destaque como novo espaço de mobilização política (Terra, 2023).

A relação de Jair Bolsonaro com o STF foi marcada por tensões recorrentes ao longo de seu governo. Durante a pandemia de Covid-19, uma das primeiras decisões da Corte foi assegurar a governadores e prefeitos a autonomia para adotar medidas de enfrentamento ao vírus, independentemente das orientações do Executivo federal (Vieira, 2020). Em 2021, chegou-se a cogitar uma aproximação entre o presidente e os ministros, mas a iniciativa foi inviabilizada pela continuidade dos ataques de Bolsonaro ao tribunal. Entre os aspectos mais sensíveis desse embate esteve sua insistência em questionar a confiabilidade do sistema eleitoral brasileiro, chegando a sugerir a ocorrência de fraudes nas urnas, inclusive no mesmo processo que havia garantido sua vitória em 2018 (Peixoto, 2021).

As tensões alcançaram novo patamar no 7 de setembro de 2021, quando manifestações em diferentes capitais reuniram apoiadores favoráveis a uma intervenção militar sob a liderança de Bolsonaro. Em seu pronunciamento, o presidente atacou ministros do STF, direcionando críticas especialmente a Alexandre de Moraes, a quem chamou de “canalha”. Na mesma ocasião, afirmou que só deixaria o cargo “preso, morto ou com a vitória”, sustentando que o Supremo estaria desrespeitando a Constituição e apresentando-se, assim, como defensor do povo.

O confronto entre Bolsonaro e o Supremo Tribunal Federal prolongou-se durante as eleições de 2022. Em um dos episódios mais críticos, o então presidente chamou Alexandre de Moraes de “ditador” e sugeriu que ampliaria o número de ministros da Corte caso fosse reeleito. Conforme observa Terra (2023), os dilemas iniciados em 2018 alcançaram novo patamar na campanha de 2022, marcada também pela circulação de mensagens entre seus apoiadores. Nesse cenário, a narrativa de suposta fraude nas urnas, já presente em discursos anteriores, foi retomada e intensificada.

Em outra ocasião, no voto proferido no processo que analisou a reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores, o Ministro Benedito Gonçalves ressaltou a desinformação como estratégia política de alto impacto. O relator enfatizou que as *fake news* não se restringem à simples veiculação de informações falsas, mas carregam o potencial de “promover engajamento político a partir não de pautas propositivas, mas com mobilização de paixões” (Brasil, 2023, p. 137). Para o ministro, esse recurso comunicacional foi utilizado de forma reiterada pelo ex-presidente, especialmente no episódio em questão, configurando abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação.

Ao discutir a lógica dessa prática comunicacional, Gonçalves recorreu à noção formulada por Giuliano da Empoli, que descreve tais práticas como “engenharia do caos”. De acordo com o autor, esse modelo de *marketing* político se sustenta em três pilares: a recusa à

intermediação, a busca por engajamento imediato e o estímulo à lealdade a qualquer posição capaz de “interceptar as aspirações e os medos – principalmente os medos – dos eleitores” (Empoli, 2019, p. 13). Trata-se, portanto, de uma estrutura discursiva que valoriza emoções em detrimento de argumentos racionais, intensificando processos de polarização e fragmentação do espaço público.

Diante disso, o ministro ressaltou que a Presidência da República não pode ser convertida em instrumento de desinformação, sobretudo quando o próprio presidente se posiciona como um dos principais líderes da chamada “engenharia do caos” no país (Brasil, 2023, p. 426). A decisão evidenciou, assim, a gravidade da reunião com embaixadores, compreendida não como ato isolado, mas como parte de uma estratégia discursiva orientada por mecanismos contemporâneos de manipulação política.

Nesse ambiente político, marcado pela intensificação da polarização, pelo enfraquecimento da confiança nas instituições e pela centralidade das mídias digitais como espaço de mobilização, a reunião com embaixadores configurou-se como mais um episódio da disputa entre o ex-presidente e as instituições eleitorais. O evento retomou elementos recorrentes desde a ascensão política de Jair Bolsonaro e ao longo de seu mandato, como a difusão de dúvidas sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas, a narrativa de perseguição institucional e a retórica de confronto com integrantes do Supremo Tribunal Federal e do Tribunal Superior Eleitoral. Ao mesmo tempo, revelou o uso da estrutura estatal para ampliar a cobertura e o alcance do discurso, especialmente pela transmissão realizada pela TV Brasil.

Essa apropriação de um meio estatal conecta-se ao pensamento de Chomsky (2014), segundo o qual, nas democracias, as técnicas de propaganda substituem a coerção direta, funcionando como mecanismos centrais de construção de consensos. Para o autor, “a propaganda está para a democracia assim como o porrete está para um Estado totalitário” (Chomsky, 2014, p. 11), o que ajuda a compreender como a comunicação pública pode ser convertida em propaganda governamental. Nesse caso, a reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores exemplifica esse desvirtuamento, ao transformar a TV Brasil em instrumento de difusão de narrativas políticas.

No julgamento da AIJE nº 0600814-85, o Tribunal Superior Eleitoral enfatizou que esses ataques não representaram manifestações isoladas, mas compuseram um *modus operandi* eleitoral baseado em investidas reiteradas contra a Justiça Eleitoral, o que conferiu gravidade singular ao episódio no processo político que antecedeu o pleito de 2022. Esse contexto político e eleitoral constitui a base para a análise da reunião com embaixadores. No entanto, a reflexão sobre o papel institucional da TV Brasil e os tensionamentos conceituais em torno do uso da

mídia pública por agentes políticos será desenvolvida em seção específica, dedicada à comunicação pública e a seus limites jurídicos e democráticos.

3. COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Em continuidade ao percurso metodológico e ao contexto político e eleitoral discutidos nos capítulos anteriores, este capítulo reúne três seções importantes da fundamentação sobre comunicação pública e mídia pública, que servirão de base para a análise do uso da TV Brasil no episódio em estudo. Busca-se, assim, explicitar os conceitos, a trajetória histórica e as disputas que atravessam esse campo, evidenciando as tensões entre interesse público, apropriação governamental e disputa política.

Na seção 3.1, “Comunicação pública: conceitos, fundamentos e disputas”, apresenta-se a comunicação pública como uma prática democrática que conecta Estado, governo e sociedade, orientada à promoção da cidadania. Parte-se do reconhecimento de que se trata de um conceito polissêmico e em permanente construção, mas afirma-se que seu eixo deve ser a primazia do interesse público sobre interesses privados ou de governo. Discute-se a diferenciação entre comunicação pública, comunicação governamental e comunicação política, destacando que, enquanto estas tendem a buscar legitimidade da gestão ou vencer disputas partidárias, a comunicação pública tem por objetivo viabilizar o direito social à informação e ao diálogo, dar voz a diferentes grupos sociais e fortalecer a participação cidadã. Ressalta-se, ainda, seu caráter de espaço de disputa e dissenso, dimensão considerada fundamental para o funcionamento democrático.

A seção 3.2, “A trajetória histórica da televisão pública no Brasil: origens, consolidação e disputas políticas”, apresenta um panorama da televisão pública brasileira, desde as experiências voltadas à educação e à cultura até a criação da EBC. Reconstrói-se a tensão permanente entre o modelo privado-comercial, orientado pelo lucro e pela lógica da audiência, e o modelo público, que deveria priorizar diversidade, pluralidade e interesse coletivo. Evidenciam-se as interferências políticas, em especial durante a ditadura militar, quando a televisão foi utilizada como instrumento de difusão da ideologia do regime. Esse histórico de apropriação política dos meios públicos é necessário para o estudo das condições que permitem, já no período recente, o uso da TV Brasil pelo ex-presidente Jair Bolsonaro para fins de promoção pessoal e de disputa eleitoral, reatualizando a tensão entre uso estatal e finalidade pública da comunicação.

Por fim, a seção 3.3, “A mídia pública como instrumento democrático e campo de disputa simbólica”, discute a mídia pública como um dos pilares da democracia e, simultaneamente, como um campo de disputa simbólica. Embora seja considerada um indicador

de desenvolvimento democrático por organismos internacionais e esteja prevista na Constituição Federal como sistema complementar aos segmentos privado e estatal, argumenta-se que a mídia pública brasileira tem sua autonomia comprometida pela dependência de recursos governamentais e pela forma de indicação política de seus dirigentes. Argumentamos que, mesmo com seu potencial para promover pluralidade e diversidade de vozes, a mídia pública frequentemente opera como um aparelho estatal, voltado à construção de consensos alinhados a interesses hegemônicos, em vez de garantir plenamente o espaço para o dissenso e para o confronto de projetos em disputa. Essa ambivalência será decisiva para a análise do modo como a TV Brasil foi utilizada no evento discursivo que constitui o objeto desta pesquisa.

3.1 Comunicação pública: conceitos, fundamentos e disputas

Concluída a exposição da metodologia de análise, que oferece os instrumentos para examinar criticamente o discurso, é preciso retomar a discussão sobre os fundamentos comunicacionais que estruturam o objeto desta pesquisa. Nesse percurso, a comunicação pública aparece como categoria essencial, pois define o espaço de interação entre Estado, governo e sociedade, e estabelece as bases para compreender como a mídia pública deve atuar. Brandão (2006) conceitua a comunicação pública como uma prática democrática e social, orientada pelo cotidiano das populações e suas práticas políticas, desvinculada da lógica da indústria midiática. Mesmo diante da diversidade de significados atribuídos ao termo, destaca-se seu papel como processo que conecta Estado, governo e sociedade na promoção da cidadania por meio da informação, sendo entendida como um processo comunicativo estabelecido entre esses atores, cujo objetivo central é informar para a construção da cidadania.

Em continuidade a essa discussão, Brandão (2006) observa que a comunicação pública ainda não possui um conceito consolidado, tampouco representa uma área de atuação profissional claramente delimitada. Segundo ela, a expressão é usada com múltiplos significados, que variam de acordo com o país, o autor e o contexto em que é empregada. Essa diversidade indica que a comunicação pública deve ser compreendida como um conceito em processo de construção, que abrange diversos saberes e práticas comunicacionais (Brandão, 2006).

Nesse sentido, podemos questionar: Quando a comunicação é pública? A resposta a essa pergunta permanece em aberto e, da mesma forma que o pensamento de Brandão (2020), pode

variar conforme o contexto, o autor ou o lugar social de onde se enuncia. No campo da comunicação pública, prevalece o entendimento de que o conceito está em permanente construção. A própria expressão “comunicação pública” adquire contornos distintos conforme o país, o momento histórico e o arcabouço teórico em que é empregada, resultando em uma multiplicidade de sentidos muitas vezes contraditórios entre si. Apesar dessa polissemia, um ponto já consolidado entre os estudiosos é que o exercício da comunicação pública envolve, necessariamente, o entrelaçamento de dimensões como Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público (Amorim, 2023).

A definição de comunicação pública requer um caminho conceitual bem estruturado, com base em princípios que a distinguem de outras formas comunicacionais. Entre as exigências para compreendê-la estão: priorizar o interesse público sobre os interesses individuais ou corporativos, colocar o cidadão no centro do processo, entender a comunicação como algo mais abrangente que a simples transmissão de informação, adaptar os instrumentos comunicacionais às características e necessidades dos públicos envolvidos e reconhecer a complexidade do fenômeno, tratando-o como um sistema integrado e articulado (Duarte, 2012).

Nesse sentido, Duarte (2012, p. 6) afirma que a comunicação pública se caracteriza por “seja qual fora a modalidade ou a definição de comunicação pública todas têm um denominador comum: a defesa do interesse público”, destacando que sua ênfase está nas intenções comunicativas e na relação com o cidadão.

No entanto, observa-se que o termo, ao ser apropriado por práticas associadas à comunicação governamental, como a publicidade oficial e a propaganda política, busca se diferenciar desses modelos pela ausência de conteúdo persuasivo. Essa reconfiguração discursiva revela um esforço de legitimação institucional, que tenta reposicionar a comunicação estatal como uma prática ética e voltada ao interesse público, em vez de instrumento de *marketing* de governo (Brandão, 2006).

Desde a década de 1980, pesquisadores da área de comunicação pública têm se dedicado a identificar os elementos que a distinguem de outras formas de comunicação. O objetivo tem sido demonstrar que ela possui características próprias e consistência teórica suficientes para ser reconhecida como uma prática distinta, especialmente quando comparada à comunicação de interesse privado, que tende a tratar o público apenas como audiência passiva e potencial consumidora da publicidade (Amorim, 2023).

Complementando essa perspectiva, Duarte (2012) contribui para a consolidação do conceito de comunicação pública ao ampliá-lo para além da comunicação governamental. Segundo o autor,

a Comunicação Pública ocorre no espaço formado [...] pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (Duarte, 2012, p. 6).

Sob essa mesma ótica, Matos e Nobre e Pereira Filho (2016) destacam que a comunicação pública se realiza na esfera pública, embora não se limite a ela, nem se confunda com suas estruturas. Embora possa ser exercida pelo Estado, é igualmente passível de protagonismo por parte da sociedade civil, como cidadãos, movimentos sociais e organizações não governamentais. Sua legitimidade repousa na abertura de seus processos à participação ativa e plural da sociedade, tendo como finalidade a ampliação da visibilidade das pautas sociais e a defesa do interesse comum, em oposição a interesses privados ou corporativos. Trata-se, portanto, de uma prática comunicativa essencialmente democrática, orientada para fortalecer a cidadania de forma contínua, para além dos ciclos eleitorais (Matos e Nobre; Pereira Filho, 2016).

Aprofundando essa concepção, Matos e Nobre e Pereira Filho (2016) sugerem que o entendimento da comunicação pública apenas como busca de consenso entre interlocutores neutros e racionais é uma limitação teórica que ignora a complexidade do espaço público democrático. Para eles, o dissenso é não apenas inevitável, mas fundamental nesse processo, pois traduz os conflitos e disputas que atravessam a sociedade. Nesse entendimento, a comunicação pública se mostra como arena viva, onde diferentes grupos se expressam com suas linguagens próprias, reivindicam seus espaços e tensionam os sentidos em disputa, fazendo do dissenso um elemento estruturante da participação cidadã.

Nesta mesma linha de raciocínio, Dionízio (2022) relata que diversos estudos que abordam a comunicação pública recorrem à ideia de democracia como eixo estruturante para a definição de seus valores e diretrizes. A Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), por exemplo, estabelece doze princípios para orientar essa atividade comunicativa: acesso à informação, fomento ao diálogo, estímulo à participação, promoção de direitos e da própria democracia, combate à desinformação, escuta da sociedade, foco no cidadão, inclusão, impessoalidade, ética, eficácia e consolidação da comunicação pública como

política de Estado. Esses princípios sustentam a equação simbólica comunicação pública = democracia, largamente reiterada nos debates acadêmicos e institucionais (Dionízio, 2022).

Essa visão, conforme resgatado por Dionízio (2022), reforça o entendimento da comunicação pública como um instrumento voltado ao interesse público, e não ao consumo. Valores como interesse público, pluralidade, representatividade e cidadania estão relacionados aos princípios da comunicação pública.

Corroborando o pensamento de Matos e Nobre e Pereira Filho (2016), Amorim (2023) concorda que a comunicação pública não deve se limitar à simples transmissão de informações para consumo passivo do público. Seu propósito central é contribuir para o fortalecimento da cidadania, capacitando os indivíduos a exercerem seus direitos políticos, como o poder de voz, voto e veto em temas de interesse coletivo. Essa concepção rompe com a ideia apressada de equiparar o público ao estatal, uma herança de períodos históricos marcados pela centralização dos Estados absolutistas que buscavam a formulação de consensos. Mesmo na contemporaneidade, essa lógica ainda se perpetua em muitos sistemas de comunicação vinculados ao poder estatal, como as TVs educativas estaduais, frequentemente submetidas a interferências políticas. Nesses casos, tanto o financiamento quanto o modelo de gestão seguem sob controle direto do Estado, enfraquecendo o caráter público que deveriam preservar (Amorim, 2023).

Dentro do campo mais amplo da comunicação pública, a comunicação governamental representa uma de suas esferas específicas, marcada pela atuação do Estado na divulgação de informações voltadas à cidadania. Seu foco está em informar, engajar e prestar contas à população, utilizando majoritariamente a grande mídia e, mais recentemente, canais participativos como ouvidorias e conselhos.

De acordo com Brandão (2006),

A comunicação governamental pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (Brandão, 2006, p. 6).

O entendimento de Brandão (2003, 2006) evidencia a dimensão estratégica da comunicação governamental ao situá-la como parte da Comunicação Pública, ressaltando sua legitimidade quando voltada à transparência, à prestação de contas e ao estímulo ao

engajamento social. Nesse sentido, reconhece-se a comunicação governamental não apenas como ferramenta de difusão de informações, mas como espaço de mediação entre Estado e sociedade, capaz de fomentar o debate público e ampliar a participação cidadã nas decisões políticas.

Gil e Matos (2012) estabelecem distinções conceituais entre três esferas da comunicação vinculadas à atuação estatal e ao campo político, realçando os objetivos e sentidos específicos de cada uma. Em suas palavras:

A comunicação governamental está relacionada à prática instrumental dos governos, em busca de legitimação da gestão estatal. A comunicação política colabora para o jogo de disputa político partidária e se esgueira ao lado do marketing eleitoral. A comunicação pública está voltada à recuperação da esfera pública em sua força expressiva e democrática de permitir à sociedade a interpelação do Estado e o direcionamento da política conforme o interesse coletivo, recuperando as demandas esquecidas, reconhecendo as exclusões para superá-las (Gil; Matos, 2012, p. 159).

As autoras diferenciam de forma nítida os campos da comunicação, mostrando como a governamental se volta à legitimação da gestão, a política ao jogo partidário e ao *marketing* eleitoral, enquanto a comunicação pública assume caráter democrático e inclusivo. Essa última aparece como espaço de mediação essencial, capaz de recuperar a esfera pública, dar visibilidade a demandas esquecidas e enfrentar processos de exclusão, orientando a ação estatal para o interesse coletivo.

A comunicação pública, segundo Duarte (2012), é um bem e um direito de natureza coletiva que envolve o aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, o terceiro setor e, em determinadas circunstâncias, até mesmo empresas privadas. Fundamentada em pilares como o direito à informação, à expressão, ao respeito às características dos públicos, à participação ativa e ao diálogo, sua prática deve priorizar o interesse coletivo. No entanto, esse ideal democrático é frequentemente desvirtuado por gestores públicos, que tratam a comunicação como instrumento de manipulação e sedução voltado à disputa e à manutenção do poder, e não como uma ferramenta de fortalecimento da cidadania. A comunicação pública, nessa perspectiva, não estaria mais restrita à garantia do direito à informação, mas ao acesso a mecanismos para participação ativa nas decisões sobre o tipo de informação que está sendo produzida e disseminada.

3.2 A trajetória histórica da televisão pública no Brasil: origens, consolidação e disputas políticas

Após a apresentação dos conceitos de comunicação pública, governamental e privada, este tópico busca apresentar parte do percurso histórico da televisão pública no Brasil, desde suas primeiras iniciativas de caráter educativo até o período pré-criação da EBC, em 2007. Ao longo das décadas, a consolidação de uma rede de comunicação pública enfrentou inúmeros obstáculos, marcados por interferências políticas, disputas com o setor privado e ambiguidades conceituais quanto ao papel do Estado na produção de conteúdo midiático. Com base em autores como Guerreiro (2016), Dionízio (2022), Miola (2012), Jambeiro (2001), Brandão (2009) e Amorim (2023), a seção contextualiza o período pré-surgimento da EBC no cenário das transformações do sistema de radiodifusão nacional e oferece os subsídios históricos necessários para analisar o atual uso da TV Brasil. Essa contextualização é importante para o entendimento do objeto central desta pesquisa: a apropriação da emissora pública pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, especialmente durante a reunião com embaixadores em julho de 2022, evento que reatualiza antigas tensões entre interesse público e uso político da comunicação estatal.

Inicialmente, a formação de redes não comerciais de televisão no Brasil remonta a iniciativas anteriores, que, segundo a literatura sobre o tema, estavam vinculadas a projetos governamentais voltados à ampliação do acesso à educação (Guerreiro, 2016).

Em contraste com essas iniciativas, as emissoras comerciais brasileiras foram organizadas historicamente segundo uma lógica empresarial, visando lucros e grande alcance social. Essa estrutura influenciou o formato das redes de televisão e teve repercussões no campo das tevês educativas. A programação das grandes redes funciona como mercadoria, embalada por padrões estéticos rigorosos e formatos específicos. Embora o valor do conteúdo seja simbólico, sua audiência se transforma em capital, o que exige das emissoras a exibição de conteúdo regional obrigatório, com qualidade equivalente à produção nacional e com financiamento próprio por meio de patrocínio (Guerreiro, 2016).

Com o passar do tempo, os conteúdos exibidos pela TV vêm sendo apresentados ao público como verdadeiros, imparciais e isentos, numa tentativa de produzir um efeito de evidência e naturalizar sentidos que, na realidade, são construções sociais e não verdades imutáveis (Amorim, 2023).

De modo geral, as emissoras de televisão no Brasil seguem dois modelos distintos de produção: o privado e o público. A diferença central entre eles está na forma como se relacionam com os telespectadores. Enquanto os meios privados buscam atender a um gosto médio que garanta maior audiência, tratando o público como massa consumidora, as emissoras públicas têm como princípio a valorização da diversidade de públicos e o atendimento às suas demandas culturais e informativas (Valente, 2009).

Ainda sobre essa distinção, no campo da comunicação social, o termo “público” apresenta um caráter difuso que gera confusões conceituais. Com frequência, qualquer emissora que não pertença à iniciativa privada é automaticamente classificada como pública, o que contribui para a ideia equivocada de que os meios de comunicação mantidos pelo Estado são, por definição, espaços voltados à cidadania e à participação coletiva, simplesmente por serem financiados com recursos públicos (Amorim, 2023).

Paralelamente, no sistema comercial de comunicação, a produção de conteúdo é orientada por pesquisas constantes de mercado, preferência e audiência, com o objetivo de atender aos anseios do público. No entanto, essa relação não visa essencialmente ao interesse público em informação ou entretenimento, mas sim ao potencial lucrativo gerado pela venda de espaços publicitários durante a programação (Amorim, 2023).

Por outro lado, a radiodifusão de caráter não comercial no Brasil teve origem a partir de duas iniciativas fundamentais: a primeira, com a Rádio MEC (ligada ao Ministério da Educação e Cultura), surgida da transformação da antiga Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, doada ao governo federal por Edgard Roquette-Pinto em 1936; e a segunda, com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, criada também em 1936 pelas Organizações Victor Costa, e posteriormente estatizada por Getúlio Vargas, durante o Estado Novo, em 1940 (Dionízio, 2022).

Poucos anos mais tarde, no início da década de 1950, houve uma tentativa de implantar uma emissora de Televisão Educativa no Rio de Janeiro, sob coordenação de Roquette-Pinto. A iniciativa chegou a ter recursos aplicados e infraestrutura encaminhada, mas foi interrompida por mudanças políticas na administração municipal, que abandonou o projeto sem justificativas objetivas (Guerreiro, 2016).

Acompanhando a expansão do setor, o marco regulatório da radiodifusão começou a se consolidar com o Decreto de 1951, que reconhecia o caráter educativo, cultural ou recreativo das emissoras, autorizando inclusive sua exploração comercial, desde que esta não comprometesse sua finalidade principal. Esse processo culminou na promulgação da Lei nº 4.117/1962 que tratou do Código Brasileiro de Telecomunicações (Guerreiro, 2016).

Simultaneamente às disputas normativas, o presidente João Goulart promoveu vetos significativos a diversos artigos do novo Código, buscando ampliar o controle estatal sobre as comunicações. A reação dos empresários foi imediata: criaram a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), associação destinada a defender os interesses do setor privado e fazer frente às decisões do governo (Brandão, 2009).

A trajetória das emissoras educativas no Brasil ganhou impulso a partir da década de 1960, com a atuação do Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) e a edição do Decreto-Lei nº 236/1967, que regulamentou a televisão educativa. Essa legislação permitiu a criação de emissoras públicas voltadas à educação, como a Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa (FCBTVE) e as TVs universitárias e fundações estaduais que surgiram nos anos seguintes. Em 1970, a Portaria Interministerial MEC/Minicom nº 408 reforçou esse processo ao obrigar emissoras comerciais a cederem espaço para conteúdos educativos e ao estabelecer diretrizes para a programação das TVs educativas. Como as emissoras privadas não cumpriram integralmente a norma, o governo federal recorreu à FCBTVE para a execução do Projeto Minerva¹⁶, que consistia na transmissão obrigatória de programas educativos por todas as emissoras do país (Guerreiro, 2016).

Ainda nos anos 1960, o regime militar criou a Embratel (1965), estratégia que visava integrar nacionalmente as emissoras de televisão e difundir conteúdos alinhados aos interesses do Estado, sobretudo por meio da publicidade oficial. A partir disso, consolidaram-se redes compostas por poucas produtoras e muitas afiliadas, sendo a Rede Globo um dos principais exemplos. Essas redes passaram a centralizar suas produções nos padrões socioculturais do Rio de Janeiro e de São Paulo, priorizando grandes audiências e o consumo popular. A televisão brasileira passou então a cumprir um papel estratégico na unificação simbólica do país. Inicialmente, Globo e Tupi disputavam a audiência nacional, mas esta última foi encerrada na década de 1980, abrindo caminho para a hegemonia da Globo (Jambeiro, 2001).

Concomitantemente, foram criadas diversas TVs educativas e universitárias, articuladas com as rádios educativas já existentes. Essas emissoras compuseram o Sistema Brasileiro de Radiodifusão Educativa (Sinred), responsável não apenas pela produção e distribuição de conteúdos, mas também pela gestão de aspectos da radiodifusão de caráter não comercial (Miola, 2012).

Durante o período ditatorial, após a promulgação da Lei de Segurança Nacional em 1967, os sistemas de comunicação social passaram a ser orientados a esclarecer a população

¹⁶ O Projeto Minerva foi caracterizado pelo investimento em programas educativos que deveriam ser transmitidos obrigatoriamente durante a semana em todas as emissoras do país.

sobre questões nacionais e divulgar as ações do governo para resolvê-las, sempre de forma considerada legítima, impessoal e honesta. Nesse contexto, a televisão assumiu o papel estratégico de canal de promoção das ideias ligadas à segurança nacional e ao projeto de modernização defendido pelo regime militar (Amorim, 2023).

Na mesma conjuntura, a televisão brasileira passou a ser usada como ferramenta estratégica de combate a ideias socialistas e de esquerda, vistas como ameaças à ordem vigente. A concessão dos serviços de radiodifusão se baseava principalmente em acordos ideológicos e interesses econômicos, desvirtuando o princípio constitucional do interesse público. A Doutrina de Segurança Nacional passou a orientar o uso das redes de televisão, promovendo sua expansão para fins de integração territorial, consolidação de um mercado consumidor interno, difusão da ideologia militar e sustentação da indústria televisiva. O governo investiu diretamente em infraestrutura e articulou o uso da TV como parte de sua política de segurança e desenvolvimento (Jambeiro, 2001).

Com o objetivo de fortalecer a presença do Estado no setor de comunicação, o governo militar criou, em 1975, a Empresa Brasileira de Radiodifusão, a Radiobrás, encarregada de gerir emissoras de rádio e televisão federais, como a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a Rádio Mauá, a Rádio Nacional de Brasília e a TV Nacional de Brasília. Diferentemente das redes comerciais, a Radiobrás concentrava sua atuação em regiões pouco atrativas para o mercado, utilizando a radiodifusão como ferramenta de integração territorial e disseminação das ações governamentais (Miola, 2012).

Ainda nesse cenário, o ano de 1972 marcou a criação do Programa Nacional de Teleeducação (Prontel), voltado à coordenação das TVs educativas com foco em apoio pedagógico desde a infância até o supletivo e a qualificação profissional. Em 1975, foi inaugurada a TVE do Rio de Janeiro, retomando o projeto de Roquette-Pinto iniciado mais de duas décadas antes. Com a extinção do Prontel em 1979, suas funções foram absorvidas pela Secretaria de Aplicações Tecnológicas (Seat), subordinada ao Ministério da Educação. A partir dos anos 1980, houve um esforço de reorganização institucional, que resultou na criação do Sistema Nacional de Televisão Educativa (Sinted), posteriormente ampliado e rebatizado como Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), com reconhecimento legal apenas em 1982 (Guerreiro, 2016).

Posteriormente, a partir de 1989, a Fundação Roquette-Pinto (FRP) enfrentou sérios problemas administrativos, agravados por uma crise financeira em 1993. A geração de conteúdo passou a ser dividida entre a TVE/RJ e a TV Cultura. Em 1994, o Ministério da Educação tentou manter a FRP como coordenadora do sistema por meio das Portarias nº 1.014 e 1.015, que

reformularam o Sinred e criaram o Programa de Apoio ao Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Prosinred), um programa de reequipamento das emissoras com recursos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Apesar desse esforço, o sistema foi extinto no ano seguinte, dando espaço para a criação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), à qual se filiaram tanto a TV Cultura quanto a TVE/RJ. Essa articulação resultou na formação da Rede Pública de Televisão, com programação compartilhada entre as emissoras e esforço conjunto para afirmação de um modelo de comunicação pública (Guerreiro, 2016).

Na mesma linha de reestruturação institucional, em 1990, o Sinred foi substituído pela Fundação Roquette-Pinto, inicialmente vinculada ao Ministério da Educação e Cultura e, posteriormente, à Secretaria de Comunicação do governo federal. Após um período marcado por instabilidades técnicas e administrativas, a Fundação foi transformada, em 1998, no governo Fernando Henrique Cardoso, em uma organização social: a Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp), que passou a operar as seguintes emissoras: TVE Brasil (Rio de Janeiro), TVE (Maranhão), TV Escola (transmitida por satélite), Rádio MEC 800 (Rio de Janeiro), Rádio MEC 800 (Brasília), Rádio MEC 98,9 FM (Rio de Janeiro) e Rádio MEC via satélite (Miola, 2012).

Mediante os fatos históricos apresentados, observa-se que a formação das redes de televisão no Brasil esteve diretamente condicionada à existência de infraestrutura de transmissão, elemento essencial à sobrevivência do modelo de radiodifusão, dada a dificuldade de manter emissoras em todas as capitais e grandes cidades. A partir da consolidação dessa base técnica, tornou-se possível articular o conteúdo e sua circulação entre os elos da rede. Na sequência, emergiu o sistema de produção, responsável por definir os formatos, temas e decisões editoriais, centralizados nas chamadas cabeças de rede, que organizam e distribuem a programação. Finalmente, o modelo de negócio se firmou como eixo de sustentação, ancorado em lógicas mercadológicas como audiência, patrocínio e publicidade. Esses três pilares – infraestrutura, produção e negócios – são importantes tanto para emissoras comerciais quanto públicas, que, não obstante suas diferenças, operam sob a mesma lógica de alcance e organização técnica do sistema de comunicação brasileiro (Guerreiro, 2016).

Dessa forma, enquanto a televisão comercial tem como principal preocupação agradar ao público para aumentar a audiência e, assim, obter lucro, tratando o telespectador apenas como número nos índices do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), a televisão do campo público, conforme previsto na legislação que a instituiu, deve ser financiada pelo Estado com a finalidade de se desvincular das exigências do mercado e garantir uma

programação voltada ao debate crítico de temas sociais relevantes e à promoção da pluralidade de vozes (Amorim, 2023).

Como vimos, a regulação da indústria televisiva no Brasil é marcada, desde suas origens, por um forte viés nacionalista. O Estado sempre exerceu papel centralizador na definição das normas que regem os serviços de radiodifusão, refletindo a complexidade das políticas de comunicação no país (Amorim, 2023).

Amorim (2023) interpreta a formação do sistema de radiodifusão brasileiro como resultado de um consenso entre forças políticas e econômicas que privilegiaram os interesses privados, em detrimento de uma visão pública da comunicação. Esse arranjo foi consolidado por meio de articulações entre o legislativo e setores empresariais, especialmente em momentos de instabilidade institucional, permitindo a criação de um marco regulatório que favorece o uso comercial da radiodifusão. Tal estrutura permanece praticamente inalterada, conservando um modelo jurídico e político oriundo de um período autoritário, baseado em concessões que priorizam grupos afinados com o poder vigente. Para o autor, essa continuidade compromete o ideal democrático no setor, limitando a pluralidade de vozes e a diversidade informativa.

Por essa razão, o autor propõe a distinção entre televisão pública, voltada à pluralidade e ao interesse coletivo, e televisão estatal, mais suscetível à orientação do governo. Na visão de Amorim (2023), a TV Brasil encarna essa ambiguidade, oscilando entre um discurso cidadão e um alinhamento político-partidário, especialmente em contextos de polarização. Essa reflexão permite introduzir a análise dos acontecimentos e condições – normativas, políticas e estruturais – que contribuíram para que a emissora fosse apropriada como instrumento de propaganda do governo, sem que houvesse mecanismos eficazes para conter essa prática.

3.3 A mídia pública como instrumento democrático e campo de disputa simbólica

A análise da mídia pública no Brasil exige uma abordagem que considere suas particularidades históricas, políticas e estruturais. Conforme observa Magalhães (2005), as mídias constituem um *lócus* fundamental de tentativa de homogeneização dos sujeitos, sendo instrumentalizadas pela ideologia dominante. Essa característica é particularmente relevante quando se analisa a comunicação pública, cuja função deveria se contrapor a esse processo, promovendo a pluralidade e o interesse coletivo.

No entanto, no contexto brasileiro, os sistemas de comunicação considerados públicos operam, na prática, sob um regime estatal. Amorim (2023) destaca que sua sobrevivência depende totalmente de recursos provenientes dos governos federal, estaduais e municipais, o que implica forte dependência política. Além disso, as nomeações para cargos de direção ocorrem por meio de indicação direta dos chefes do Executivo – presidente, governadores e prefeitos –, o que compromete a autonomia editorial. Mesmo as emissoras universitárias enfrentam limitações, por dependerem do Ministério da Educação para manter suas produções e não possuírem respaldo legal para captar recursos via publicidade.

Ainda assim, a presença de empresas de mídia pública é considerada, segundo Vieira e Kischinhevsky (2025), uma característica comum dos sistemas democráticos de comunicação. Segundo os autores, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) define tais empresas como indicadores de desenvolvimento da mídia, ressaltando que sua existência deve compor um sistema plural, livre e independente. Para alcançar esse padrão, são apontados como vitais à existência de um marco legal definido, a independência editorial e um financiamento adequado, capazes de garantir proteção contra interferências governamentais.

De acordo com o art. 223 da Constituição Federal de 1988, cabe ao Poder Executivo a responsabilidade pela renovação de concessões, permissões e autorizações relativas aos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, respeitando-se o princípio da complementaridade entre os sistemas de comunicação privado, público e estatal (Brasil, 1988). Esse princípio busca assegurar o equilíbrio entre os três setores, reconhecendo suas diferentes funções, finalidades e fundamentos. No entanto, esse equilíbrio previsto na Carta Magna tem sido reiteradamente comprometido.

Além do aspecto institucional, a mídia pública também cumpre uma função social mais ampla. O coletivo Intervozes (Valente, 2009) argumenta que a consolidação de um sistema público de comunicação, com independência frente ao Estado e ao mercado, financiamento estável e mecanismos de controle social, permite a diversidade de conteúdos de interesse público e a pluralidade de vozes, fortalecendo os processos democráticos. Na literatura sistematizada pelo autor, contudo, a mídia pública também apresenta uma dimensão ideológica e, atuando como aparelho de Estado, tende à produção de consensos, o que evidencia a tensão permanente entre interesses hegemônicos e as demandas sociais às quais a comunicação pública deveria responder.

Nesse mesmo sentido, Mendel (2011) sustenta que a mídia de serviço público deve se contrapor à lógica de monopólio que caracteriza o sistema midiático brasileiro. Para o autor,

esse tipo de mídia configura-se como uma ação afirmativa em um ambiente marcado pela concentração e pela racialização, devendo refletir os princípios do Estado democrático. Isso significa garantir liberdade de expressão e informação por meio de uma programação plural, diversa e independente de interesses comerciais ou políticos, voltada à discussão de questões coletivas.

Sob a mesma temática, o art. 220 da Constituição Federal, em seu § 5º, proíbe o monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação (Brasil, 1988). No entanto, a ausência de regulamentação efetiva desse dispositivo tem permitido que grandes conglomerados midiáticos controlem redes de emissoras afiliadas em todo o território nacional, estabelecendo diretrizes editoriais centralizadas e esvaziando o propósito da norma constitucional. Esse domínio extrapola a televisão aberta, incluindo jornais, revistas, portais digitais e outros meios, o que contribui para a concentração da propriedade midiática no país. Diante desse cenário, movimentos sociais e organizações da sociedade civil empenham-se na defesa da regulação da mídia, em especial no enfrentamento da propriedade cruzada, que, apesar da aparente diversidade de canais, favorece uma homogeneização das pautas e limita a pluralidade informativa (Castilho, 2020).

Comparativamente, a estruturação de sistemas públicos de comunicação ocorreu em diversos países ao longo do século XX, muito antes de qualquer tentativa semelhante no Brasil. Conforme destaca Dionízio (2022), países como Inglaterra, Alemanha, França e Japão implementaram modelos baseados na autonomia editorial e no interesse público, moldando tais estruturas a partir de acontecimentos históricos, como a Segunda Guerra Mundial. Já nos Estados Unidos, ainda que a radiodifusão comercial prevaleça, surgiram experiências como a *Public Broadcasting Service* (PBS) e a *National Public Radio* (NPR), que buscaram oferecer uma alternativa educativa e pública, dentro de um modelo não comercial. Na América Latina, a Colômbia se destaca como exemplo relevante, desenvolvendo um sistema de radiodifusão pública estatal desde 1929.

No caso brasileiro, Dionízio (2022) argumenta que o serviço público de mídia deve ser repensado para cumprir sua função de oferecer uma perspectiva alternativa à visão empresarial dominante. Essa perspectiva deve contemplar os interesses de trabalhadores, das maiorias minorizadas e da diversidade social, indo além da centralidade informativa e da figura do “cidadão” como público-alvo. A autora defende que a comunicação pública também deve investir em conteúdos de entretenimento, ficção e outros formatos narrativos, com o intuito de atrair e formar novos públicos. Assim como a mídia privada produz sentidos e influencia

práticas de cidadania, a comunicação pública precisa disputar espaço simbólico e relevância social com estratégias mais abrangentes.

Nessa seara, Castilho (2020) ressalta que o controle político sobre as concessões de rádio e televisão é uma característica latente do sistema de radiodifusão pública no Brasil. Tal controle compromete o desenvolvimento de uma comunicação efetivamente participativa, plural e cidadã – entendida como um direito humano. O autor enfatiza que, além das alianças entre empresários da mídia e o campo político, voltadas à construção de consensos alinhados ao modelo neoliberal hegemônico, a ausência de regulação adequada facilita relações permissivas entre os concessionários e o poder público responsável pelas concessões.

Complementando, Castilho (2020) observa que, embora a Constituição determine a complementaridade entre os sistemas público, estatal e privado na radiodifusão, o cenário brasileiro revela uma clara hegemonia do setor privado comercial. Essa disparidade se acentua nas políticas de distribuição da publicidade oficial, que há décadas priorizam grandes conglomerados midiáticos com base em lógicas mercadológicas. A adoção de critérios supostamente técnicos, como a audiência, institucionalizada pela Instrução Normativa de 2014 da Secretaria de Comunicação da Casa Civil da Presidência da República, reforça a lógica de concentração, esvaziando a função social dos meios públicos e comunitários e limitando a diversidade comunicacional prevista na ordem constitucional (Castilho, 2020).

4. DA PROPAGANDA ELEITORAL

Em continuidade às discussões sobre o contexto político-eleitoral e sobre a comunicação pública e a mídia pública, este capítulo tem por objetivo delimitar o marco conceitual e jurídico da propaganda eleitoral, elemento central para a análise do uso da TV Brasil no episódio em estudo. Parte-se da ideia de que a avaliação das falas do então presidente Jair Bolsonaro, transmitidas por um canal público de comunicação, exige a distinção entre comunicação de interesse público, comunicação governamental e práticas de propaganda voltadas à disputa eleitoral.

Na seção 4.1, “Propaganda política e eleitoral: perspectivas teóricas”, são discutidas as principais contribuições doutrinárias acerca da propaganda política e da propaganda eleitoral, destacando-se seu papel na formação da opinião pública, na disputa por hegemonia e na organização do debate democrático. Nessa perspectiva, a propaganda eleitoral é analisada como uma modalidade específica da propaganda política, orientada à captação de votos e à legitimação de projetos de poder em contextos regulados por normas jurídicas próprias.

A seção 4.2, “Modalidades de propaganda política”, aprofunda essa discussão ao apresentar as distinções entre propaganda institucional e propaganda eleitoral, evidenciando seus objetivos, características e limites normativos. As subseções 4.2.1, “Propaganda institucional”, e 4.2.2, “Propaganda eleitoral”, exploram os critérios legais e conceituais que permitem identificar quando a comunicação promovida por agentes públicos ultrapassa o âmbito informativo e passa a configurar instrumento de promoção pessoal ou de disputa eleitoral. Essa delimitação será necessária, nos capítulos posteriores, para examinar se a utilização da TV Brasil na reunião com embaixadores se enquadra nos parâmetros de regularidade da propaganda ou se representa desvio de finalidade no uso da mídia pública.

4.1 Propaganda política e eleitoral: perspectivas teóricas

Nesta seção, aprofunda-se a análise da propaganda eleitoral e de seus contornos jurídicos e comunicacionais é uma etapa necessária para contextualização do estudo de caso realizado. No caso da reunião com embaixadores de 18 de julho de 2022, transmitida pela TV Brasil, a defesa do ex-presidente Jair Bolsonaro alegou tratar-se de ato de governo e, portanto, alheio à sindicabilidade jurídica e eleitoral, enquanto o TSE o reconheceu como iniciativa que

ultrapassou o caráter institucional para assumir traços de promoção política. Este capítulo do referencial teórico busca, assim, estabelecer as bases conceituais necessárias para identificar as marcas da propaganda eleitoral que se manifestam em práticas comunicacionais de natureza pública, oferecendo subsídios para analisar os tensionamentos entre publicidade institucional e promoção política.

O evento analisado nesta pesquisa foi objeto de apreciação jurisdicional em processo que discutia a configuração de propaganda eleitoral antecipada. Na ocasião, a defesa do então presidente alegou que não havia caráter eleitoral, mas apenas a manifestação de opinião política acerca do sistema de votação, realizada em ato oficial da Presidência. Sustentou ainda que o encontro com embaixadores buscava promover transparência e propor soluções para o aprimoramento do processo eleitoral, amparando-se em relatórios e experiências internacionais. Argumentou, por fim, que a representação visava restringir o debate democrático e que o discurso deveria ser compreendido como indiferente eleitoral (TSE, 2022).

Essa controvérsia revela como a comunicação se integra de forma indissociável à política, uma vez que as práticas discursivas e retóricas dos agentes públicos constituem parte do exercício do poder. As narrativas políticas, nesse sentido, assumem relevância por funcionarem como instrumentos de convencimento que sustentam a permanência no poder, apoiando-se na imagem construída pelo ator político (Rodrigues, 2023). Nessa perspectiva, Schwartzberg (1977) já observava que governar implica também persuadir, isto é, orientar a opinião pública para a aceitação das teses e concepções defendidas pelo governante.

No contexto eleitoral, essa dimensão comunicacional ganha contornos normativos, pois o processo brasileiro caracteriza-se justamente pela interação entre candidatos e eleitores, mediada pela propaganda política. Tal propaganda se desdobra em propaganda partidária e eleitoral, instrumentos por meio dos quais partidos e candidatos apresentam suas propostas e candidaturas, ao mesmo tempo em que buscam influenciar a decisão do eleitorado. Essa forma de comunicação, ao possibilitar a demonstração de preparo para a gestão e a construção de legitimidade, constitui elemento essencial para a conquista de votos e, conseqüentemente, para o funcionamento da democracia (Rodrigues, 2023).

Segundo Lombarte (1998), os meios de comunicação são essenciais para o funcionamento do regime democrático, assumindo papel central durante o processo eleitoral. Nesse contexto, a televisão e, mais recentemente, a internet configuram-se como instrumentos fundamentais para a divulgação das mensagens dos partidos políticos em busca de votos.

Entretanto, a função mediadora da mídia no processo comunicacional não se restringe à mera transmissão de informações. A forma como determinados temas são apresentados pode

assumir caráter tendencioso e influenciar a opinião pública, que muitas vezes acolhe as proposições difundidas pelos veículos de comunicação. Essa capacidade de intervenção confere à mídia expressivo poder político, com potenciais impactos negativos sobre a democracia (Rodrigues, 2023).

Nessa mesma direção, Canel (2006) acrescenta que os efeitos da comunicação política podem ser tanto intencionais, quando buscam deliberadamente influenciar o voto do eleitor, quanto não intencionais, como no caso de mudanças no comportamento de um político a partir da divulgação de pesquisas sobre sua popularidade. Tal perspectiva evidencia a participação ativa de múltiplos atores no processo comunicacional, incluindo cidadãos que, além de consumidores de informação, também influenciam o marketing político e contribuem para definir as estratégias adotadas pelos representantes.

O marketing político, nesse contexto, apresenta-se como um conjunto estratégico de procedimentos e técnicas voltado à análise das tendências do eleitorado, permitindo ao candidato traçar o caminho mais eficaz para maximizar sua votação. Por essa razão, consolida-se como instrumento central para qualquer campanha eleitoral que busque competitividade (Figueiredo, 2000).

Sua evolução no Brasil revela-se marcada pela apropriação de recursos midiáticos distintos em cada período histórico. No Estado Novo (1937-1945), Getúlio Vargas construiu uma imagem mítica de líder nacional por meio do rádio, do cinema e da imprensa; Juscelino Kubitschek (1956-1961) destacou-se pelo carisma e pelo uso intensivo de peças publicitárias; Jânio Quadros (1961) inovou ao adotar símbolos populares, como a vassoura, articulados ao rádio e ao corpo a corpo; já durante a ditadura militar (1964-1985), a televisão consolidou-se como principal veículo de difusão da ideologia oficial. Com a redemocratização, Fernando Collor (1990-1992) inaugurou o *marketing* eleitoral profissional, explorando de modo intenso a grande mídia e os recursos tecnológicos televisivos; e, posteriormente, Fernando Henrique Cardoso (1994-2002) consolidou a indústria do *marketing* político por meio de campanhas milionárias ancoradas na narrativa de estabilidade econômica trazida pelo Plano Real (Da Rocha, 2018).

A partir desse ponto, observa-se que o marketing político nacional passou a incorporar com maior intensidade os recursos digitais e a linguagem simplificada voltada ao grande público. A eleição de Luiz Inácio Lula da Silva em 2002 representou um marco ao combinar carisma pessoal e apelo popular, consolidando um estilo de comunicação que seria ampliado em campanhas subsequentes. Já no governo Dilma Rousseff, a estratégia inicialmente centrada em propostas sociais sofreu forte desgaste diante da crise econômica, dos protestos de 2013 e

dos desdobramentos da Operação Lava Jato, cujos efeitos se estenderam ao período seguinte, culminando no processo de impeachment em 2016 e revelando os limites do discurso governista. Por sua vez, Michel Temer, que assumiu em meio a denúncias de corrupção, buscou utilizar o marketing político para projetar eficiência e estabilidade, mas enfrentou dificuldades diante da crise de governabilidade e da desconfiança popular (Da Rocha, 2018).

Desse modo, observa-se que o marketing político, embora esteja vinculado a estratégias específicas de convencimento eleitoral, integra um campo mais amplo de práticas comunicacionais. Nesse horizonte, a comunicação política pode ser compreendida como uma atividade desenvolvida por instituições e múltiplos atores sociais – como políticos, jornalistas e cidadãos – voltada à circulação de informações e atitudes em torno de questões públicas, influenciando não apenas o funcionamento da política e a regulação social, mas também a prática jornalística e a ação dos próprios representantes (Canel, 2006).

Nesse cenário, a propaganda surge como uma manifestação da comunicação política, na medida em que concentra esforços para persuadir o público em torno de ideias, partidos ou candidatos. Conforme define Gomes (2015), trata-se de práticas comunicacionais em larga escala, destinadas a divulgar conteúdos ideológicos e informativos, com a intenção de influenciar os receptores. O objetivo central consiste em moldar imagens favoráveis ou desfavoráveis acerca do tema tratado, orientando a forma como o público o interpreta.

Nessa perspectiva, Medeiros (2017) acrescenta que a propaganda política pode ser compreendida como um conjunto de técnicas voltadas a direcionar o convencimento do eleitor em relação à preferência partidária e à intenção de voto. Para tanto, manifesta-se em diferentes modalidades, como a institucional, a partidária, a intrapartidária e a eleitoral.

Por fim, Rodrigues (2023) ressalta que, enquanto a propaganda partidária busca divulgar programas e orientações do partido, a propaganda eleitoral concentra-se na captação de votos pelo candidato. Além disso, o ordenamento jurídico brasileiro prevê ainda as formas intrapartidária e institucional, sendo a primeira restrita ao âmbito interno dos partidos, utilizada por pré-candidatos para obter apoio dos filiados durante as convenções. Assim, torna-se possível organizar comparativamente as modalidades de propaganda, conforme demonstrado no quadro abaixo.

Quadro 01: Modalidades de propaganda com base no referencial teórico:



Fonte: Pelo autor, 2025.

4.2 Modalidades de propaganda política

Como vimos anteriormente, o ordenamento jurídico brasileiro prevê quatro modalidades de propaganda política: a institucional, a partidária, a intrapartidária, e a eleitoral. A propaganda política partidária, caracteriza-se como a comunicação promovida pelos partidos para angariar o respaldo da sociedade em torno de seus programas e princípios, vinculando o cidadão a partir de sua posição em relação a temas sociais e econômicos (Andrade; Sá; Costa, 2024, p. 6). A propaganda intrapartidária, por sua vez, ocorre exclusivamente entre filiadas e filiados dos partidos, direcionada a correligionárias e correligionários durante o período de escolha das candidaturas (Pinto, 2008). Seu alcance, portanto, restringe-se ao âmbito interno das legendas, funcionando como instrumento preliminar ao processo eleitoral.

Embora ambas desempenhem papel relevante para a dinâmica democrática, não constituem objeto central deste estudo. A análise concentra-se, portanto, nas formas institucional e eleitoral, que se apresentam como eixos de tensão no caso examinado, essas outras duas modalidades serão dissertadas nas seções a seguir.

4.2.1 Propaganda Institucional

Dentre as modalidades de propaganda política, a propaganda institucional busca conferir transparência às atividades da Administração, garantindo que a população tenha acesso a informações sobre programas e serviços públicos. De acordo com a Constituição de 1988, essa

publicidade deve possuir caráter informativo e social, sendo vedado seu uso para enaltecimento pessoal de autoridades (Brasil, 1988).

Partindo dessa base constitucional, é possível observar que a conceituação da propaganda institucional também foi detalhada por órgãos jurídicos. A Procuradoria-Geral do Estado do Pará (2022) define-a como a comunicação destinada a promover atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos públicos. Tal modalidade deve assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo expressamente proibida a inserção de elementos que configurem promoção pessoal de agentes públicos, conforme estabelece o art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

Sob a ótica da doutrina jurídica, o entendimento da propaganda institucional é ampliado ao se destacar sua natureza comunicacional. Segundo Gomes (2015), a publicidade institucional corresponde à comunicação oficial do Estado com a sociedade, caracterizada pelo uso de recursos públicos e pela finalidade informativa ou educativa. Embora se configure como espécie de propaganda política, não busca persuasão, mas a divulgação das ações governamentais. Ainda assim, há limites para sua utilização, justamente para impedir que se converta em instrumento de promoção pessoal e gere vantagem indevida em disputas eleitorais.

Esse entendimento é reforçado por Bucci (2015), que enfatiza que a propaganda institucional deve manter caráter exclusivamente informativo e social, não podendo ser desviada para fins de autopromoção de autoridades públicas. Isso significa que nomes, imagens e símbolos que identifiquem governantes não podem figurar em peças custeadas com verba pública. Contudo, como ressalta o autor, essa regra muitas vezes é descumprida, e a propaganda institucional se converte em prática abusiva, sendo utilizada como mecanismo de exaltação pessoal e de preparação velada para futuras disputas eleitorais.

Dessa forma, a propaganda institucional encontra limites legais justamente para evitar que se confunda com promoção pessoal ou eleitoral. Ao estabelecer restrições quanto ao uso desse tipo de comunicação, a Lei nº 9.504/1997 demarca fronteiras entre a publicidade voltada à informação pública e a propaganda com fins políticos. Essa normatividade conecta-se diretamente ao objeto desta pesquisa, uma vez que a transmissão, pela TV Brasil, de uma reunião do então presidente Jair Bolsonaro suscitou questionamentos sobre possíveis extrapolções desses limites, revelando tensões entre comunicação institucional e comunicação eleitoral em um canal público de televisão (Brasil, 1997).

Essas balizas são fiscalizadas pela Justiça Eleitoral, em especial pelo Tribunal Superior Eleitoral, órgão responsável por assegurar transparência, segurança jurídica e legitimidade ao processo democrático. Cabe a essa instância verificar quando o uso da propaganda institucional

ultrapassa os contornos normativos e passa a configurar prática irregular, reforçando os limites constitucionais que orientam a comunicação estatal (Brasil, 1997).

4.2.2 Propaganda Eleitoral

A propaganda eleitoral figura como a última modalidade de propaganda política a ser analisada. Em contraste com as modalidades intrapartidária, partidária e institucional, destinadas respectivamente ao fortalecimento dos partidos, à difusão de programas e à prestação de informações sobre a gestão pública, ela se caracteriza, como se verá, pela finalidade de captação de votos.

Nesse contexto, entende-se a propaganda eleitoral como modalidade específica da propaganda política, utilizada por candidatos que almejam disputar cargos eletivos para apresentar suas propostas e formas de governo ao eleitorado, tanto no Brasil quanto no exterior. Seu objetivo não se limita à divulgação de candidaturas, mas envolve também o convencimento dos cidadãos de que determinados nomes estão mais preparados para exercer o mandato. Versola (2020) observa que a propaganda eleitoral constitui um instrumento de difusão de ideias orientado a legitimar o processo democrático, ao influenciar as escolhas do titular da soberania popular.

O autor acrescenta que a propaganda eleitoral deve se desenvolver em conformidade com um conjunto de normas capazes de preservar a estabilidade das relações sociais e políticas. Dentre os princípios que a regem, merecem destaque: a liberdade, a igualdade, a liberdade de expressão, a legalidade e a veracidade, cuja observância fortalece a lisura do pleito e a confiança dos cidadãos. Tais princípios não esgotam o campo normativo, mas constituem referências indispensáveis, especialmente em um cenário em que as mídias sociais assumem posição cada vez mais central na dinâmica comunicacional da política.

A partir dessas considerações iniciais, torna-se possível aprofundar a análise da propaganda eleitoral sob a perspectiva dos princípios que regem sua veiculação. Essa modalidade de comunicação busca assegurar igualdade de condições entre os candidatos, permitindo que todos possam expor suas propostas em um ambiente de disputa equilibrada. Para isso, deve-se respeitar os fundamentos, princípios e garantias de que o processo comunicacional preserve sua função democrática, assegurando um pleito justo e transparente (Rodrigues, 2023).

Entre esses princípios, a liberdade ocupa papel central, na medida em que constitui a essência do Estado democrático, ao possibilitar que os cidadãos expressem expectativas, discutam temáticas e exerçam o direito ao voto. No entanto, com o advento das *fake news*¹⁷, surgem restrições necessárias para preservar a lisura do processo eleitoral (Andrade; Sá; Costa, 2024). Nessa linha, Moraes (2018) acrescenta que a manifestação do pensamento é livre e constitucionalmente garantida, não havendo espaço para censura prévia em diversões e espetáculos públicos, mas que eventuais abusos devem ser submetidos ao Poder Judiciário, sujeitando seus autores à responsabilidade civil e penal.

Além da liberdade, a igualdade também se apresenta como princípio estruturante da propaganda eleitoral. Como observa Salgado (2015), ainda que exista uma liberdade de propaganda no processo eleitoral, ela não deve ser analisada apenas no âmbito individual de cada candidato, mas no contexto do pleito como um todo, de modo a preservar a igualdade de acesso aos meios lícitos de divulgação.

Em complemento à igualdade, a liberdade de expressão representa outro princípio essencial da propaganda eleitoral. Embora fundamental, não possui caráter absoluto, pois admite limites legítimos quando voltados à proteção do próprio direito, à prevenção de discursos de ódio e à preservação da estabilidade da ordem pública. Encontrar o ponto de equilíbrio entre a livre manifestação e as restrições proporcionais constitui, portanto, uma preocupação constante das democracias contemporâneas (Andrade; Sá; Costa, 2024).

Aplicada ao processo eleitoral, essa liberdade garante que os candidatos possam expor suas ideias e propostas sem censura prévia, assegurando que os cidadãos, enquanto sujeitos centrais do regime democrático, construam sua vontade política de maneira informada e plural (Gomes, 2001).

Embora a liberdade de expressão constitua base essencial da democracia e esteja diretamente relacionada à garantia da propaganda eleitoral, seu exercício não é absoluto, devendo observar limites formais, temporais e espaciais definidos pela legislação. É nesse ponto que o princípio da legalidade se apresenta como parâmetro regulador, orientando toda a disciplina normativa da propaganda no processo eleitoral (Leal, 2021).

No campo eleitoral, a legalidade assegura que a propaganda realizada em conformidade com a lei não pode sofrer censura, seja por parte do poder público, seja por particulares. Como

¹⁷ Segundo Gekfert (2018) *fake news* refere-se à apresentação deliberada de alegações falsas ou enganosas como notícias, arquitetadas de forma sistemática, isto é, são enganosas “por design”, aproveitando os meios e canais para manipular processos cognitivos do público.

observa Rodrigues (2023), aplica-se aqui a lógica própria do direito privado: tudo aquilo que não for expressamente vedado pela norma é permitido na esfera da propaganda política.

Na sequência, o princípio da veracidade completa esse conjunto de fundamentos ao assegurar que candidatos e eleitores estejam resguardados contra a circulação de informações falsas. Conforme destaca Gomes (2020), é indispensável que os conteúdos divulgados pelos meios oficiais respeitem a verdade dos fatos.

Dessa forma, no contexto do Estado Democrático de Direito, a propaganda eleitoral assume papel central ao permitir que partidos e candidatos apresentem suas propostas e credenciais à população. Essa prática, além de legitimar a disputa política, busca convencer os eleitores da aptidão dos postulantes para exercer cargos públicos, influenciando diretamente suas escolhas no processo eleitoral (Rodrigues, 2023).

Esse processo de convencimento fundamenta-se no uso de métodos de comunicação social e em recursos de persuasão empregados pelos partidos para influenciar o eleitorado e viabilizar a conquista do poder político por meio do voto (Canel, 2006).

Desse modo, revela-se um instrumento da comunicação política, ao permitir a interação direta entre eleitores e candidatos. Nessa dinâmica, os postulantes a cargos públicos expõem propostas, ideologias e formas de governar, solicitando o voto da população. Quando inserida no processo democrático, a propaganda pode assumir tanto uma dimensão positiva quanto negativa, mas em ambos os casos contribui para ampliar o conhecimento do eleitorado sobre os concorrentes e fortalecer a autonomia cidadã, rompendo com a lógica de um Estado paternalista (Rodrigues, 2023).

Nessa linha, Gomes (2019) entende a propaganda eleitoral como aquela elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de conquistar votos, tendo em vista a disputa por determinado cargo eletivo. Segundo o autor, tal forma de comunicação difunde informações sobre a candidatura ou apresenta razões que levem o eleitor a considerar o beneficiário mais preparado para exercer a função pública em disputa. Com isso, a propaganda assume caráter estratégico ao orientar o discurso político de maneira a influenciar diretamente a decisão do eleitorado.

Enquanto objeto de análise comunicacional e política, a propaganda eleitoral também se encontra rigidamente delimitada pelo ordenamento jurídico, especialmente nos artigos 240 a 256 do Código Eleitoral e nos artigos 36 a 57 da Lei das Eleições. Cabe frisar que, em cada pleito, o Tribunal Superior Eleitoral edita resoluções com fundamento no artigo 23, IX, do Código Eleitoral e no artigo 105 da Lei nº 9.504/1997, normas de caráter estritamente

regulamentar, sem legitimidade para inovar na ordem jurídica mediante a criação de sanções ou restrições não previstas em lei (Brasil, 1997).

A polarização que caracteriza a política brasileira reforça a importância da legislação eleitoral, que protege a propaganda como expressão legítima do debate democrático, ao mesmo tempo em que impõe limites indispensáveis para evitar distorções e garantir equilíbrio no processo de escolha dos representantes. Entre esses limites, destacam-se as regras aplicáveis ao ambiente digital, que autorizam a realização da propaganda apenas em páginas oficiais, *blogs*, redes sociais e aplicativos de mensagens, sempre condicionada ao respeito às normas vigentes, de modo a assegurar que os meios digitais sigam a mesma lógica regulatória de outros veículos de comunicação (Leal, 2021).

Ao lado das permissões e restrições que moldam a propaganda eleitoral, a legislação também prevê limites temporais, cuja inobservância caracteriza a chamada propaganda antecipada. Nos termos da lei vigente no momento desta pesquisa, sua realização só é admitida a partir de 15 de agosto do ano do pleito, configurando-se irregularidade quando houver pedido expresso de voto antes dessa data. Até lá, são toleradas entrevistas, menções a pré-candidaturas e a exaltação de qualidades pessoais, desde que não impliquem solicitação direta ao eleitor (Brasil, 1997; 2015).

A tentativa de obtenção de votos por qualquer meio de comunicação, antes da data fixada em lei, configura a propaganda eleitoral antecipada, comprometendo o equilíbrio da disputa e a isonomia entre os candidatos (Andrade; Sá; Costa, 2024).

Para coibir tal prática, a Lei nº 12.891/2013 incluiu o artigo 36-B na Lei das Eleições, detalhando situações que evidenciam a antecipação indevida. Entre elas, destaca-se a utilização de redes de radiodifusão para a promoção política do chefe do Executivo ou para a realização de ataques a partidos, filiados ou instituições:

Art. 36-B. Será considerada propaganda eleitoral antecipada a convocação, por parte do Presidente da República, [...] de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem propaganda política ou ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições (Brasil, 2013, n.p).

Para o Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2022), a propaganda eleitoral antecipada não se restringe ao pedido explícito de voto antes do início oficial da campanha, mas abrange também manifestações de caráter eleitoral realizadas por meios, formas ou instrumentos proibidos pela legislação. Trata-se de uma concepção ampliada, voltada a assegurar a igualdade de condições entre os candidatos e a impedir práticas que, mesmo na fase de pré-campanha,

possam comprometer o equilíbrio da disputa. Essa mesma lógica protetiva fundamenta também o regime das vedações eleitorais, cuja análise se mostra igualmente necessária.

A imposição dos limites da propaganda antecipada é a de estender, ao período pré-eleitoral, as mesmas restrições impostas durante a campanha. Dessa forma, atos proibidos legalmente no curto período oficial não se tornam aceitáveis em fase anterior, assegurando que a pré-campanha não seja espaço de distorção normativa capaz de gerar vantagens comparativas indevidas (TSE, 2022).

Como já se observou, o Tribunal Superior Eleitoral exerce a função de garantir que a propaganda respeite os parâmetros constitucionais. Contudo, a própria Corte estabelece que essa intervenção deve ser mínima e reservada a hipóteses de infração legal. Foi nesse tom que Fernando Tasse afirmou, em seminário realizado pelo TSE em 2018, que a norma editada pelo Tribunal se tornou a “instância principal” para nortear os juízes em suas decisões sobre propaganda eleitoral (Brasil, 2018).

Sob a ótica comunicacional, o artigo 243 do Código Eleitoral introduziu limites objetivos à propaganda, impedindo a difusão de mensagens que pudessem incitar conflitos, preconceitos ou desordem pública. Elaboradas durante a ditadura, essas vedações revelam uma tentativa de conter a crítica e preservar o controle governamental sobre os discursos em circulação. A norma também proíbe conteúdos que atinjam a honra de autoridades ou instituições, evidenciando que a liberdade de expressão, ainda que central para a democracia, não se exerce de forma ilimitada, devendo observar balizas que coíbam abusos (Brasil, 1965).

A comunicação eleitoral também é marcada por cuidados em relação à veracidade do conteúdo. O artigo 323 da Lei nº 4.737/1965 estabelece que não se admite a veiculação de fatos sabidamente falsos em propagandas ou campanhas, justamente porque a desinformação pode distorcer escolhas e fragilizar a confiança nas instituições democráticas. Dessa forma, a norma busca proteger o eleitor e preservar um ambiente de debate baseado em informações minimamente confiáveis (Andrade; Sá; Costa, 2024).

A Resolução nº 23.610/2019, ao introduzir o art. 9-A, reforçou a preocupação com os efeitos da desinformação no ambiente eleitoral. A norma inova ao estabelecer que não apenas os candidatos devem competir em condições de igualdade, mas que também a confiança da população no processo de votação e apuração precisa ser protegida. Nesse sentido, a divulgação de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente distorcidos passa a ser considerada prática irregular, uma vez que ameaça a credibilidade do sistema democrático (Brasil, 2019).

O debate em torno da propaganda eleitoral evidencia que, embora seja instrumento legítimo de comunicação política, seu uso deve respeitar limites para garantir a igualdade entre

candidatos e a integridade do processo democrático. Quando ultrapassados esses contornos, especialmente no caso de utilização abusiva de meios de comunicação, a prática pode ser enquadrada como abuso de poder político ou econômico, ensejando sanções severas. Nesse sentido, o TSE tem reconhecido que estratégias como disparos em massa de mensagens digitais com conteúdos falsos ou distorcidos, bem como transmissões oficiais voltadas à promoção pessoal, configuram infrações capazes de comprometer a normalidade e a legitimidade das eleições, resultando, inclusive, em declarações de inelegibilidade (TSE, 2022).

5. DA TV BRASIL

Em continuidade às discussões sobre comunicação pública e mídia pública e sobre propaganda eleitoral, este capítulo tem por objetivo analisar a TV Brasil como *locus* institucional central do caso em estudo. Parte-se da visão de que a reunião do então presidente Jair Bolsonaro com embaixadores estrangeiros, transmitida pela TV Brasil, só pode ser adequadamente interpretada à luz da trajetória jurídica, política e institucional da emissora e da EBC, bem como das tensões históricas entre interesse público, uso estatal e disputas governamentais pelo controle da comunicação.

Na seção 5.1, “A criação da EBC e da TV Brasil: promessas e desafios”, apresenta-se o processo de criação da EBC e da TV Brasil, destacando as expectativas de consolidação de um sistema público de comunicação, os fundamentos legais e as ambiguidades presentes desde a origem, em especial no que se refere à natureza estatal da empresa, à dependência orçamentária do governo federal e às disputas em torno da autonomia editorial.

A seção 5.2, “O início do desmonte da EBC”, examina as transformações ocorridas a partir do governo Michel Temer, com ênfase nas mudanças normativas, na alteração da estrutura de governança e na redução dos mecanismos de participação social e controle público. Discute-se como esse processo fragilizou o projeto de comunicação pública e abriu espaço para uma maior subordinação da empresa a interesses governamentais de curto prazo.

Por fim, a seção 5.3, “A TV Brasil no governo Bolsonaro: usos políticos e tensionamentos”, analisa a forma como a TV Brasil foi apropriada durante o governo Bolsonaro, com destaque para a fusão com o canal estatal de comunicação governamental, para a crescente personalização da cobertura e para os episódios de instrumentalização política da grade. Essa trajetória permite visualizar as condições que possibilitaram o uso da emissora na reunião com embaixadores, aprofundando as tensões entre a finalidade pública da comunicação e a sua utilização como ferramenta de promoção política em contexto eleitoral.

5.1 A criação da EBC e da TV Brasil: promessas e desafios

Nesta seção, observa-se como os conceitos de comunicação pública, mídia pública e propaganda eleitoral se concretizam em experiências institucionais no Brasil. Nesse contexto, a TV Brasil é analisada por se constituir como o principal projeto de televisão pública nacional

e por estar diretamente vinculada à EBC. Sua criação representa um marco na tentativa de consolidar um sistema público de comunicação no país. A análise parte das condições políticas, jurídicas e estruturais que possibilitaram o surgimento da EBC e da TV Brasil, considerando os desafios para afirmar uma comunicação voltada ao interesse coletivo, à pluralidade de vozes e à cidadania.

Nesse contexto, destaca-se o papel da sociedade civil na formulação de propostas para a comunicação pública. Em 2006, o governo federal iniciou um diálogo com atores sociais interessados na construção de um sistema público de comunicação. Sob coordenação do Ministério da Cultura, foi realizado o I Fórum Nacional de TVs Públicas, em maio de 2007, em Brasília. O evento resultou na Carta de Brasília, um documento que propôs diretrizes fundamentais para o desenvolvimento de uma televisão pública democrática e independente, incluindo aspectos legais, programáticos e estruturais (Amorim, 2023).

A criação da EBC insere-se nesse horizonte, sendo inicialmente instituída pela Medida Provisória nº 398, de 10 de outubro de 2007, e formalizada por meio do Decreto nº 6.246/2007 e, posteriormente, pelo Decreto nº 6.689/2008. A estrutura legal foi consolidada com a sanção da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que definiu os princípios e objetivos da radiodifusão pública, autorizando a constituição da empresa. Vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a EBC foi concebida como entidade pública federal com orçamento próprio e missão de garantir um serviço de comunicação de interesse público (Sena; Leal, 2021).

Da mesma forma, a proposta de criação da EBC surge como resposta à necessidade de instituir uma rede pública nacional de comunicação, guiada por princípios de autonomia editorial e financeira. O projeto previu mecanismos institucionais para garantir essa independência, como o mandato fixo de quatro anos e não coincidente do diretor-presidente com o do mandato de quem ocupasse a presidência da República, a atuação de um Conselho Curador com função avaliativa e fiscalizadora, e a criação de uma Ouvidoria para dialogar com a sociedade civil. Apesar dessas garantias formais, a autonomia financeira jamais se concretizou na prática: a EBC manteve-se amplamente dependente do orçamento da União, revelando a fragilidade estrutural do modelo frente às dinâmicas político-institucionais brasileiras (Dionízio, 2022).

Nesse contexto, a fundação da EBC, em 2008, representou um avanço simbólico na institucionalização da radiodifusão pública no Brasil, ao reunir os antigos canais da Radiobrás e lançar a TV Brasil sob diretrizes legais inovadoras. A EBC resultou da fusão de duas instituições com trajetórias distintas na comunicação pública: a Radiobrás, estatal federal

marcada pela subordinação ao governo, e a TV Educativa (TVE), vinculada à Fundação Roquette Pinto, com relativa autonomia institucional. A Radiobrás era responsável por um amplo conjunto de veículos públicos, como a Agência Brasil, a Radioagência Nacional, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro e, especialmente, a NBR, canal voltado à cobertura direta dos atos do Poder Executivo, com forte viés governamental (Bucci; Vannuchi, 2021).

Apesar da promessa de autonomia editorial e gestão democrática prevista na Lei nº 11.652, a estrutura criada manteve a centralização do poder decisório no Executivo: o Conselho de Administração, instância máxima da empresa, ficou sob controle do governo federal, enquanto o Conselho Curador, composto por membros indicados pela Presidência, teve apenas funções consultivas, sem poder efetivo de deliberação (Bucci; Vannuchi, 2021; Moraes, 2009; Castilho, 2020).

Com base nessa estrutura fragilizada, Bucci e Vannuchi (2021) são categóricos ao afirmar que a EBC, conseqüentemente, a TV Brasil, nasceu e cresceu com um defeito de origem: sua natureza jurídica de empresa estatal, nos moldes da velha Radiobrás. Para evitar o enfrentamento e manter a audiência dos interesses da indústria da TV (do capital) no Brasil desde a Velha República, o governo federal criou uma Radiobrás reeditada. Segundo os autores:

O governo federal tinha diante de si a oportunidade de acabar com as estruturas de comunicação viciadas do Estado autoritário [...]. Poderia inaugurar uma instituição renovada, nos moldes, ainda que aproximados, de organizações mais modernas, como as que administram emissoras públicas alemãs, francesas, suíças, britânicas ou estadunidenses. [...] Seus criadores poderiam, por exemplo, desenhar uma organização de direito privado, sem fins lucrativos, que tivesse um conselho de representantes da sociedade civil no seu controle [...]. Também não quiseram ir por aí (Bucci; Vannuchi, 2021, p. 212).

Como consequência, ao adotar a forma de empresa estatal para a EBC, com cargos de direção controlados pelo Executivo, o governo acabou por reeditar a lógica da antiga Radiobrás. A tentativa de conferir legitimidade à nova estrutura por meio da criação de instrumentos participativos, como uma ouvidoria e um conselho curador com representação da sociedade civil, revelou-se ineficaz. Tais mecanismos, ainda que bem-intencionados, não foram suficientes para romper com a tradição de subordinação governamental (Bucci; Vannuchi, 2021).

Todavia, enquanto Bucci e Vannuchi (2021) apontam a EBC como uma emissora subordinada ao governo federal, Dionízio (2022) propõe uma leitura distinta, mas igualmente crítica. Para ela, a EBC foi estruturada com mecanismos de governança que procuravam

proteger, minimamente, sua linha editorial de interferências políticas. Devido a presença de instrumentos como o Conselho Curador e a Ouvidoria, que promoviam uma participação da sociedade civil em sua gestão. Contudo, tal proteção nunca foi absoluta, já que a dependência orçamentária da União e as disputas em torno da governança colocaram em dúvidas a promessa de autonomia plena (Dionízio, 2022).

Além disso, em 2009, durante o II Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em Brasília, diversas entidades da sociedade civil organizaram um movimento de pressão sobre o Congresso Nacional com o objetivo de atualizar a regulamentação e os modelos de financiamento das emissoras públicas de televisão. Uma das principais reivindicações foi a regulamentação da presença dos canais da cidadania, da educação, da cultura e dos poderes constituídos na TV digital aberta. O evento resultou na elaboração da II Carta de Brasília, que defende a existência de três sistemas de radiodifusão no país: o sistema privado, com fins lucrativos; o sistema público estatal, voltado à divulgação dos atos institucionais; e o sistema público não estatal, sob gestão de um órgão colegiado representativo da sociedade, sem maioria governamental (Amorim, 2023).

Embora o contexto da radiodifusão pública brasileira sempre tenha sido complexo, o período entre 2008 e o início de 2016 representou um momento de relativa democratização da EBC, garantida, em parte, pela presença do Conselho Curador. Esse colegiado, com funções consultivas e deliberativas, foi um dos principais mecanismos de participação social implantados na estrutura da empresa (Pinheiro, 2022).

Apesar de mais identificada apenas como a TV Brasil, até 2016, a EBC abrangia um conjunto mais amplo de veículos, incluindo rádios, agências de notícias e plataformas digitais. Além da gestão de canais públicos de comunicação, a empresa também executava serviços como a produção de conteúdos oficiais, a geração do programa radiofônico A Voz do Brasil, a veiculação de publicidade legal de órgãos federais, o serviço de *clipping*¹⁸ para os ministérios e o licenciamento de produtos audiovisuais. Destaca-se ainda a criação da Rede Nacional de Rádio, que amplia o alcance informativo do governo em locais remotos (Dionízio, 2022).

A imagem 01, a seguir, elaborada por Dionízio (2022), apresenta os principais veículos e produtos da EBC, bem como os serviços prestados pela empresa nos primeiros anos de funcionamento, evidenciando sua estrutura e funções no campo da comunicação pública (Dionízio, 2022).

¹⁸ O serviço de *clipping* da TV Brasil consiste no monitoramento, seleção e disponibilização de matérias jornalísticas e conteúdos de mídia de interesse governamental e institucional, reunidos em boletins para consulta interna e pública.

Imagem 01: veículos e produtos da EBC



Fonte: Dionízio (2022).

Além disso, desde sua criação, a EBC já recebeu mais de cem prêmios jornalísticos no Brasil, sendo reconhecida inclusive pela imprensa comercial como referência na produção de conteúdo jornalístico. Mesmo assim, sua legitimidade segue sendo questionada por essa mesma imprensa, que frequentemente a representa de maneira negativa, com base no argumento de que a mídia pública brasileira seria historicamente incapaz de se manter independente em relação aos governos atuais, o que justificaria sua extinção (Dionízio, 2022).

Nesse cenário, marcado por crescente instabilidade institucional e crise política, o Poder Executivo passou a promover alterações no modelo institucional da empresa, enfraquecendo seu caráter público. Tais mudanças foram amparadas por um discurso de racionalização e eficiência administrativa, que ocultava a tentativa de subordinar a comunicação pública a interesses governamentais. Como forma de resistência a essas medidas e à lógica que as sustenta, emergiram mobilizações articuladas por trabalhadoras e trabalhadores da EBC, ativistas da comunicação pública e segmentos da sociedade civil. Essas iniciativas passaram a reivindicar uma comunicação comprometida exclusivamente com valores democráticos, combatendo os enquadramentos na oposição entre mídia pública à mídia privada (Dionízio, 2022).

A seguir, este trabalho abordará os eventos que marcaram o início do desmonte da EBC durante o governo de Michel Temer, bem como os usos políticos e ideológicos da empresa sob a gestão de Jair Bolsonaro, especialmente no contexto do caso analisado nesta pesquisa.

5.2 O início do desmonte da EBC

A crise política, marcada pelo processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016, desencadeou uma série de transformações institucionais no Estado brasileiro, sob a justificativa de austeridade fiscal e enxugamento da máquina pública. Nesse cenário, a EBC tornou-se um dos primeiros alvos do novo governo. Apenas cinco dias após a instauração do processo de afastamento, o então diretor-presidente Ricardo Melo foi exonerado, mesmo com mandato legal vigente, o que evidenciou a fragilidade dos mecanismos de proteção à autonomia da empresa (Dionízio, 2022; Lopes, 2018). A exoneração foi seguida pela edição da Medida Provisória nº 744/2016, posteriormente convertida na Lei nº 13.417/2017, que promoveu alterações estruturais profundas no modelo de governança da EBC (Sena; Leal, 2021).

O controle político exercido pelo governo federal sobre a EBC afeta sua estrutura de gestão e limita os mecanismos democráticos de participação social. Até 2016, a empresa era conduzida por quatro órgãos principais: conselho curador, conselho administrativo, diretoria executiva e conselho fiscal (Amorim, 2023).

Estruturado para garantir a autonomia e a função pública da EBC, o Conselho Curador exercia papel central na orientação editorial da empresa, zelando pelo alinhamento de sua programação às diretrizes legais e aos interesses da sociedade. Composto por 22 representantes nomeados pelo Presidente da República, o órgão consultivo e deliberativo buscava proteger os conteúdos produzidos de interferências governamentais e mercadológicas. Além disso, fomentava a participação social e tinha a prerrogativa de emitir voto de desconfiança à diretoria da empresa, caso identificasse desvios das finalidades educativas, culturais e informativas previstas em lei (Lopes, 2018).

A intervenção na EBC foi consolidada em 1º de março de 2017, com a sanção da Lei nº 13.417, que alterou a Lei nº 11.652/2008 para incorporar o conteúdo da Medida Provisória nº 744/2016, editada ainda durante o governo Temer. Essa nova legislação suprimiu o mandato fixo do diretor-presidente, reduzindo-o de quatro para dois anos, transferiu a subordinação da empresa da Secretaria de Comunicação Social para a Casa Civil da Presidência da República e

extinguiu o Conselho Curador, principal instância de participação social, substituindo-o por um Comitê Editorial e de Programação com número reduzido de membros e funções limitadas ao âmbito interno da empresa. Além disso, concentrou-se a gestão editorial nas mãos da Diretoria Executiva, sob influência direta do Executivo, fragilizando os mecanismos de autonomia e controle social que vinham sendo construídos desde a criação da EBC (Bucci; Vannuchi, 2021; Castilho, 2020).

Nesse contexto, os estudos apontam que tais mudanças provocaram impactos diretos sobre o caráter público da empresa, reduzindo significativamente sua capacidade de cumprir funções essenciais, como a promoção da pluralidade, da liberdade de expressão, da cidadania e do interesse público. Esses valores passaram a colidir com uma retórica dominante de austeridade e enxugamento do Estado, que retratava a EBC como uma estrutura ineficiente, dispendiosa, corrompida por interesses políticos e, em última instância, desnecessária à sociedade (Dionízio, 2022). O alcance dessas alterações torna-se ainda mais preocupante quando se considera que a EBC representa a única empresa de comunicação federal formalmente reconhecida como pública no país, sendo, portanto, um espaço estratégico para a promoção da cidadania e da diversidade de vozes. (Amorim, 2023).

A autora complementa que setores da mídia tradicional empresarial contribuíram para a deslegitimação da EBC durante o governo Temer, ao promover uma narrativa de ineficiência, desperdício e aparelhamento político. Foram veiculadas críticas à gestão da empresa, com denúncias sobre supostos excessos administrativos, uso político da estrutura e alegações de inchaço na folha de pagamento. Em espaços de opinião e reportagem, construíram-se imagens que associavam a EBC ao fracasso técnico e editorial, além de reforçar sua vinculação a antigos governos. Ao longo dessas representações, a EBC foi retratada como uma estatal sem audiência, onerosa e vulnerável à manipulação, o que fragilizava ainda mais seu caráter público e comprometia seu papel institucional como promotora da comunicação pública (Dionízio, 2022).

Esse conjunto de alterações demonstra que o processo de fragilização da comunicação pública no Brasil não se deu apenas por cortes orçamentários ou retóricas de eficiência, mas também por meio de medidas concretas de reestruturação institucional. As consequências foram imediatas: cortes orçamentários sucessivos, desligamentos de jornalistas, redirecionamento editorial e até a discussão sobre a extinção da TV Brasil. No governo Bolsonaro, o quadro se agravou com a inclusão da empresa entre as estatais a serem privatizadas, processo consolidado em 2021 com sua inserção formal no Plano Nacional de Desestatização (Dionízio, 2022).

No mesmo período, a EBC foi submetida a um processo de desmonte institucional, com demissões, restrições à autonomia editorial e cortes em coberturas críticas, enquanto a imprensa comercial tratava essas ações como medidas de austeridade. A exceção foi a revista *Carta Capital*, que denunciou a precarização das condições de trabalho e a exclusão do conceito de comunicação pública do Mapa Estratégico da empresa, evidenciando o esvaziamento de seu caráter público (Dionízio, 2022).

A imprensa exerceu papel decisivo na construção de sentidos sobre a EBC, muitas vezes legitimando sua transformação em instrumento governamental ao privilegiar críticas políticas e orçamentárias, ainda que parte da imprensa progressista tenha denunciado o esvaziamento da empresa como sinal de retrocesso democrático, embora carecesse de propostas institucionais consistentes para uma comunicação pública efetivamente plural e cidadã (Dionízio, 2022).

No Congresso Nacional, houve posicionamentos divergentes em relação à EBC. Enquanto alguns parlamentares destacaram seu valor como patrimônio público e criticaram o enfraquecimento da comunicação pública em favor de interesses privados, outros a acusaram de ser um “cabide de emprego” e de promover proselitismo político. O debate girou em torno da distinção entre o que é público e o que é estatal, com alertas sobre os riscos de a empresa se tornar um veículo “chapa-branca¹⁹”, subordinado aos interesses do governo (Dionízio, 2022).

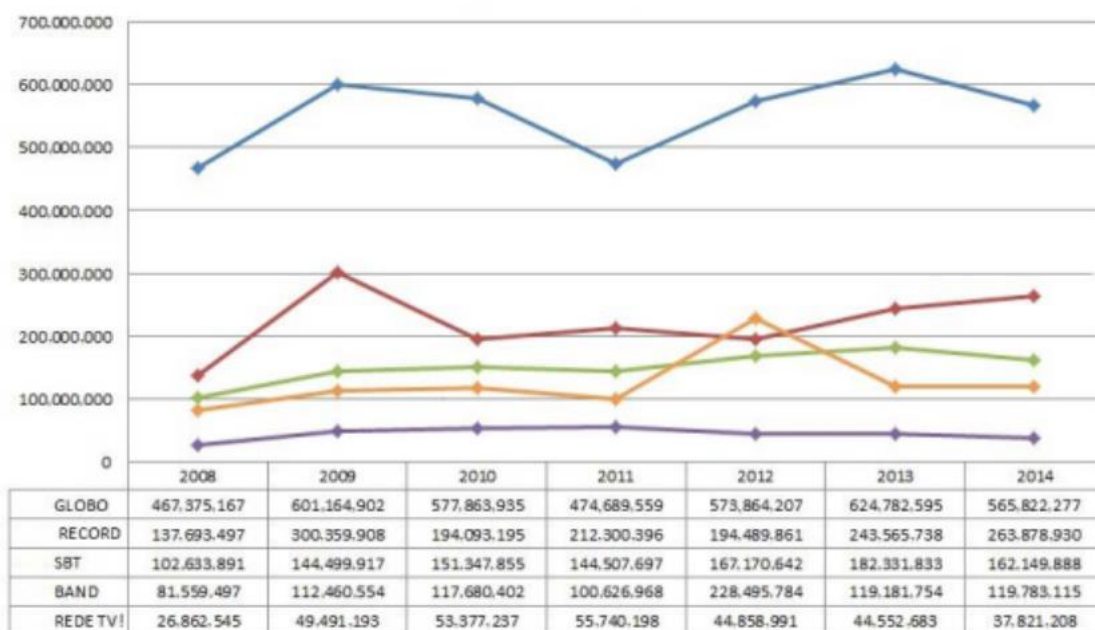
O desmonte da EBC não deve ser compreendido como um fenômeno isolado, mas como parte de um contexto mais amplo de precarização das políticas públicas no Brasil após o *impeachment* de 2016. Lopes (2018) destaca que esse processo está vinculado à adoção de medidas de austeridade que fragilizaram direitos sociais, como a reforma trabalhista de 2017, a redução dos investimentos em saúde e educação e as propostas de reforma da previdência. Inserida nesse cenário de retrocesso institucional e forte impopularidade do governo, a EBC tornou-se um instrumento estratégico na relação entre Executivo, mercado e mídia hegemônica. Como observam Gadelha e Trufi (2017), o índice de reprovação do governo Temer alcançava 75,6%, o mais elevado desde o fim da ditadura.

Além disso, uma das estratégias do governo Temer para viabilizar reformas impopulares, como a da Previdência, foi ampliar significativamente os gastos com publicidade institucional. Prazeres (2017) aponta que, apenas em 2017, foram investidos R\$100 milhões em campanhas voltadas à aprovação da reforma, de um total previsto de R\$180 milhões.

¹⁹ Governismo chapa-branca é a prática de alinhar rigidamente a linha editorial dos veículos estatais aos interesses e narrativas do governo de turno, funcionando como um braço de propaganda oficial, em vez de promover informação pública independente e plural (Bucci; Vannuchi, 2021).

Ao entrar na discussão sobre os gastos com comunicação pública e publicidade institucional, torna-se necessário observar a distribuição de recursos entre os principais veículos de mídia e a EBC. O gráfico 01, a seguir, elaborada por Santos e Lopes (2018) apresenta dados referentes aos investimentos realizados entre 2008 e 2014.

Gráfico 01: Gastos do governo federal com publicidade entre 2008 e 2014



Fonte: Santos e Lopes (Latin American Perspectives (2018, p. 147).

A análise dos dados demonstra uma clara assimetria na destinação dos recursos públicos. De acordo com Santos e Lopes (2018), entre 2008 e 2014, o governo federal investiu cerca de R\$7,2 bilhões em publicidade institucional nas cinco maiores redes de televisão do país. Desse total, aproximadamente R\$3,8 bilhões foram direcionados exclusivamente à Rede Globo. Esse montante representa o dobro do valor destinado a todas as emissoras da EBC no mesmo período, evidenciando a prioridade dada aos veículos comerciais em detrimento da comunicação pública.

Nesse cenário de desequilíbrio na distribuição de recursos, emerge um debate mais amplo sobre o financiamento da radiodifusão pública no Brasil. O tema é recorrente e envolve diferentes perspectivas. Enquanto autores como Bucci (2013) defendem o modelo exclusivamente estatal, outros, como Leal Filho (2007), propõem a diversificação das fontes, incluindo doações privadas e taxas sobre grandes consumidores.

Com base nessas duas principais concepções de financiamento, público e misto, para a radiodifusão pública, e a partir da análise da série histórica do orçamento da Empresa Brasil de

Comunicação, observa-se que a empresa sofreu reduções significativas nos últimos anos. Como aponta Lopes (2015), o orçamento da EBC sempre foi modesto, o que limita sua capacidade de investimento em novos programas. Esses dados podem ser visualizados na tabela a seguir.

Tabela 01: Redução no orçamento da EBC

ANO	TESOURO (MILHÕES DE R\$)	VARIAÇÃO %
2008	305,4	-
2009	360,0	18
2010	395,5	9,8
2011	461,3	16,6
2012	411,6	-10,7
2013	401,2	-2,5
2014	505,4	26,0
2015	547,6	8,34
2016	352,7	-35,6
2017	282,8	-21,2
2018	245,9	-13,04

Fonte: Lopes (2015) e Portal da Transparência 2018.

Os dados apresentados reforçam a análise de Lopes (2018), que aponta a vulnerabilidade da EBC diante da dependência do orçamento estatal, cujos repasses variaram inclusive entre gestões de um mesmo partido. Houve um aumento de 51% entre 2008 e 2011, durante o governo Lula, seguido por uma queda de 23,5% no governo Rousseff e uma redução ainda mais acentuada, superior a 30%, na transição para o governo Temer.

Com isso, os cortes orçamentários sucessivos afetaram diretamente a principal emissora da EBC, a TV Brasil, inviabilizando sua missão institucional. Na visão de Lopes (2018), a redução de recursos restringiu ainda mais a programação, dificultando o cumprimento do papel democrático e cidadão da radiodifusão pública, conforme estabelecido no artigo 3º, inciso III da Lei nº 11.652/2008, segundo o qual é princípio da radiodifusão pública “fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação” (Brasil, 2008). Superada essa fase, a análise seguinte volta-se ao governo Bolsonaro, iniciado em 2019, quando o esvaziamento da EBC ganhou novas dimensões e estratégias.

5.3 A TV Brasil no governo Bolsonaro: usos políticos e tensionamentos

Após um período de esvaziamento orçamentário que marcou os anos finais do governo Dilma Rousseff e a gestão Temer, a eleição de Jair Bolsonaro em 2018 inaugurou uma fase distinta na condução da política pública de comunicação. O contexto político a partir de 2019 recolocou em pauta a proposta de privatização da Empresa Brasil de Comunicação, bandeira assumida ainda na campanha presidencial. Além dessa intenção, o período foi atravessado por diversos episódios de controvérsia institucional, como a militarização da gestão, a fusão entre canais públicos e estatais, denúncias de censura, práticas de assédio moral e o fechamento de estruturas regionais, conforme destaca Dionízio (2022). A seguir, examinam-se esses e outros elementos que caracterizaram o uso político da EBC e os tensionamentos com os princípios que deveriam nortear sua função pública.

Nesse ambiente, marcado por interferências institucionais e instabilidade interna, consolidou-se também uma rejeição explícita à ideia de uma comunicação pública autônoma. Durante o governo Bolsonaro, a concepção de uma TV pública livre de pressões do mercado e do próprio Estado foi substituída por um discurso afinado ao ideário neoliberal. O ex-presidente passou a associar a baixa audiência da TV Brasil à sua suposta inutilidade e defendeu sua extinção ou privatização, argumentando que, por se tratar de um canal estatal financiado com recursos públicos, deveria ser lucrativo ou ser eliminado. Essa visão reforça a lógica do Estado mínimo e impõe à comunicação pública critérios mercadológicos de audiência e rentabilidade, em clara dissonância com os princípios estabelecidos na legislação brasileira (Amorim, 2023).

Tais declarações de Bolsonaro, entretanto, não apresentavam justificativas amparadas no arcabouço legal que regula a comunicação pública no Brasil, desconsiderando, por exemplo, o artigo 223 da Constituição Federal, que estabelece o princípio da complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal, e a Lei nº 11.652/2008, que define os objetivos da radiodifusão pública e autoriza a criação da própria EBC como empresa da administração indireta (Pinheiro, 2022). Ao assumir a Presidência em 2019, contudo, a estratégia adotada seguiu outra direção. O discurso de desmonte foi gradualmente substituído por uma proposta de reestruturação interna, com a permanência da empresa sendo confirmada por declarações públicas do então ministro da Secretaria de Governo, Carlos Alberto dos Santos Cruz, que indicava a realização de ajustes, mas não o encerramento da instituição (Bucci; Vannuchi, 2021).

No início da gestão, a sinalização oficial era de que a EBC teria sua estrutura reduzida, e não eliminada. Nesse contexto, a cobertura jornalística tradicional reforçou a narrativa, já presente desde o governo Temer, de que governos sucessivos tendem a se apropriar politicamente da empresa pública. Com isso, desloca-se o foco da discussão sobre o apagamento de seu caráter público e desconsidera-se o posicionamento de setores que defendem sua missão original, com o novo governo limitando seu papel à simples veiculação de conteúdos oficiais. Além disso, o processo de reestruturação incluiu a nomeação de militares para cargos de chefia e a intensificação de práticas de censura editorial, evidenciando o esvaziamento político e institucional da EBC (Dionízio, 2022).

Com o avanço da gestão, o ex-presidente, ciente do potencial estratégico da comunicação estatal, não demonstrou qualquer intenção concreta de extinguir a EBC. Apesar de a privatização ter sido uma bandeira de campanha, tal proposta foi postergada. Composto por defensores fervorosos da propaganda política, o grupo bolsonarista rapidamente reconheceu na empresa uma ferramenta valiosa. Em pouco tempo, aprendeu-se a utilizar o aparato da comunicação oficial como instrumento de promoção de interesses governamentais, adotando um discurso chapa-branca afinado à lógica do poder (Bucci; Vannuchi, 2021).

Neste mesmo período, a EBC passou por um novo ciclo de instrumentalização política, marcado por severas interferências institucionais e editoriais. Em abril de 2019, um decreto presidencial integrou a TV Brasil (emissora de perfil público) à TV NBR (canal de natureza estatal voltado à comunicação do Executivo). Essa fusão comprometeu frontalmente os princípios que norteiam a radiodifusão pública, como a autonomia editorial e o pluralismo informativo. Casos de censura explícita tornaram-se frequentes, incluindo a retirada de pautas relacionadas ao assassinato de Marielle Franco, ao julgamento da suspeição do ex-juiz Sergio Moro e à cobertura crítica da pandemia da Covid-19 (Pinheiro, 2022). Tais episódios evidenciam como a comunicação pública foi gradualmente moldada para favorecer a agenda governamental.

Apesar das promessas de campanha e das pressões pela extinção da EBC, impulsionadas por críticas à sua audiência (Feltrin, 2019), a estrutura da empresa foi mantida e redirecionada a serviço dos interesses do Executivo. A fusão entre os dois canais não apenas promoveu a sobreposição de funções entre os sistemas público e estatal, como também desfigurou a natureza jurídica da EBC, violando o inciso VIII, § 2º, da Lei nº 11.652/2008, que assegura sua autonomia editorial (Sena; Leal, 2021). Como resultado, o telejornal público “Repórter Brasil” foi substituído pelo noticiário governamental “Brasil em Dia”, e o boletim “Notícia Agora” deu lugar ao “Governo Agora”, numa transição simbólica e prática rumo à propaganda institucional.

A Portaria nº 216/2019, assinada por Alexandre Henrique Graziani Jr., então presidente da EBC, oficializou a unificação das grades de programação, e com isso aprofundou-se a diluição das fronteiras entre comunicação pública e governamental. Embora o texto da portaria declare respeito ao princípio da complementaridade dos sistemas, previsto no artigo 223 da Constituição, a prática revelou o contrário: conteúdos infantis passaram a ser interrompidos para transmissões ao vivo de atos do Executivo; entrevistas com representantes das Forças Armadas tornaram-se frequentes na grade; e sedes regionais, como a do Maranhão, foram encerradas, tudo em nome de uma suposta racionalização administrativa, revelando-se na prática um mecanismo (Castilho, 2020; Dionízio, 2022). Soma-se a isso o veto terminológico imposto a jornalistas da empresa, que foram proibidos de utilizar palavras como “golpe” e “ditadura” em reportagens históricas, configurando uma forma explícita de cerceamento editorial e reafirmando o distanciamento da EBC em relação aos princípios democráticos de pluralidade e interesse público (Barreto, 2019).

Um dos exemplos mais emblemáticos dessa sobreposição entre comunicação pública e governamental foi a transmissão, em pleno período eleitoral, da reunião com embaixadores realizada em 18 de julho de 2022. Tomada aqui como objeto de estudo, a reunião é examinada quanto à forma e ao contexto de sua transmissão pela TV Brasil, evidenciando como práticas governamentais podem deslocar a função pública da emissora. Tal episódio ilustra, de forma concreta, os riscos do uso político da EBC e marca o aprofundamento de sua instrumentalização no interior do aparelho estatal (Vieira; Kischinhevsky, 2025).

A ampla visibilidade conferida ao então chefe do Executivo na grade da TV Brasil, ainda que essa emissora tenha sido criada juridicamente como pública, tornou-se possível graças à fusão com a TV NBR, canal estatal criado em 1998 com a finalidade específica de transmitir os atos oficiais do governo federal. Ao fundir uma estrutura de natureza pública com outra de perfil estritamente governamental, abriu-se caminho para que a comunicação estatal ocupasse os espaços que deveriam ser reservados à comunicação pública. Como observam Bucci e Vannuchi (2021):

Um governo de extrema direita sem pruridos e integrados por ativistas obsessivos da propaganda política, não desprezaria uma ferramenta de comunicação de grande porte como a TV Brasil. O bolsonarismo não jogaria a EBC fora. Mesmo criada por Lula, não iria fechá-la de forma alguma (Bucci; Vannuchi, 2021, p. 223).

Entre janeiro de 2019 e julho de 2020, a Empresa Brasil de Comunicação contabilizou 138 denúncias de censura e interferência política indevida, com impactos significativos

sobretudo nas editoriais de política e direitos humanos. Temas como a pauta indígena, o desmatamento na Amazônia e outras questões socioambientais foram alvos recorrentes de restrições editoriais. Paralelamente, a identidade visual da empresa foi modificada para os tons verde e amarelo, simbolicamente alinhados ao discurso nacionalista do governo, enquanto os perfis institucionais nas redes sociais foram unificados sob a marca “TV Brasil.gov”, dificultando ainda mais a distinção entre comunicação pública e comunicação estatal. No final de 2019, a EBC passou a integrar o Programa de Parcerias de Investimentos (PPI), autorizando a realização de estudos para avaliar a viabilidade de parcerias, venda parcial ou total de ativos da empresa (Dionízio, 2022). Essas medidas, que reforçam o processo de descaracterização da comunicação pública, podem ser contextualizadas a partir de uma ilustração comparativa que sintetiza as principais mudanças estruturais enfrentadas pela EBC entre 2016 e 2019.

Imagem 02: mudanças estruturais na EBC entre 2016 e 2019



Fonte: Dionízio (2022).

A inclusão da EBC no Programa de Parcerias de Investimentos (PPI), por meio do Decreto nº 10.354/2020, e sua posterior entrada no Programa Nacional de Desestatização, em

março de 2021, reforçam o avanço de uma política de desmonte da comunicação pública. Embora já estivesse no PPI desde o governo Temer, foi sob a gestão de Jair Bolsonaro que essa agenda ganhou novo fôlego, sendo resgatada como promessa de campanha. Mesmo sem concretizar a privatização, manter o tema em circulação funcionava como resposta simbólica às pressões de grupos aliados ao governo, evidenciando o uso estratégico da política pública de comunicação para fins ideológicos (Pinheiro, 2022).

Ainda que a privatização da EBC não tenha se concretizado, sua inclusão no Plano Nacional de Desestatização marcou o início de um processo contínuo de enfraquecimento institucional. Cerca de 25% do quadro funcional foi reduzido por meio de um Plano de Demissão Voluntária, e diversas ações comprometeram os princípios que orientam a comunicação pública. Entre elas, destaca-se o uso crescente da grade da TV Brasil para transmissões de atos do Executivo, inclusive com conteúdos que podem configurar propaganda eleitoral fora do alcance de fiscalização do TSE. Além disso, os editais de *pitching* voltados à produção independente foram descontinuados, e novelas religiosas com teor racista passaram a ser adquiridas e exibidas pela emissora, evidenciando o aprofundamento do distanciamento entre a EBC e sua missão pública (Dionízio, 2022).

Durante o governo Bolsonaro (2019–2022), a TV Brasil foi amplamente instrumentalizada, sendo identificada como veículo de promoção pessoal do presidente, a ponto de ser chamada de “TV de Bolsonaro” pela mídia privada. Apenas entre janeiro e outubro de 2021, a emissora transmitiu 177 eventos com sua participação, somando mais de 7 mil minutos no ar (Amorim, 2023). Esse uso culminou na transmissão da reunião com embaixadores, em julho de 2022, episódio considerado pelo TSE como propaganda eleitoral antecipada, abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação. Esse fato constitui o objeto empírico desta pesquisa, por evidenciar os tensionamentos entre comunicação pública e governamental.

A política editorial da TV Brasil durante a gestão federal priorizou a construção de uma imagem positiva do governo, censurando temas socialmente relevantes e com ampla repercussão. O noticiário omitiu, por exemplo, o recorde de feminicídios em 2022, o avanço do desmatamento na Amazônia, o aumento da fome e a falta de políticas públicas para a população LGBTQIA+ e povos indígenas. Esses vetos editoriais evidenciam um modelo de controle informativo orientado à proteção do projeto político-ideológico no poder (Amorim, 2023).

Um dos marcos estruturais da fase mais recente da EBC foi a recriação do Ministério das Comunicações, que passou a centralizar as políticas de comunicação institucional sob influência direta do Palácio do Planalto. Essa reorganização concentrou na pasta o comando da publicidade oficial, das estratégias digitais e da gestão da Empresa Brasil de Comunicação,

reunindo sob uma mesma estrutura veículos como a TV Brasil, a Agência Brasil, as rádios MEC e Nacional, e a Radioagência Nacional (Pinheiro, 2022). Esse novo arranjo contribuiu para estreitar os vínculos entre os meios públicos e os interesses do Executivo, reforçando o alinhamento da cobertura jornalística com a lógica governamental.

Em paralelo, a ocupação dos cargos de direção na EBC passou a seguir critérios de lealdade política, em detrimento da qualificação técnica. Inicialmente, funções estratégicas foram destinadas a militares sem experiência na área de comunicação, o que refletia a tentativa de aparelhar a empresa com figuras ideologicamente alinhadas. Posteriormente, os mesmos cargos foram entregues a integrantes do chamado centrão e a empresários aliados, numa dinâmica que evidenciava o uso da estrutura comunicacional como moeda de troca para garantir apoio parlamentar, evitar riscos de *impeachment* e fortalecer estratégias de reeleição (Pinheiro, 2022).

Essa configuração também levou à militarização da cúpula diretiva: ao menos três dos cinco membros da diretoria da EBC tinham vínculos com as Forças Armadas. Tal composição teve efeitos visíveis sobre a linha editorial, que passou a dedicar espaço significativo à promoção de atividades militares e à exaltação de símbolos das Forças Armadas. Esse padrão, somado à centralização institucional e à politização das nomeações, agravou o distanciamento entre os princípios de uma comunicação pública cidadã e o uso da emissora como instrumento de sustentação política (Sena; Leal, 2021).

Ainda em 2019, entidades como a rede Ciranda e a Frente em Defesa da EBC denunciaram práticas que evidenciavam o esvaziamento institucional da empresa. Destacaram-se a tentativa de ocultar o histórico do extinto Conselho Curador, a nomeação de militares sem experiência em comunicação para cargos de chefia, o fechamento de unidades regionais e episódios de censura, como a demissão de um editor após a exibição de imagem de Marielle Franco. A fusão da TV Brasil com a TV NBR, considerada inconstitucional, intensificou a veiculação de boletins governamentais e simbolizou a supressão do caráter público e plural da emissora (Dionízio, 2022).

A subordinação da TV Brasil ao governo Bolsonaro foi denunciada na quarta edição do *Dossiê de Censura e Governismo da EBC – Censura, Censura, Censura* (2022)²⁰, elaborado pela Comissão de Empregados com apoio de sindicatos. O documento relata interferências na cadeia de produção jornalística e registra 537 ocorrências nos veículos da EBC, sendo 26 denúncias de censura, 126 de governismo e 75 de imposição de pautas irrelevantes apenas na

²⁰ Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/09/Dossie-Censura-e-Governismo-EBC4aEdicao-FINAL.pdf> Acesso em: 10 jul. 2025.

TV Brasil, evidenciando o autoritarismo e o alinhamento político no interior da empresa (Amorim, 2023).

A intensificação do controle político sobre o conteúdo da TV Brasil alcançou seu ponto máximo no período que antecedeu as eleições presidenciais de 2022. De acordo com a Comissão de Empregados da EBC, foi justamente nesse momento que a emissora passou a sofrer interferências ainda mais severas na definição das pautas jornalísticas. A partir de julho, quando entraram em vigor as restrições legais da Justiça Eleitoral, foi proibida a veiculação de qualquer forma de propaganda favorável a candidatos à reeleição nos veículos públicos e privados, incluindo o presidente da República (Amorim, 2023).

Como parte da estratégia de comunicação adotada durante o período eleitoral, o principal telejornal da TV Brasil, o *Repórter Brasil*, desempenhou um papel central na difusão de uma imagem positiva do governo federal. Amorim (2023) observa que a emissora concentrou sua cobertura em pautas que favoreciam o Executivo, como crescimento econômico, segurança e políticas sociais voltadas à população mais vulnerável. Ao mesmo tempo, foram omitidos temas sensíveis e de amplo interesse público, como as crises sociais, os conflitos ambientais e as violações de direitos, amplamente repercutidos na imprensa comercial.

Nesta mesma época, a TV Brasil foi empregada como instrumento de construção discursiva voltado à legitimação simbólica das ações governamentais. De acordo com Amorim (2023), a emissora adotou uma estratégia de comunicação que conferia às informações uma aparência de verdade, reforçada pela linguagem jornalística e sua suposta neutralidade. Essa configuração funcionava como um aparato de validação simbólica, ao disfarçar interesses políticos sob o verniz da objetividade noticiosa.

Durante o governo Bolsonaro, a TV Brasil foi utilizada para consolidar um discurso jornalístico que construía uma narrativa positiva sobre o país. O noticiário da emissora passou a apresentar um Brasil socialmente estável, com avanços no desenvolvimento econômico e social. Mesmo diante da crise global, a mensagem transmitida era a de que o país chegaria ao final de 2022 com recuperação econômica, queda da inflação e do desemprego, além da implementação de reformas destinadas à atração de investimentos. Conforme observa Amorim (2023), essa construção discursiva não apenas omitiu problemas estruturais enfrentados pela população brasileira, como também operou estrategicamente para reforçar uma percepção otimista do governo em um contexto marcado por disputas eleitorais.

No caso da reunião com embaixadores realizada em julho de 2022, transmitida ao vivo pela TV Brasil, observou-se um desvio de finalidade no uso da comunicação pública. Embora o ordenamento jurídico permita a veiculação de atos oficiais do Poder Executivo pelos veículos

da EBC, o conteúdo e o contexto do evento, marcados por ataques infundados ao sistema eleitoral brasileiro, ultrapassaram os limites legais e institucionais do interesse público. Conforme reconheceu o Tribunal Superior Eleitoral ao julgar a Ação de Investigação Judicial Eleitoral²¹, a transmissão configurou abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação institucional (Brasil, 2022).

Esse episódio ilustra de forma contundente os tensionamentos entre o caráter público da EBC e sua submissão aos interesses do governo de ocasião. A crítica formulada por Bucci e Vannuchi (2021, p. 255) se aplica diretamente a esse contexto, ao afirmarem que o Palácio do Planalto passou a utilizar a estrutura da empresa “conforme a agenda de interesses que mais lhe convém, tratando a instituição como se ela não passasse de uma produtora particular de sons, textos e imagens para fazer propaganda partidária da Presidência da República”. Tal configuração não apenas evidencia a fragilidade do arranjo jurídico que sustenta a EBC, como também confirma sua instrumentalização como veículo de comunicação governamental, em desacordo com os princípios que regem a comunicação pública.

Mesmo sendo formalmente uma emissora pública com finalidades educativas e culturais, a TV Brasil foi gradualmente transformada em uma ferramenta estratégica de comunicação a serviço dos interesses político-ideológicos do governo Bolsonaro. Como observa Amorim (2023), essa instrumentalização atendeu à lógica do capital e se concretizou por meio do controle editorial sobre os conteúdos jornalísticos, orientados para reforçar determinados sentidos e promover uma imagem positiva da gestão federal.

As ações realizadas nesse período evidenciam que a emissora enfrentou seu maior grau de precariedade institucional, tornando-se vulnerável às interferências do governo de ocasião. Esse processo eliminou, na prática, qualquer separação entre propaganda política e informação de interesse público, desconfigurando as finalidades originais da comunicação pública (Amorim, 2023).

A cobertura jornalística da TV Brasil passou a operar com base em estratégias discursivas voltadas à repetição sistemática de enunciados, à produção de efeitos de verdade e de isenção. Nesse sentido, a emissora consolidou-se como um instrumento de controle simbólico e direcionamento de sentidos, legitimando uma memória discursiva que ignora o contexto histórico dos fatos e construção consensos artificiais em torno do projeto político vigente, ancorado nos interesses da classe economicamente dominante (Amorim, 2023).

²¹ AIJE nº 0600814-85.2022.6.00.0000 (TSE).

Essas transformações aprofundaram o desmonte institucional iniciado ainda no governo Temer e acentuaram o afastamento dos princípios que fundamentam a comunicação pública, como a autonomia, a participação social e o interesse coletivo. A extinção dos conselhos deliberativos, a flexibilização da nomeação da diretoria pela Presidência da República, a fusão da TV Brasil com a NBR e a centralização editorial em torno de pautas político-governamentais contribuíram para configurar a EBC como um aparelho estatal de comunicação de governo. Ao mesmo tempo, a extinção do Ministério das Comunicações e sua incorporação a uma pasta mais ampla fragilizaram ainda mais a política pública de comunicação no país, contrariando o modelo estabelecido pela Lei nº 11.652/2008 (Sena; Leal, 2021).

Com base no entendimento dos autores apresentados, nota-se que a transmissão da reunião com embaixadores pela TV Brasil, em julho de 2022, foi o resultado de um longo processo de desmonte da comunicação pública e de sua instrumentalização político-partidária. O controle editorial sobre a emissora, a eliminação dos espaços de deliberação social, a fusão com a TV NBR e a supressão de seu caráter público possibilitaram que a estrutura da EBC fosse convertida em um canal de difusão de interesses eleitorais e ideológicos do governo. Para Amorim (2023), a TV Brasil deixou de cumprir sua função pública para operar como ferramenta de validação simbólica e de construção de sentidos alinhados ao projeto político vigente. Nesse cenário, como afirmam Sena e Leal (2021), a lógica da comunicação de governo sobrepôs-se aos fundamentos da comunicação pública previstos na Lei.

Esse processo evidencia os tensionamentos estruturais da EBC e levanta questões centrais sobre o futuro da comunicação pública no Brasil. Reconstruir a legitimidade da empresa exigirá enfrentar o desafio de garantir sua autonomia, reestruturar os mecanismos de controle social, recompor seu papel educativo e cultural e resistir às pressões de mercantilização e aparelhamento político.

A avaliação da Comissão de Transição Governamental, em 2022, revelou um dos principais entraves estruturais à consolidação da comunicação pública no Brasil: a ausência de regulamentação efetiva da Contribuição de Fomento à Radiodifusão Pública (CFRP). Prevista em lei como mecanismo essencial de financiamento do setor, essa contribuição deveria destinar 75% de seus recursos à EBC, 2,5% à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e os 22,5% restantes às emissoras da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP). No entanto, entre 2008 e 2022, dos R\$ 3,2 bilhões que caberiam à EBC, apenas R\$ 801 milhões foram efetivamente utilizados. Parte significativa dos valores arrecadados foi desviada de sua finalidade legal, como no caso da Medida Provisória de 2021, que redirecionou R\$ 1,9 bilhão para o Ministério da Saúde. Ainda hoje, R\$ 483 milhões seguem retidos pelo Tesouro Nacional,

comprometendo a estruturação e autonomia da empresa (Comissão, 2022). Esse cenário evidencia a fragilidade institucional da EBC e o descompasso entre os dispositivos legais de financiamento e sua efetiva execução orçamentária.

Em contraste com esse histórico de desmonte, o ano de 2023 marcou o início de um processo de resgate da identidade pública da EBC. Com a retirada da empresa da lista de privatizações logo no primeiro dia do novo governo, e a posse da jornalista Kariane Costa como diretora-presidente interina em 16 de janeiro, foram estabelecidas diretrizes simbólicas e operacionais para a reestruturação institucional. Entre as medidas implementadas, destaca-se a tentativa de separar as grades da TV Brasil e do Canal Gov (antiga TV NBR), com a suspensão, em junho, das transmissões de atos oficiais do governo federal pela emissora pública. Além disso, a Rede Nacional de Rádio, antes utilizada para difundir conteúdo governamental, foi rebatizada como Rádio Gov, sinalizando o esforço de dissociá-la da comunicação pública e recolocá-la como veículo de governo. Essas iniciativas, ainda que iniciais, apontam para um movimento de reconstrução das bases democráticas e participativas da comunicação pública no país (Vieira; Kischinhevsky, 2025).

Outro passo relevante no processo de reconstrução da comunicação pública foi a criação do Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão (Cpadi), que assumiu as funções do extinto Conselho Curador. De acordo com Vieira e Kischinhevsky (2025), essa nova instância passou a integrar o Sistema Nacional de Participação Social na Comunicação Pública (Sinpas), ao lado da Ouvidoria, do Comitê Editorial e de uma assessoria especial. Ao final de 2024, dezesseis membros foram eleitos para o Cpadi, entre eles cinco representantes da Rede Nacional de Comunicação Pública, escolhidos por meio de votação aberta. Embora esse comitê tenha menor poder deliberativo do que o antigo Conselho Curador e não atenda plenamente às expectativas da sociedade civil, sua criação sinaliza um esforço institucional para retomar a participação social como elemento estruturante da gestão da EBC.

Desta forma, o caminho de reestruturação da TV Brasil sinaliza a possibilidade de resgate de sua missão original enquanto empresa pública de comunicação. A separação entre os interesses de governo e os objetivos da comunicação pública, aliada à retomada de mecanismos de participação social e ao redirecionamento dos recursos da Contribuição de Fomento à Radiodifusão Pública, são passos fundamentais para reconstruir sua legitimidade institucional. Ao recuperar os princípios que fundamentaram sua criação, a TV Brasil pode voltar a operar conforme o pressuposto delineado em sua constituição jurídica: uma emissora pública vinculada à EBC, cuja administração, ainda que formalmente de direito privado, é inteiramente pública e voltada à prestação de serviços de comunicação de interesse coletivo.

Trata-se, como aponta Amorim (2023), de uma empresa sob controle exclusivo do Estado, cuja propriedade é integralmente pública.

6. DO ATO DE GOVERNO NATUREZA, ORIGEM E CONTROLE

Neste capítulo, analisam-se os conceitos de ato de governo, utilizado como argumento de defesa do ex-presidente Jair Bolsonaro, especificamente durante a reunião com embaixadores em 2022. Naquele contexto, sustentou-se que se tratava de ato de governo de natureza política, o que afastaria sua sindicabilidade e, por consequência, o controle jurisdicional sobre as condutas praticadas.

No que se refere ao uso da mídia pública, em especial da TV Brasil, o STF (2022) entendeu que a utilização desse aparato estatal para fins eleitorais configura abuso de poder político e econômico, caracterizando propaganda eleitoral irregular. A doutrina, que será aprofundada ao longo deste capítulo, esclarece que a mera classificação de um ato como político ou de governo não o imuniza ao controle judicial. A reunião com os embaixadores, incluindo o uso dos meios de comunicação estatais, mostra-se, portanto, passível de fiscalização e investigação, uma vez que a natureza do ato não pode ser invocada como blindagem contra possíveis excessos ou violações aos princípios constitucionais.

Para compreender os contornos jurídicos e os limites do ato de governo, faz-se necessário um resgate histórico e doutrinário de sua evolução, tanto no cenário brasileiro quanto no direito comparado. É a esse percurso que se dedica a seção a seguir.

6.1 Ato de governo: origem e evolução histórica

Para análise dos contornos jurídicos e os limites do ato de governo, faz-se necessário um resgate histórico e doutrinário de sua evolução, tanto no cenário brasileiro quanto no direito comparado. O conceito de ato de governo tem suas raízes na jurisprudência administrativa francesa do século XIX, especialmente durante a Restauração Bourbon, quando se consolidou a chamada “teoria do móvel político”. Essa teoria sustentava que a simples alegação de motivação política por parte do governante era suficiente para excluir o ato do controle jurisdicional. Como destaca Cretella Júnior (1987), a expressão “ato de governo” buscou, sem sucesso, delimitar claramente o campo de incidência desses atos. Com o tempo, essa concepção passou a ser criticada por doutrinas mais democráticas e garantistas, que buscaram priorizar a análise objetiva do conteúdo e dos efeitos dos atos estatais, independentemente da motivação política declarada.

Em acepção histórica, os atos políticos foram pioneiramente idealizados no Estado francês, durante o crítico momento da Restauração Bourbon, no início do século XIX. Conforme explica Stärcke (2021), com base em Enterría (2002), a teoria do móvel político concebia que, se o objeto material de um ato fosse declarado como político pelos governantes, ele deixaria de se revestir de natureza administrativa e se converteria em político, isento de controle pelo contencioso administrativo.

Segundo essa formulação, caso um ato fosse levado ao Conselho de Estado Francês, com manifestação da Administração, por meio de um conselho de ministros, afirmando tratar-se de “alta política”, essa alta corte não poderia dele conhecer. No entanto, essa teoria foi substituída posteriormente pela “teoria da natureza do ato”, na qual postulava que a motivação política não fazia de um ato administrativo irregular e sim um ato de governo. Dessa forma, o autor afirma que o ato é de governo por sua natureza, não por serem atos administrativos ordinários com motivação diversa (Rivero, 1980, *apud* Hubert, 2013, p. 17).

A teoria do móvel político, conforme a visão de Cretella Júnior (1992), consagra perigosamente a ideia de razão de Estado, possibilitando, quando aceita, a vitória do arbítrio governamental sob a capa de interesse, bastando para isso entender indefinidamente o campo desses atos. Para Hauriou (1893, p. 191), “toda teoria política sustenta que todos os atos de administração, quaisquer que sejam, podem revestirse acidentalmente, graças às circunstâncias políticas do momento, do caráter de ato de governo.” Dessa forma, podendo um ato administrativo, independentemente de sua natureza, se tornar um ato de governo de acordo com as circunstâncias políticas do momento. No Brasil, Cademartori trata exatamente da mesma hipótese. Com base na teoria teleológica, define um ato como sendo insindicável a partir da finalidade que busca, conforme manifestação da autoridade que o emanou (Cademartori, 2000).

A distinção entre função administrativa e função de governo também tem relevância nesse contexto. Antes de adentrarmos no conceito de ato de governo, se faz necessário compreender a diferença entre administração pública e governo, uma vez que essas distinções são importantes para entender os limites dos atos praticados pelo Estado. A administração pública compreende um conjunto de atividades desenvolvidas pelo Estado, com objetivo na gestão e execução das políticas públicas. O governo, por outro lado, é entendido como uma espécie de atividade estatal voltada para a alta direção política do país (Mayer, 1949, *apud* Santos Neto, 2003).

De acordo com Cretella Júnior (1989, p. 18), “o governo age por opções políticas, enquanto a Administração procura proporcionar aos cidadãos as prestações continuadas de seus anseios em face ao Poder Público”. Ou seja, o governo é responsável por definir as diretrizes

políticas que orientam o Estado, enquanto a administração executa essas políticas com base no interesse coletivo. Tendo as políticas públicas como responsáveis pela harmonização das atividades estatais, envolvendo uma série de atos do Executivo, do Legislativo e de entes privados (Davi, 2008).

Tamer (2005) reforça a distinção entre administração e governo ao afirmar que, para a função administrativa, basta a aplicação da lei, enquanto a função de governo exige uma atuação discricionária, amparada diretamente na Constituição. Essa diferenciação evidencia o caráter técnico da administração e a natureza política e estratégica dos atos de governo (Tamer, 2005).

Mello (1998) destaca que a função administrativa se refere à gestão concreta, prática e imediata dos assuntos da sociedade, sendo rotineira e realizada dentro de um quadro legal previamente estabelecido, o que evidencia seu caráter técnico e subordinado à legalidade. Já a função de governo, embora também exercida pelo Poder Executivo, envolve atos de direção superior da vida estatal ou de enfrentamento de situações excepcionais, que exigem decisões eminentemente políticas e marcadas por elevado grau de discricionariedade.

Nesse sentido, Cretella Júnior (1975) também distingue governo e administração, definindo o primeiro como a alta direção e força motriz do Estado, enquanto a segunda seria uma atividade subordinada, responsável por executar as diretrizes traçadas politicamente. A administração visa atender continuamente às expectativas da população, ao passo que o governo atua por meio de opções políticas (Cretella Júnior, 1975).

No Brasil, Santos Neto (2003) observa que tais atos são praticados por autoridades de alto escalão ou decorrem diretamente da Constituição. Nesse sentido, a teoria do móvel político cede lugar à análise funcional e institucional do ato, reconhecendo sua inserção no regime jurídico-administrativo e sua submissão, ainda que limitada, aos princípios constitucionais.

6.2 Ato de governo como espécie de ato administrativo

O ato de governo, frequentemente confundido com o ato administrativo, possui uma natureza jurídica peculiar que exige uma análise detalhada de sua relação com a administração pública e os princípios constitucionais. Embora caracterizado por um forte aspecto político, o ato de governo é comumente classificado como uma espécie de ato administrativo, devido à sua vinculação com a função de direção do Estado e à sua prática por autoridades de alto escalão, como o Chefe do Poder Executivo. No entanto, a doutrina brasileira apresenta divergências

quanto à sua natureza, o que provoca um debate importante sobre os limites e a forma de controle sobre esses atos. Neste contexto, será explorada a compreensão do ato de governo enquanto um tipo de ato administrativo, considerando tanto as concepções doutrinárias que o inserem no gênero dos atos administrativos quanto as que argumentam por sua autonomia.

Odete Medauar (2006) destaca que, apesar de sua carga política predominante, o ato de governo deve ser considerado parte do gênero ato administrativo. Ela o descreve como uma manifestação do poder público que, embora tenha um caráter político, reflete a função governamental em sua dimensão mais elevada. Essa visão é reforçada por Gasparini (2014), sustentando os atos de governo como integrantes da categoria de atos administrativos, excluindo, contudo, os atos materiais e aqueles regidos pelo Direito Privado.

Sendo assim, para Medauar (2006), o ato de governo se caracteriza por três aspectos principais: sua origem, pois é praticado pela autoridade mais elevada do Executivo; seu conteúdo, que envolve questões de relacionamento com outros Poderes e com organismos internacionais; e sua relevância, pois diz respeito a decisões de grande impacto para o país.

Ao complementa essa visão, Cretella Júnior (1992) afirmar que, o que define o ato de governo é a finalidade a que se destina. Trata-se de atos cujo objetivo é defender a sociedade e o Governo contra inimigos, internos ou externos, sendo essa sua principal motivação. Assim, o ato de governo se distingue pela sua finalidade de proteção e defesa, o que justifica sua classificação como um ato administrativo de relevância estratégica para a nação.

Essa concepção é corroborada por Santos Neto (2003), que, ao categorizar os atos administrativos, inclui o ato de governo como uma subespécie, ao lado de atos materiais e políticos. Tal classificação revela que o ato administrativo, enquanto manifestação do poder estatal, atua como instrumento de realização do interesse público, estando subordinado às regras e princípios próprios do Direito Administrativo.

Nessa perspectiva, o ato de governo, embora envolva decisões de alto nível e contenha forte carga política, não se dissocia da função administrativa, porquanto é praticado dentro da estrutura institucional do Estado e deve respeitar os princípios constitucionais que regem a Administração Pública. Assim, todo ato praticado por agentes públicos, inclusive os de elevado relevo político, deve ser analisado com base em sua natureza jurídica e nos efeitos que produz no ordenamento e na sociedade, exigindo-se, portanto, um exame criterioso quanto à sua origem, finalidade e resultados, sem afastar sua eventual sindicabilidade pelo Judiciário.

A doutrina administrativista brasileira contemporânea se divide quanto à natureza jurídica do ato de governo. Dois grupos principais se formam nesse debate: de um lado, estão os que consideram o ato de governo uma espécie do gênero ato administrativo, ou seja, um tipo

específico de manifestação do poder público que se submete à legalidade e ao regime jurídico-administrativo. Entre os que reconhecem o ato de governo como espécie de ato administrativo, estão Cretella Júnior (1992), Figueiredo (2000) e Di Pietro (2018). Para esses autores, ainda que possuam natureza política, tais atos não estão isentos de submissão aos princípios constitucionais e podem ser plenamente sindicáveis pelo Poder Judiciário. Essa linha argumentativa parte da premissa de que toda atuação do Estado deve ser guiada pelo interesse público e pela legalidade estrita, como sustentado por Mello (1998), segundo o qual o “dever discricionário” do agente público deve sempre se orientar pela finalidade pública.

Nesse contexto, os atos de governo, por serem manifestações do Estado, deveriam ser analisados dentro dos parâmetros do controle judicial da administração. Aprofundando essa visão, Coelho (2002) destaca que os princípios refletem o posicionamento ideológico do Estado e da Nação, sendo fundamentais para que a discricionariedade administrativa respeite a constituição em todos os seus atos. Assim, toda atividade administrativa deve não apenas seguir as normas de competência e processo legal, mas também alinhar-se aos fins e valores do ordenamento jurídico.

De outro, há aqueles que defendem que o ato de governo possui uma natureza autônoma, desvinculada da função administrativa, e que, por isso, não se submete ao regime jurídico-administrativo. Hubert (2013) representa essa corrente, que argumenta que os atos de governo são parte da função de governar e, portanto, devem ser disciplinados por uma lógica distinta, afastada do controle jurisdicional. Essa linha de pensamento sugere que, por sua natureza, o ato de governo está além do alcance da fiscalização judicial, uma vez que envolve decisões de alta relevância política.

Anteriormente, Mello (1998) defendeu a separação entre ato de governo e ato administrativo, argumentando que os primeiros pertencem à função política, não à administração, devido à sua discricionariedade ampliada e natureza própria. Segundo ele, tratá-los como atos administrativos diluiria sua especificidade e os submeteria a um controle inadequado. Embora essa visão resgate a autonomia histórica do ato de governo, a doutrina e jurisprudência pós-1988 tendem a reconhecê-lo como uma espécie de ato administrativo, considerando o princípio da legalidade e o controle ampliado da Administração Pública estabelecido na Constituição.

Dessa forma, apesar das divergências conceituais, prevalece o entendimento de que os atos de governo, ainda que motivados politicamente, configuram espécies do gênero ato administrativo, por serem praticados por órgãos da Administração Pública. Nessa linha,

Meirelles (2016) sustenta que os chamados atos políticos são, na essência, atos administrativos com fundamento político, não havendo justificativa para tratá-los como categoria autônoma.

Neste sentido, a posição que considera o ato de governo uma espécie de ato administrativo prevalece na doutrina majoritária, como argumentado por autores como Cretella Júnior (1992), Figueiredo (2000) e Di Pietro (2018). Para esses doutrinadores, mesmo sendo um ato com conteúdo político, o ato de governo deve ser analisado à luz dos princípios constitucionais e da legalidade administrativa. A discricionariedade do agente público, ao praticar um ato de governo, deve sempre estar orientada pela finalidade pública, que é o critério que assegura que essas decisões não ultrapassem os limites legais.

Essa abordagem encontra respaldo na ideia de que o ato administrativo, para ser considerado típico, deve sempre ter a vontade do Estado como seu fundamento, produzir efeitos jurídicos imediatos e ser praticado dentro do regime jurídico-administrativo, com o objetivo de atender ao interesse público (Cretella Júnior, 1983; Santos Neto, 2003). Em razão disso, os atos de governo, embora de natureza política, não são isentos de análise judicial, especialmente quando envolvem questões de grande impacto para a sociedade e os direitos fundamentais.

O princípio da legalidade, aplicável tanto aos atos administrativos quanto aos atos de governo, representa um dos fundamentos essenciais do Estado Democrático de Direito, ao estabelecer que toda ação do poder público deve encontrar respaldo na ordem jurídica. Como observa Santos Neto (2003), o princípio da legalidade está essencialmente ligado à ideia de limitação de poder, funcionando como instrumento jurídico de contenção do arbítrio e de garantia da submissão do poder político aos marcos constitucionais e legais. Nesse mesmo sentido, Karl Larenz (1985) e Chevallier (1988), citados pelo autor, reforçam que “o objetivo perseguido era o de enquadrar e limitar o poder do Estado pelo Direito” (*apud* Santos Neto, 2003, p. 158).

Dessa forma, a análise do ato de governo enquanto espécie de ato administrativo exige a reflexão sobre os mecanismos de fiscalização e controle dos atos praticados pelo Executivo. O controle jurisdicional, exercido pelo Supremo Tribunal Federal e pela Justiça Eleitoral, tem a função de assegurar que tais atos respeitem os limites da legalidade e da moralidade administrativa, protegendo os direitos e interesses da coletividade. Essa abordagem é especialmente relevante para o exame do uso da mídia pública no contexto do governo de Jair Bolsonaro, particularmente na reunião com embaixadores realizada em 2022.

Embora o evento possuísse um viés político e estivesse inserido na dimensão externa do governo, o uso da TV Brasil (veículo estatal) permanece vinculado aos ditames legais que regem a Administração Pública. A decisão de empregar a mídia pública em um ato de natureza

política deve ser avaliada à luz da legalidade e da finalidade pública, princípios que estruturam a atuação administrativa. A estrutura estatal, como a TV Brasil, constitui bem público e, como tal, deve ser utilizada de forma compatível com os preceitos constitucionais, sem que a conotação política do ato afaste sua natureza administrativa e, por consequência, sua sujeição ao controle jurisdicional. Nesse sentido, o uso da TV Brasil, nesse contexto específico, deve ser juridicamente analisado, tendo em vista que a Administração Pública está submetida aos princípios da legalidade, impessoalidade e moralidade, que limitam sua atuação mesmo em atos revestidos de conteúdo político.

6.3 Ato de governo x ato político

A distinção entre ato de governo e ato político é um tema complexo e debatido na literatura jurídica, especialmente no âmbito do direito administrativo. Embora muitas vezes utilizados como sinônimos, esses conceitos possuem contornos distintos, que se relacionam às atribuições, natureza e fundamentos de cada um.

Para Santos Neto (2003), tanto o ato de governo quanto o ato político são práticas realizadas por autoridades de alto nível, muitas vezes com fundamento constitucional direto. No entanto, o autor ressalta que ambos os conceitos podem ser praticados não apenas pelo Executivo, mas também pelo Legislativo e pelo Judiciário, quando envolvem questões de natureza política. Por outro lado, Oliveira (1988) estabelece uma diferença objetiva entre os dois, argumentando que o Estado e o governo são entidades distintas. O Estado, enquanto ente permanente e impessoal, pratica atos políticos que refletem a discricionariedade absoluta e são orientados pelo bem comum. Já o governo, passageiro e pessoal, realiza atos de governo, que possuem discricionariedade relativa e estão vinculados à execução eficiente das funções públicas. Nas suas palavras:

Se o ato político é ato estatal, a primeira coisa que se vê, claramente, é que não é ato de governo. Estado e governo são coisas diversas, pois um Estado pode momentaneamente estar sem governo [...]. O Estado é um ente de razão, permanente e impessoal [...] enquanto o governo é passageiro e pessoal (Oliveira, 1988, p. 314).

Ainda segundo Oliveira (1988), o ato político é caracterizado por uma discricionariedade absoluta, exercida por agentes políticos com competência exclusiva,

enquanto o ato de governo é praticado por agentes políticos no exercício de atribuições administrativas expressas em lei, com vistas à execução eficiente das funções públicas sob sua responsabilidade. Essa distinção, no entanto, não é absoluta. Meirelles (1996) questiona a existência de um ato político como entidade autônoma, defendendo que os chamados “atos políticos” não passam de atos administrativos, legislativos ou judiciários, mas com fundamentação política. Nesse sentido, a linha entre governo e administração torna-se tênue, uma vez que ambos envolvem decisões que afetam a organização e o funcionamento do Estado, embora em níveis diferentes.

Santos Neto (2003) reforça que, apesar da distinção entre as atividades administrativas e governamentais, ambas estão sujeitas ao controle constitucional, devendo observar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (CF/88, art. 37). A burocracia, nesse contexto, deve estar disponível para executar os comandos políticos, independentemente de quem esteja no poder (Medauar, 1992). Meirelles (2016, p. 48), por sua vez, afirma que

o impropriamente chamado ato político não passa de um ato de governo, praticado discriminatoriamente por agentes dos Poderes do Estado. Coerentemente com esse entender, negamos a existência de ato político como entidade autônoma. O que existe, a nosso ver, é sempre ato administrativo, ato legislativo ou ato judiciário informado de fundamento político (Meirelles, 2016, p. 48).

No mesmo sentido, Aragão (2013) defende que os atos com motivação política não perdem sua natureza jurídica essencial, seja ela administrativa, legislativa ou judicial. Essa discussão nos leva a refletir sobre a importância do controle e da fiscalização desses atos. Seja qual for a natureza do ato – política ou de governo –, é fundamental que existam mecanismos robustos de acompanhamento e fiscalização para garantir que as decisões sejam tomadas em conformidade com os princípios constitucionais e legais. Nesse contexto, o controle jurisdicional assume um papel fundamental, pois é através dele que se pode verificar a legalidade e a legitimidade dos atos praticados pelos agentes públicos.

Segundo Hubert (2013), a doutrina majoritária brasileira considera ato de governo e ato político como sinônimos, terminologia que será adotada a partir deste ponto do texto. Nesse sentido, podemos citar o conceito de Meirelles (2016), que descreve os atos políticos como aqueles praticados por agentes do Governo, no exercício de competências constitucionais, baseados na ampla liberdade de julgamento quanto à conveniência ou oportunidade de sua realização, sem se submeterem a critérios jurídicos preestabelecidos. Esses atos são, portanto,

característicos da governança e não apenas da administração, sendo atos de condução dos negócios públicos, e não apenas de execução de serviços públicos.

Essa temática será aprofundada em seguida, onde será explorada a relação entre os atos de governo e de natureza política e os mecanismos de fiscalização e controle jurisdicional. É essencial compreender como o Estado pode atuar de forma transparente e responsável, garantindo o respeito aos direitos fundamentais e à supremacia da Constituição.

6.4 Fiscalização e controle jurisdicional

Embora dotados de conteúdo eminentemente político, os atos de governo não escapam ao controle judicial quando ultrapassam os limites legais e constitucionais. A doutrina majoritária brasileira reforça que a sindicabilidade desses atos é plenamente possível, sobretudo quando resultam em lesão a direitos fundamentais. Mesmo quando se trata de atos discricionários, sua natureza administrativa exige que estejam subordinados à lei, aos princípios constitucionais e aos direitos individuais, o que justifica a intervenção do Poder Judiciário sempre que tais atos produzem efeitos concretos e violam valores democráticos.

Nesse sentido, Meirelles (2016) adverte que a simples invocação da natureza jurídica de ato político não é suficiente para afastar sua apreciação judicial. Conforme destaca, é necessário perquirir os limites discricionários atribuídos ao órgão ou à autoridade que praticou o ato. Essa compreensão indica que a rotulagem formal de um ato como político ou de governo não deve servir de blindagem para práticas abusivas do poder público, sobretudo quando se desviam da finalidade institucional e colidem com princípios constitucionais.

Ferreira Filho (2003) também alerta para interpretações equivocadas da expressão “ato político” ou “ato de governo”, ao lembrar que não basta uma conotação política para afastar a sindicabilidade judicial. Stårcke (2021) corrobora esse entendimento ao destacar que a aproximação conceitual entre ato político e os demais atos administrativos implica a admissibilidade de controle jurisdicional, sobretudo quando ocorre abuso de poder travestido sob a aparência de legalidade administrativa.

A caracterização do abuso de poder como exercício irregular da autoridade pública reforça a possibilidade de controle jurisdicional sobre atos de governo que desrespeitam a finalidade pública. Conforme pontua Miranda (1987), “abuso de poder é o exercício irregular do poder”, ocorrendo quando a autoridade, embora competente, excede os limites legais de sua atuação. De maneira convergente, conforme registrado por Mattos (2003), Tácito (1959) pontua

que, na Administração Pública, a ação desenvolvida deve sempre atender a uma finalidade pública, não podendo dela se afastar. A violação dessa finalidade configura um vício essencial do ato administrativo. Tais definições clássicas são fundamentais para desconstituir a tese de que o evento analisado poderia ser blindado da sindicabilidade sob o argumento de tratar-se de um mero ato de governo. Ainda que revestido de conteúdo político, o ato administrativo, inclusive o de governo, está condicionado à observância da finalidade pública, cuja inobservância caracteriza desvio de finalidade, tornando o ato passível de controle judicial.

A doutrina contemporânea estabelece ainda a distinção entre o ato de governo puro, imune ao controle judicial, por não afetar direitos individuais, e o ato de governo impuro, que, ao violar tais direitos, perde sua imunidade e se submete ao regime jurídico comum dos atos administrativos. Para Cretella Júnior (1992), o ato de governo impuro deve ser tratado como qualquer outro ato administrativo quando transgredir direitos subjetivos. Essa perspectiva é reiterada por Figueiredo (2000), ao associar os limites do ato de governo à proteção dos direitos individuais, evidenciando que a violação desses direitos rompe sua blindagem e permite a sindicabilidade judicial.

De forma convergente, Carvalho Filho (2009) defende que o controle judicial dos atos governamentais é legítimo sempre que houver lesão a direitos individuais ou coletivos. Essa vertente interpretativa se alinha ao pensamento de Rui Barbosa (2003), para quem a exclusão do controle judicial somente se justifica quando não houver violação de direitos subjetivos. Medauar (2006), reforça a leitura de que a lesão ou ameaça a direitos exige atuação do Judiciário, conforme disposto no art. 5º, inciso XXXV, da Constituição Federal.

Para Silva (2000), os direitos fundamentais não apenas impõem limites à atividade governamental, como também são condição de sua própria legitimidade.

A atuação do Judiciário diante de atos de governo, portanto, deve buscar assegurar a efetividade dos direitos fundamentais. Cademartori (2000) argumenta que o controle judicial não substitui a decisão do Executivo, mas garante que ela esteja conforme a Constituição, preservando os direitos fundamentais.

Um aspecto interessante é a observação de Duez (1935), *apud* Hubert (2013), que identifica na própria existência da categoria “ato de governo” um indicativo do amadurecimento do controle judicial. Para o autor, onde o controle é embrionário, a noção de ato de governo sequer se apresenta, por ser desnecessária.

Dizer que um país não consagra a concepção do ato de governo, não é necessariamente deduzir que seu controle jurisdicional está mais avançado que

nos regimes que guardam um lugar ao ato de governo. Bem ao contrário. A existência do ato de governo é um indício de que o controle dos juízes está largamente desenvolvido sobre os atos do Executivo e de seus agentes. Onde este controle é embrionário, a noção de ato de governo não aparece porque ela é praticamente inútil (Hubert, 2013, p. 43).

A concepção de Rui Barbosa, por sua vez, é emblemática na defesa de que a violação de garantias individuais, mesmo quando associada a funções políticas, deve ser submetida ao crivo dos tribunais. A sindicabilidade, segundo o autor, persiste sempre que houver ofensa aos direitos assegurados pela Constituição, sendo irrelevante a natureza política do ato em si (Barbosa, 2003).

Ferreira Filho (2003) reforça que a legalidade continua sendo o parâmetro inafastável da atuação estatal, inclusive para os atos ditos políticos. A discricionariedade deve ser exercida dentro dos limites constitucionais e legais, sendo cabível a atuação do Poder Judiciário diante de indícios de abuso. O Supremo Tribunal Federal, nesse ponto, tem desempenhado papel fundamental na fiscalização da atividade do Executivo, inclusive em atos com nítida conotação política.

Historicamente, o Brasil passou por momentos em que a insindicabilidade foi elevada a política de Estado. Durante o regime militar, os atos institucionais, em especial o AI-5²², instauraram um sistema de exceção que excluiu do controle judicial inúmeras ações do Executivo, inclusive prisões arbitrárias, sob a justificativa de segurança nacional (Meirelles, 1977). Essa experiência histórica demonstra os riscos de uma interpretação extensiva da insindicabilidade, especialmente em contextos autoritários.

De acordo com Miranda (2012), conforme citado por Stärcke (2021), os atos de governo, no contexto da Constituição portuguesa, guarda notável sintonia com a doutrina brasileira ao sistematizar princípios que também orientam o entendimento nacional sobre o tema. Segundo essa sistematização, os atos políticos, ou atos de governo, devem observar seis premissas fundamentais: (i) sua validade está condicionada à conformidade com a Constituição; (ii) não podem ser objeto de delegação, salvo autorização constitucional expressa; (iii) estão obrigatoriamente vinculados ao respeito aos direitos, liberdades e garantias, cuja aplicação é imediata; (iv) o Estado responde civilmente quando tais atos violam esses direitos; (v) os agentes responsáveis respondem politicamente, bem como civil e criminalmente, nos termos da

²² O Ato Institucional nº 5 (AI-5), editado em 13 de dezembro de 1968 e considerado por muitos como “o golpe dentro do golpe”, ampliou de forma inédita os poderes do Executivo. Entre suas medidas, autorizou o recesso do Congresso Nacional, suspendeu garantias como a vitaliciedade e a estabilidade no serviço público, cassou mandatos e, de forma inédita, suspendeu o *habeas corpus* para crimes políticos e contra a segurança nacional, abrindo caminho para prisões arbitrárias e limitando a atuação do Judiciário” (Hubert, 2013, p. 82).

lei; e (vi) tais atos devem observar o princípio da publicidade. Essas premissas demonstram que, ainda que revestidos de caráter político, os atos de governo não se situam acima da ordem jurídica, estando sujeitos ao controle constitucional e à responsabilização em caso de abuso.

Nesse sentido, a doutrina de Canotilho e Moreira (1991) contribui com o conceito de lealdade constitucional, segundo o qual os Poderes do Estado devem agir com respeito recíproco, cooperação institucional e compromisso com os objetivos constitucionais. Essa lealdade implica não apenas a abstenção de práticas de abuso de poder ou retaliação entre os órgãos, mas também o cumprimento dos deveres impostos pela Constituição em nome da responsabilidade institucional. Assim, mesmo os atos de natureza política ou discricionária devem ser compatíveis com esse princípio, reafirmando que a sindicabilidade dos atos de governo não representa invasão de competência, mas sim garantia da integridade do sistema constitucional (Canotilho; Moreira, 1991).

Complementando essa perspectiva, Stärcke (2021) apresenta a conceituação de Jairo Schafer (2006) sobre o ato político, que parte de quatro elementos constitutivos centrais: trata-se de um ato estatal não normativo, que: (i) veicula uma orientação política superior do Estado; (ii) decorre diretamente da Constituição; e (iii) possui ampla possibilidade de conformação quanto aos fins a serem atingidos. Com base nessas características, Schafer define o ato político como um instrumento de expressão da vontade superior do Estado, cujo fundamento reside na própria Constituição, mas que não está isento de controle quando extrapola os limites legais.

Dessa forma, ainda que os atos de governo sejam dotados de certa discricionariedade e vinculados à orientação política do chefe do Poder Executivo, isso não significa ausência de controle jurídico. Conforme apontam autores como Meirelles (1997), Ferreira Filho (1993), Cretella Júnior (1992) e Figueiredo (2000), a sindicabilidade dos atos de governo é admitida, especialmente, quando houver ofensa direta a princípios constitucionais, desvio de finalidade, ilegalidade manifesta ou afronta a direitos fundamentais. Esse entendimento também está presente na jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, que tem reafirmado que não há espaço para decisões políticas que violam valores democráticos ou comprometem a isonomia do processo eleitoral.

A ideia de um controle da atividade administrativa é, sem dúvida, uma conquista consolidada com esforço frente a um passado marcado por arbitrariedades, especialmente no contexto brasileiro. Tal controle é derivado do princípio da legalidade estrita, consubstanciado na máxima de que “a Administração só pode aquilo que a lei autoriza”. Essa lógica se contrapõe à liberdade do indivíduo, que pode fazer tudo o que não lhe é proibido, e evidencia o regime jurídico diferenciado que incide sobre os atos estatais. Mello (1998) sintetiza essa relação ao

afirmar que a atividade administrativa está muito mais sujeita a um quadro normativo constritor do que a dos particulares, sendo regida por um princípio geral da legalidade, em oposição ao princípio geral da liberdade aplicável ao cidadão comum. Tal premissa é indispensável para compreender os limites materiais dos atos de governo, especialmente quando envolvem o uso de recursos públicos, como no caso da reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores, objeto de análise neste estudo.

Esse entendimento adquire especial relevância quando se examina a reunião promovida por Jair Bolsonaro com embaixadores estrangeiros, em julho de 2022. Embora o evento tenha sido apresentado como ato de governo, com alegada finalidade diplomática e institucional, ele levanta questionamentos quanto à sua real natureza e aos limites jurídicos que o circunscrevem. A transmissão oficial pela TV Brasil e o conteúdo das falas ali proferidas, voltadas à crítica do sistema eleitoral e à sustentação de determinadas narrativas políticas, suscitam dúvidas sobre a possível existência de desvio de finalidade e uso indevido da máquina pública. Nesse contexto, os conceitos de legalidade, impessoalidade e moralidade administrativa tornam-se basilares para orientar a análise do discurso e aferir se houve extrapolação dos limites constitucionais atribuíveis a um verdadeiro ato de governo.

Em linha com a doutrina majoritária, reforça-se que a roupagem política de um ato não o torna imune ao controle jurisdicional. A Constituição estabelece parâmetros para o exercício do poder estatal, sobretudo quando há potencial comprometimento de direitos fundamentais ou do equilíbrio democrático. No caso da referida reunião, a caracterização do ato como puramente político não pode afastar sua sindicabilidade, especialmente diante da hipótese de desvirtuamento de finalidade. Assim, os critérios doutrinários e jurídicos aqui discutidos servirão de base para a investigação das marcas discursivas presentes nas falas presidenciais, que permitirão aferir se o evento transbordou os limites do ato de governo e configurou condutas sujeitas ao controle judicial.

7. DA ANÁLISE

Este capítulo dedica-se à examinar, mais atentamente, as estratégias discursivas e comunicacionais presentes na reunião do então presidente Jair Bolsonaro com embaixadores estrangeiros, realizada em 18 de julho de 2022 e transmitida pela TV Brasil. O objetivo é analisar quais tensionamentos e efeitos comunicacionais emergem do uso da mídia pública nesse episódio, considerando tanto os limites constitucionais e legais da publicidade estatal quanto os fundamentos conceituais da comunicação pública.

Os conceitos e parâmetros abordados e desenvolvidos ao longo da pesquisa cumprem seu papel na consolidação deste momento analítico. Estabeleceu-se o quadro conceitual e normativo que define o que se entende por ato de governo e quais são seus limites jurídicos e constitucionais, o que fornece os parâmetros para avaliar se as falas do ex-presidente se mantêm dentro da finalidade pública ou se se afastam dos princípios da impessoalidade e moralidade administrativa, aproximando-se de um uso político da estrutura estatal.

Também foi analisado o papel da comunicação pública, o lugar e a situação institucional da TV Brasil como espaços de tensão entre o interesse público e a comunicação governamental, observando-se que a comunicação pública no Brasil enfrenta desafios estruturais que comprometem sua autonomia e a distinguem da comunicação meramente institucional ou de governo. No caso da EBC, essa fragilidade se expressa na dificuldade de assegurar a pluralidade, a transparência e o controle social sobre os conteúdos, abrindo espaço para apropriações político-partidárias do meio estatal. Essa dimensão é indispensável para analisar o uso da TV Brasil na reunião com embaixadores não apenas como um ato administrativo, mas como um ato comunicacional que reflete disputas simbólicas e ideológicas acerca do papel da mídia pública em contextos eleitorais.

Além disso, o diálogo com os estudos sobre comunicação pública, governamental e propaganda eleitoral permitiu delimitar o campo em que as falas presidenciais se inserem. Segundo Castilho (2020), Bucci e Vannuchi (2021) e Sena e Leal (2021), a linha que separa a comunicação institucional da propaganda é tênue, especialmente quando o governante utiliza meios públicos para difundir mensagens de caráter político. Nesse sentido, autores como Moraes (2009) e Amorim (2023) destacam que a propaganda institucional deve sempre atender ao princípio da finalidade pública, abstenho-se de promover indivíduos, partidos ou ideologias. Assim, o episódio analisado ganha relevo por situar-se exatamente no ponto de tensão entre a

comunicação de Estado, voltada ao interesse coletivo, e a comunicação de governo, direcionada à legitimação política de um projeto de poder.

Essas discussões teóricas devem ser vistas à luz do contexto político e comunicacional de 2022, marcado pela intensificação da polarização, pela circulação de desinformação e pela crise de confiança nas instituições democráticas. O período pré-eleitoral foi atravessado por estratégias discursivas que reforçaram a personalização do poder e a oposição entre campos ideológicos, fenômenos que, conforme analisa van Dijk (2017), produzem efeitos simbólicos capazes de moldar percepções sociais e legitimar posições de poder. Nesse cenário, a transmissão da reunião com embaixadores pela TV Brasil não pode ser entendida apenas como ato administrativo ou evento protocolar, mas como parte de um processo comunicacional mais amplo, no qual as fronteiras entre ato de governo, comunicação pública e propaganda política se tornam progressivamente imprecisas.

A articulação entre os eixos — jurídico, institucional, comunicacional e político-discursivo — sustenta a passagem do campo teórico para a análise empírica. A partir deste ponto, as declarações do então presidente Jair Bolsonaro serão examinadas como enunciados que condensam disputas de legitimidade, autoridade e sentido, observando-se como o discurso presidencial se apropria de estruturas estatais e midiáticas para projetar narrativas de poder. A análise buscará identificar as marcas discursivas que indiquem a presença, a distorção ou o abandono de características próprias de um ato de governo legítimo, tomando como referência os princípios constitucionais da Administração Pública e os fundamentos da comunicação pública democrática. Essa transição marca o início da etapa analítica do trabalho, em que o *corpus* — as falas proferidas na reunião com embaixadores — serão examinadas a partir das categorias teóricas construídas ao longo da pesquisa, com o objetivo de reconhecer, nas estratégias de linguagem, os indícios de tensionamento entre o interesse público e o uso político da comunicação estatal.

7.1 Das marcas do discurso

Neste estudo, as marcas discursivas são entendidas como indícios presentes nas falas do então presidente Jair Bolsonaro que permitem avaliar sua aderência aos princípios que orientam a comunicação pública e os atos de governo. Elas evidenciam intenções e estratégias de linguagem que podem revelar o alinhamento à finalidade pública ou a aproximação com práticas de promoção política e desinformação eleitoral. A definição dessas marcas decorre dos

referenciais jurídico e comunicacional discutidos, especialmente quanto à finalidade, impessoalidade e moralidade administrativa (Cretella Júnior, 1992; Di Pietro, 2018; Meirelles, 2016), bem como às distinções entre comunicação pública, governamental e propaganda eleitoral (Duarte, 2012; Brandão, 2006; Bucci; Vannuchi, 2021; Sena; Leal, 2021).

O ato de governo, a comunicação pública e a comunicação governamental compartilham princípios, fundamentos normativos e éticos consagrados na Lei, especialmente os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Ambos se orientam pela finalidade pública e pelo dever de transparência, constituindo expressões distintas, mas complementares, da atuação estatal voltada ao interesse coletivo. Assim, governantes e instituições públicas devem agir como representantes do Estado, e não como promotores de si mesmos ou de grupos políticos específicos.

A comunicação pública e a comunicação governamental possuem, em sua essência, uma natureza informativa, educativa e plural, voltada ao fortalecimento da cidadania e à promoção do debate público qualificado. Essa dimensão, presente tanto nas formulações teóricas de Duarte (2012) e Brandão (2003, 2006) quanto nos princípios que orientaram a criação da EBC, reflete a intenção de que os meios públicos devem funcionar como instrumentos de democratização da informação e de estímulo à participação social. Nesse contexto, a comunicação estatal deve garantir o acesso equitativo às vozes e perspectivas diversas, assegurando a pluralidade, o caráter formativo e a transparência na divulgação de ações governamentais. Como vimos, a EBC foi concebida como um espaço de mediação entre o Estado e a sociedade, com a missão de difundir conteúdos de interesse público e de promover valores democráticos e educativos, distinguindo-se, portanto, das lógicas mercadológicas e partidárias.

Dessa forma, a finalidade pública é o elemento central que sustenta a legitimidade do ato de governo e da comunicação pública. Enquanto o primeiro se refere à prática administrativa vinculada ao exercício da função política dentro dos limites legais, a segunda diz respeito à dimensão comunicacional dessa prática — isto é, à forma como o Estado se comunica com a sociedade. Nesse campo, conforme destacam Brandão (2003, 2006) e Duarte (2012), a comunicação pública deve assegurar a pluralidade de vozes, o respeito à cidadania e a manutenção de um fluxo informativo transparente, capaz de fortalecer a confiança social nas instituições.

Para que uma fala seja reconhecida como ato de governo legítimo ou manifestação de comunicação pública ou governamental, é necessário que ela contenha determinadas marcas discursivas, que traduzem, no plano da linguagem, o compromisso com a legalidade e a

finalidade pública. Entre essas marcas, destacam-se: o enfoque em ações e resultados de interesse coletivo; o uso de linguagem informativa e objetiva; o respeito às instituições e à diversidade social; a ausência de ataques pessoais ou de promoção individual; e a fidelidade aos fatos e dados oficiais. Essas características compõem o padrão discursivo esperado de uma comunicação estatal ética, impessoal e orientada ao bem comum.

Por outro lado, as marcas de uma propaganda eleitoral são substancialmente diferentes. A propaganda, pelos ditames regulamentares apresentados no texto, tem por finalidade influenciar a opinião pública e promover candidaturas ou partidos, devendo observar os princípios da legalidade, moralidade, veracidade e igualdade de oportunidades entre os concorrentes. Seu discurso é, por natureza, persuasivo, recorrendo a estratégias de exaltação pessoal, mobilização emocional e construção simbólica da imagem política. Contudo, a legitimidade dessa prática está condicionada ao respeito aos limites legais e éticos que preservam o equilíbrio do pleito e a integridade da informação. Assim, a propaganda perde seu caráter legítimo quando viola o princípio da legalidade — por exemplo, ao utilizar bens ou meios públicos —, ou quando incorpora fatos sabidamente falsos sobre matéria eleitoral, distorcendo o debate público e comprometendo a confiança nas instituições democráticas. Nesses casos, o discurso tende a se orientar pela polarização, pela criação de antagonismos ideológicos e pela simplificação de temas complexos, produzindo efeitos de mobilização política mais do que de esclarecimento público.

A distinção entre esses dois conjuntos de marcas discursivas — as que revelam a finalidade pública com caráter informacional e as que expressam a intenção eleitoral — constitui o eixo analítico que orientará a próxima etapa do texto. A partir desses parâmetros, será possível observar, no *corpus* selecionado, de que modo determinadas escolhas linguísticas, temáticas e estratégicas se alinham a um ou outro campo comunicacional. O passo seguinte, portanto, consiste em aplicar essas categorias teóricas à análise das falas presidenciais, a fim de verificar como os princípios constitucionais da comunicação pública e os limites jurídicos do ato de governo se manifestam — ou se distorcem, ao ponto de se tornarem propaganda eleitoral — no discurso.

7.2. Do Corpus e Análise do Discurso

Considerando a extensão do pronunciamento proferido pelo então presidente Jair Bolsonaro na reunião com embaixadores, realizada em 18 de julho de 2022²³, optou-se por analisar recortes específicos. Essa escolha visa concentrar a atenção em passagens representativas das tensões comunicacionais que se estabelecem entre o ato de governo, de natureza pública e institucional, e a propaganda eleitoral de conteúdo irregular, caracterizada pelo uso político de estruturas estatais.

Os trechos selecionados abrangem, de forma sistemática, passagens em que se evidenciam: (i) o emprego da TV Brasil e de recursos estatais na construção da cena enunciativa; (ii) referências avaliativas ao sistema eletrônico de votação, ao Tribunal Superior Eleitoral e a seus ministros; (iii) a combinação de exaltação de realizações de governo, autopromoção presidencial e pedido implícito de apoio político; e (iv) a mobilização de informações falsas ou não comprovadas e de valores democráticos, como liberdade, transparência e vontade popular, em disputas de sentido no campo político. Foram excluídas saudações protocolares, trechos meramente descritivos ou redundantes e ataques dirigidos a autoridades ou instituições que não integram diretamente a Justiça Eleitoral, por não incidirem de modo central sobre o problema de pesquisa.

Dessa forma, a análise focalizada desses excertos permite aprofundar a identificação das marcas discursivas que distinguem a comunicação de Estado da comunicação de campanha, sem perder de vista o contexto integral do pronunciamento, que será disponibilizado em anexo à dissertação para fins de transparência e verificação metodológica. O corpus é tratado, portanto, como um evento discursivo situado, no qual a posição institucional do enunciador, o contexto político-eleitoral e o meio de circulação das falas integram o próprio processo de produção de sentidos.

Cabe destacar que, neste ponto da pesquisa, não se pretende confrontar integralmente o conteúdo factual das declarações apresentadas, embora aspectos de veracidade ou falsidade possam ser considerados quando relevantes para análise das estratégias discursivas. O objetivo principal é examinar como os sentidos são produzidos na enunciação, observando o modo como determinadas formulações constroem efeitos de legitimidade, verdade e autoridade política. Assim, mais do que verificar o conteúdo material das falas, busca-se evidenciar as estratégias comunicacionais e discursivas que tensionam os limites entre a

²³ O vídeo tomando como referência para a montagem do *corpus* e as análises encontra-se hospedado no canal @brayplus5696 no *Youtube*, mais especificamente no link: <https://www.youtube.com/watch?v=P9XS736sMv8>, publicado em 10 de agosto de 2022.

informação institucional, voltada ao interesse público, e a autopromoção política, voltada à construção de imagem e vantagem eleitoral.

A seguir, inicia-se a etapa analítica do trabalho, em que os trechos selecionados do corpus são examinados à luz das categorias teóricas previamente apresentadas. Cada recorte é acompanhado de uma interpretação discursiva que busca identificar as marcas de natureza institucional, informativa ou autopromocional, permitindo avaliar em que medida a fala se aproxima dos princípios da comunicação pública e governamental ou, ao contrário, revela traços característicos da propaganda de cunho pessoal. A classificação inicial atribuída a cada trecho constitui uma etapa da pesquisa exploratória no procedimento analítico, funcionando como ponto de partida para a interpretação das marcas discursivas, e não como julgamento definitivo ou estaque do enunciado.

A análise de cada fragmento seguirá uma estrutura padronizada, composta pela apresentação do trecho, seguida da classificação inicial e da interpretação das marcas discursivas, observando-se sua correspondência com os fundamentos jurídicos e comunicacionais que orientam esta pesquisa. Esse movimento analítico parte do enquadramento institucional e comunicacional das falas e avança para a observação das escolhas linguísticas e estratégicas que produzem efeitos de sentido no contexto político-eleitoral, assegurando coerência entre o procedimento metodológico declarado e a análise efetivamente realizada.

1º Trecho selecionado

O Brasil é um país fantástico. Oito milhões e meio de quilômetros quadrados, riquíssimo em biodiversidade, minerais, terras agricultáveis, áreas para turismo, água potável, uma coisa enorme chamada Amazônia. Ou seja, o Brasil, pela sua extensão territorial, pelas suas riquezas, está integrado no mundo todo. O Brasil faz negócios com praticamente o mundo todo, tem adotado uma posição de equilíbrio em conflitos, buscamos a paz, trabalhamos por isso, preservamos a nossa democracia (0m13seg até 1m22seg).

Em uma classificação inicial, o fragmento pode ser visto como ato de governo. O trecho apresenta tom institucional, informativo e descritivo, sem ataques, juízos de valor explícitos ou apelos político-partidários. O presidente fala em nome da Nação²⁴, ressaltando

²⁴ Entende-se aqui por nação não um dado “natural” preexistente, mas uma construção histórica e ideológica. Bobbio, Matteucci e Pasquino (2008) mostram que as definições correntes a descrevem como grupo unido por supostos laços naturais de raça, língua, costumes, religião e território, mas concluem que tais critérios são insuficientes e que a nação deve ser compreendida como entidade ideológica, reflexo de uma determinada

características objetivas do país, como extensão territorial, recursos naturais, inserção internacional e compromisso com a paz e a democracia. Trata-se de conteúdos típicos da comunicação pública e governamental, voltados à projeção institucional do Estado brasileiro no exterior.

À luz da teoria do ato de governo, conforme delineada por Cretella Júnior (1992), o pronunciamento insere-se no âmbito das manifestações estatais de natureza política-administrativa que, embora dotadas de discricionariedade, devem respeitar os princípios constitucionais que regem a Administração Pública. Nesse sentido, o enunciado mantém aderência à impessoalidade e à publicidade previstas no art. 37 da Constituição Federal, uma vez que se orienta pela finalidade pública e não evidencia desvio para autopromoção ou vantagem eleitoral.

Nos elementos discursivos observados, nota-se a presença de um referente coletivo legítimo, em que “Brasil” e “nós” aparecem em sentido inclusivo, abarcando o país como totalidade. Predomina uma função informativa, na medida em que a fala descreve dados objetivos e atributos nacionais, sem assumir caráter opinativo ou configurar tentativa de persuasão política. A finalidade é nitidamente pública: reforça-se a imagem do Estado como agente diplomático, promotor da paz e da democracia, em consonância com a função representativa exercida pelo chefe de governo.

Em termos comunicacionais, respeita os fundamentos da comunicação pública democrática, com caráter educativo, informativo e plural, nos termos descritos por Duarte (2012) e Brandão (2003, 2006). Trata-se, assim, de uma fala compatível com o papel institucional do chefe do Executivo, sem extrapolar para a esfera da propaganda ou da defesa pessoal.

Em síntese, o recorte permanece dentro dos limites de um ato de governo, na medida em que comunica informações de interesse público em tom institucional e impessoal. O discurso reforça a posição do Brasil no cenário internacional e o compromisso com valores democráticos, sem recorrer à personalização da figura presidencial nem à polarização político-partidária.

Nesse ponto, o pronunciamento cumpre a função administrativa de representação do Estado, em consonância com os princípios da comunicação pública e com o uso responsável dos meios de difusão governamentais.

situação de poder, isto é, ideologia própria do Estado burocrático centralizado (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2008).

2º Trecho selecionado

Me elegi Presidente da República gastando menos de US\$ 1 milhão [...] e dentro de um leito de hospital, após sofrer um atentado de um elemento de esquerda, cujo inquérito não foi concluído. [...] Sou capitão do Exército Brasileiro, fui vereador no Rio de Janeiro e deputado federal por 28 anos. Conheço muito bem o nosso sistema e a política brasileira. Fiz uma campanha sem recursos, que começou quatro anos antes do pleito, depois da reeleição da senhora Dilma Rousseff, andando sozinho pelo Brasil e juntando multidões, fiz a minha campanha (1m25seg até 2m10seg).

Em uma classificação inicial, o trecho configura propaganda eleitoral de conteúdo irregular, com forte componente de autopromoção. A passagem constrói uma narrativa centrada na trajetória pessoal e política do enunciador, atribuindo centralidade à sua experiência individual, ao êxito eleitoral pretérito e à condição de vítima de um atentado, elementos que operam como mecanismos de legitimação pessoal no campo político.

Observam-se, nesse trecho, diversas marcas discursivas que afastam o enunciado da impessoalidade típica da comunicação pública. Há uma intensa personalização do discurso, evidenciada pelo uso reiterado do pronome “eu” e de verbos na primeira pessoa, o que desloca o foco da atuação estatal para a biografia do governante. A autopromoção manifesta-se na exaltação do esforço individual (“campanha sem recursos”, “andando sozinho”, “gastando menos”), configurando uma narrativa de mérito pessoal e autenticidade. Soma-se a isso a vitimização política, quando o “atentado de um elemento de esquerda” associa a figura do presidente a um papel de mártir, sugerindo perseguição e legitimidade moral. Por fim, as marcas de polarização se evidenciam na referência ideológica explícita, que insere o discurso no campo do antagonismo político e ultrapassa os limites da neutralidade comunicacional.

Do ponto de vista da Análise Crítica do Discurso, tais estratégias correspondem ao que van Dijk (2017) descreve como mecanismos de auto apresentação positiva do “nós” e apresentação negativa do “outro”, estruturando uma lógica de polarização ideológica. A menção explícita a um campo político adversário (“esquerda”) insere o discurso em um regime de antagonismo, reforçando identidades políticas e mobilizando afetos de adesão e rejeição.

Sob a perspectiva da propaganda eleitoral, o fragmento mobiliza uma narrativa política centrada na construção da imagem do enunciador como sujeito legitimado para o exercício do poder. Conforme observa Rodrigues (2023), narrativas dessa natureza operam como

instrumentos de convencimento ao articular trajetórias pessoais, experiências políticas e atributos simbólicos capazes de sustentar a permanência ou a retomada de projetos de poder. Nesse sentido, a exposição da biografia e do êxito eleitoral anterior funciona como recurso estratégico de autolegitimação, ainda que ausente o pedido explícito de voto.

Essa construção discursiva desloca a comunicação do plano institucional para o plano da promoção pessoal, aproximando-se de práticas típicas da propaganda eleitoral indireta. Ao enfatizar sacrifícios individuais, experiência política acumulada e enfrentamento de adversários ideológicos, o discurso orienta a interpretação do público e busca influenciar sua percepção sobre a aptidão do enunciador para o exercício do cargo, em consonância com a compreensão de Rodrigues (2023) acerca do papel das narrativas políticas na formação da opinião pública.

Sob a ótica dos princípios jurídicos que regem a comunicação estatal, o enunciado viola o princípio da impessoalidade previsto no art. 37 da Constituição Federal, ao utilizar meio público para a projeção da imagem pessoal do governante. Além disso, afasta-se dos conceitos de comunicação pública elencados neste trabalho, que, *como desenvolvido ao longo da pesquisa*, delimitam a atuação estatal à informação de interesse coletivo e vedam práticas de autopromoção e personalização do poder no uso de estruturas e meios públicos, conforme problematiza Bucci (2015).

Como conclusão, o fragmento configura propaganda eleitoral indireta, dissimulada sob um discurso de caráter biográfico e institucional. As marcas de autopromoção, vitimização e polarização evidenciam o uso do espaço público e da mídia estatal para fins pessoais e político-eleitorais, em afronta aos limites normativos que regulam tanto a comunicação pública quanto a propaganda eleitoral, conforme o marco conceitual e jurídico desenvolvido ao longo desta dissertação.

3º Trecho selecionado

O que eu mais quero para o meu Brasil é que a sua liberdade continue a valer também [...] depois das eleições. O que eu mais quero, por ocasião das eleições, é a transparência. Porque nós queremos que o ganhador seja aquele que realmente seja votado. [...] Nós temos um sistema eleitoral que apenas dois países no mundo usam. No passado, alguns países tentaram usar esse sistema e rapidamente o abandonaram. O que nós queremos são eleições limpas, transparentes, onde o eleito realmente reflita a vontade da sua população (3m05seg até 3m37seg [...] 3m39seg até 4m08seg).

À luz da classificação adotada neste trabalho, trata-se de fala de conteúdo político-eleitoral com aparência institucional. A declaração sugere um apelo à integridade das eleições, mas incorpora insinuações que colocam em dúvida o sistema eleitoral brasileiro, operando como um discurso-limite entre a comunicação institucional e a comunicação política voltada à disputa eleitoral.

No plano dos elementos linguísticos e estratégicos, o trecho mobiliza forte apelo emotivo e patriótico: expressões como “meu Brasil” e “liberdade” criam um vínculo simbólico com o público e reforçam uma identificação afetiva com o enunciador. A crítica surge de forma indireta, quando a menção ao uso restrito do sistema eleitoral (“apenas dois países no mundo usam”) insinua fragilidade técnica e institucional, sem apresentar provas concretas. Esse tipo de mobilização discursiva integra estratégias recorrentes de construção da imagem política do presidente, nas quais valores democráticos são acionados como recursos simbólicos de legitimação pessoal, conforme analisa Terra (2023) ao examinar a formação da imagem pública de Jair Bolsonaro.

A aparência de coletividade é construída pelo uso de “nós queremos”, que confere legitimidade à fala como se expressasse a vontade popular, ao mesmo tempo em que dilui a responsabilidade pessoal do presidente. Há, ainda, uma polarização implícita: a contraposição entre a defesa da “liberdade” e a sugestão de que o sistema é “pouco confiável” leva à ideia de que a manutenção da liberdade dependeria da contestação do modelo eleitoral vigente. Essa lógica discursiva articula-se a um ambiente político previamente marcado por disputas de legitimidade eleitoral e por elevados níveis de polarização, intensificados desde o pleito de 2014, cenário que, como observa Abranches (2019), favorece práticas de “hooliganismo político”, nas quais a adesão identitária se sobrepõe ao debate racional e institucional.

Sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, esse movimento pode ser compreendido como a ativação de esquemas cognitivos já disponíveis no espaço público, nos quais categorias como “povo”, “liberdade” e “verdade” são contrapostas de forma implícita às instituições responsáveis pela mediação democrática, em consonância com a noção de polarização discursiva e de construção de identidades antagonistas discutida por van Dijk (2017). Ainda que o enunciado não apresenta acusações diretas, ele contribui para sedimentar um campo de desconfiança simbólica em relação ao sistema eleitoral.

No plano jurídico, a fala contraria o princípio da veracidade e da impessoalidade na comunicação pública, ao utilizar o espaço institucional para difundir dúvida sobre o processo eleitoral, tema de natureza político-partidária. A violação ao dever de veracidade manifesta-se na propagação de insinuações não comprovadas acerca do sistema eleitoral, em desacordo

com o entendimento de Gomes (2020), para quem a comunicação estatal deve estar vinculada à fidelidade dos fatos, especialmente quando veiculada por meios oficiais. Ao mesmo tempo, há afronta ao princípio da impessoalidade, conforme delineado por Di Pietro (2018), uma vez que a utilização da estrutura institucional para sustentar uma narrativa política personalizada desvia a atuação estatal de sua finalidade pública. Ao fazê-lo, o discurso desloca o debate de um campo técnico e institucional para uma arena simbólica marcada por disputas de sentido, reforçando a dimensão política da comunicação presidencial em período sensível do calendário eleitoral.

Do ponto de vista comunicacional, o enunciado representa um desvio em relação à função democrática da comunicação pública, na medida em que instrumentaliza um espaço institucional para sustentar uma narrativa política específica. Como discutido por Matos e Nobre e Pereira Filho (2016), a comunicação pública se legitima pela ampliação da visibilidade de pautas de interesse coletivo e pela abertura à participação plural da sociedade, não podendo ser apropriada para a defesa de interesses particulares ou para a validação de posições político-eleitorais. Ao centralizar a fala presidencial como voz predominante e orientadora do sentido do debate, o pronunciamento esvazia o caráter dialógico da esfera pública e compromete a função da mídia estatal como espaço de circulação plural de perspectivas.

Como conclusão, a declaração constrói uma narrativa de desconfiança eleitoral sob o pretexto da defesa da transparência. A retórica de liberdade e moralidade nacional opera como máscara para a gradual deslegitimação do sistema eleitoral e para o reforço de uma identidade política polarizada. Desse modo, o trecho configura uma forma de comunicação política indevida, que se afasta do caráter impessoal e informativo esperado de uma fala presidencial transmitida por uma emissora pública, funcionando como ponto de inflexão discursiva que antecede e prepara as acusações mais diretas desenvolvidas nos trechos subsequentes da análise.

4º Trecho selecionado

Quero me basear exclusivamente em um inquérito da Polícia Federal que foi aberto após o 2º turno das eleições de 2018, onde um hacker falou que [...] tinha havido fraude por ocasião das eleições. [...] Disse que o grupo dele havia invadido o TSE e obtido acesso aos códigos-fonte e senhas de autoridades. [...] Segundo o TSE, os hackers ficaram por oito meses dentro dos computadores do Tribunal. [...] A Polícia Federal pediu os logs, [...] mas, sete meses depois, o TSE informou que os registros haviam sido apagados.

[...] Esse inquérito, aberto no mês seguinte ao segundo turno, até hoje não foi concluído. [...] O atacante invasor conseguiu copiar toda a base de dados e a senha de um ministro do TSE (4m10seg até 5m10seg [...] 7m21seg até 7m57seg [...] 8m02seg até 8m52seg).

Num enquadramento inicial, o trecho se caracteriza como fala de conteúdo político-eleitoral com aparência de comunicação institucional. O orador utiliza como fonte de legitimidade um documento oficial, o inquérito da PF, para construir uma narrativa de fraude eleitoral, embora as autoridades responsáveis já tivessem negado publicamente qualquer adulteração de votos ou manipulação do processo eleitoral²⁵. Trata-se, portanto, de uma estratégia discursiva que se vale da forma institucional do ato para produzir efeitos políticos, afastando-se dos contornos do ato de governo enquanto manifestação voltada à condução administrativa ou à representação regular do Estado, conforme delimita Cretella Júnior (1992).

No plano dos elementos linguísticos e estratégicos, observa-se a construção de uma autoridade técnica simulada: expressões como “documentos comigo”, “segundo o TSE” e “conclusões da PF” produzem uma impressão de tecnicidade e autenticidade, embora o conteúdo apresentado não corresponda ao teor real do inquérito. Esse mecanismo discursivo opera por meio da apropriação seletiva de signos institucionais, convertendo referências técnicas em instrumentos de credibilização simbólica da fala presidencial, ainda que desprovidas de respaldo fático. A isso se somam falsas inferências causais, quando a menção a “acesso aos códigos-fonte” e “senhas de ministros” sugere vulnerabilidade do sistema eleitoral, ainda que nenhum relatório oficial tenha identificado interferência nas urnas eletrônicas²⁶.

Verifica-se, ainda, uma omissão deliberada, na medida em que não há referência às notas e comunicados do TSE, que esclareceram que a invasão foi restrita a sistemas administrativos e sem impacto no pleito, o que reforça a intenção de gerar desconfiança institucional²⁷. O tom de denúncia se acentua quando o orador afirma que “os logs foram apagados”, insinuando negligência do tribunal e criando uma percepção de conluio e

²⁵ Tribunal Superior Eleitoral. **É falso que a invasão hacker de 2018 tenha comprometido as eleições**. Fato ou Boato, TSE, 9 ago. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Agosto/fato-ouboato-e-falso-que-invasao-hacker-de-2018-tenha-comprometido-as-eleicoes>. Acesso em: 20 out. 2025.

²⁶ CNN Brasil. **PF conclui que hacker não teve acesso às urnas eletrônicas em 2018**. CNN Brasil, 6 ago. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/pf-conclui-que-hacker-nao-teve-acesso-as-urnaseletronicas-em-2018/>. Acesso em: 20 out. 2025.

²⁷ FactCheck.org / Agência Lupa. **É falso que hacker tenha alterado resultado das eleições de 2018**. 2021. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/08/10/bolsonaro-hacker-eleicoes/>. Acesso em: 20 out. 2025.

desresponsabilização, sem apresentar qualquer prova documental que sustente essa acusação. Esse procedimento discursivo pode ser compreendido como uma estratégia de administração da visibilidade, na qual determinados fatos são seletivamente expostos enquanto outros são ocultados, orientando a interpretação do público e ampliando o impacto simbólico da narrativa apresentada, conforme analisa Thompson (2008).

Sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, tal construção contribui para ativar esquemas cognitivos de corrupção e fraude, transformando hipóteses e informações parciais em quase-fatos, a partir do controle do fluxo de informações e da atribuição de autoridade epistêmica ao enunciador, em consonância com a lógica de controle do conhecimento discutida por van Dijk (2017).

Em continuidade às violações já identificadas no trecho anterior, a fala mantém e aprofunda o afastamento dos princípios que orientam a comunicação pública, agora de forma mais contundente, ao atribuir aparência de factualidade técnica a informações sabidamente incompletas ou distorcidas. O que no trecho precedente se apresentava como insinuação e ambiguidade discursiva, aqui se converte em acusação estruturada, intensificando os efeitos político-eleitorais do pronunciamento e reforçando o desvio da finalidade pública do discurso presidencial. Nesse sentido, a manifestação prossegue afastada dos contornos do ato de governo, uma vez que não se orienta à condução administrativa legítima, mas à produção de desconfiança institucional com claros efeitos eleitorais, conforme os parâmetros já delineados por Cretella Júnior (1992).

Sob o aspecto comunicacional, o foco desloca-se para o papel desempenhado pela mídia pública na amplificação dessa narrativa. No contexto específico da TV Brasil, a transmissão integral do pronunciamento contribui para legitimar simbolicamente o discurso presidencial, ampliando seu alcance e seus efeitos no espaço público. Como observa Dionísio (2022), o enfraquecimento da autonomia editorial da emissora no período analisado comprometeu sua capacidade institucional de mediação e contenção de conteúdos de natureza político-eleitoral, aproximando sua atuação das diretrizes governamentais. Desse modo, a TV Brasil deixa de operar como espaço plural de circulação de perspectivas e passa a funcionar como vetor de validação de uma narrativa política específica, potencializando a produção de desconfiança institucional e tensionando os limites democráticos da comunicação pública.

O trecho se apropria de um inquérito real, mas o reinterpreta de forma sabidamente falsa, em desacordo com as declarações públicas do TSE e com os relatórios da PF, combinando autoridade institucional e retórica de denúncia para reforçar uma narrativa política de vitimização e desconfiança. Desse modo, o conteúdo ultrapassa o caráter

informativo e assume função persuasiva e eleitoral, transformando uma comunicação de governo em ato de propaganda política, caracterizado pela disseminação de informação sabidamente falsa e pelo uso indevido da estrutura pública de comunicação.

5º Trecho selecionado

Mais na frente, tudo que eu falo aqui ou é conclusão da PF ou é diretamente informações prestadas pelo TSE. [...] O senhor secretário atesta, categoricamente, que o invasor obteve domínio sobre usuários e senhas, que permite a alteração de dados de partidos e candidatos. [...] Esse grupo de invasores puderam até mesmo excluir nomes e trocar votos entre candidatos. [...] O TSE informou, sete meses depois, que os logs haviam sido apagados. [...] A Polícia Federal concluiu pela total falta de colaboração do TSE para com a apuração. [...] O sistema é completamente vulnerável, segundo o próprio TSE e a conclusão da Polícia Federal (9m50seg até 10m50seg [...] 12m31seg até 13m25seg).

À primeira vista, o trecho configura fala de conteúdo político-eleitoral com aparência institucional. O orador apresenta suas afirmações como baseadas em informações oficiais, recorrendo ao prestígio da PF e do TSE para conferir veracidade ao relato. No entanto, a fala reproduz informações sabidamente falsas, descontextualizadas ou inexistentes nos documentos oficiais, com potencial de influenciar a opinião pública em período pré-eleitoral, intensificando o ambiente de desconfiança institucional já instaurado nos trechos anteriores da análise.

Nos elementos linguísticos e estratégicos, destaca-se a construção de uma autoridade discursiva: expressões como “conclusão da PF” e “segundo o próprio TSE” produzem um efeito de legitimidade e de confirmação institucional, mesmo quando as declarações se afastam das posições oficiais desses órgãos. Esse procedimento discursivo opera por meio da apropriação seletiva de referências técnicas, convertidas em instrumentos de credibilização simbólica da fala presidencial, ainda que o conteúdo apresentado não corresponda ao teor real dos documentos mencionados. Ao mesmo tempo, há amplificação e hipérbole em trechos como “excluir nomes e trocar votos entre candidatos”, que distorcem os fatos e intensificam a percepção de fraude e vulnerabilidade do sistema eleitoral.

Observa-se ainda uma estratégia acusatória, quando a suposta “falta de colaboração do TSE” associa a instituição a negligência ou encobrimento, reforçando a narrativa de um inimigo interno. O tom categórico, marcado pelo uso de verbos no tempo presente, como em “é completamente vulnerável”, confere à fala um caráter de certeza e urgência, esvaziando o espaço para questionamento ou contestação.

Esse procedimento discursivo contribui para a transformação de hipóteses e informações parciais em quase-fatos, ao atuar sobre a dimensão sociocognitiva do discurso, na qual são mobilizados modelos mentais compartilhados de corrupção e fraude. Ao controlar o fluxo de informações e atribuir a si mesmo autoridade epistêmica, o orador orienta a interpretação do público e naturaliza suspeitas institucionais, em consonância com a abordagem de van Dijk (2017) sobre o papel dos modelos mentais e do controle do conhecimento na produção e reprodução de sentidos no espaço público.

Sob a perspectiva crítica da produção política da verdade, tal estratégia discursiva aproxima-se do que Chomsky (2014) descreve como a circulação de informações falsas ou distorcidas sob aparência de racionalidade técnica, nas quais a repetição e a autoridade da fonte se sobrepõem à verificação factual. O pronunciamento, assim, não se orienta pela fidelidade aos fatos, mas pela capacidade de moldar percepções e direcionar a interpretação do público.

A fala afronta os princípios de veracidade, impessoalidade e finalidade pública que regem a comunicação estatal, ao utilizar uma estrutura institucional para difundir informações falsas sobre o processo eleitoral. Do ponto de vista jurídico-eleitoral, o conteúdo se enquadra como propaganda eleitoral irregular, uma vez que propaga informação sabidamente inverídica sobre o sistema eletrônico de votação, buscando influenciar a percepção do eleitor quanto à legitimidade do pleito. Ainda que invocada como ato de governo, a manifestação não se sustenta nessa categoria, pois carece de finalidade administrativa legítima e se orienta à produção de efeitos eleitorais, afastando-se dos parâmetros do ato de governo enquanto manifestação voltada à condução administrativa ou à representação regular do Estado, conforme delimita Medauar (2006).

O trecho constrói uma retórica de descrédito e denúncia sob o disfarce de esclarecimento técnico, atribuindo a órgãos oficiais falas inexistentes e conclusões distorcidas, de modo que o orador se posiciona como detentor exclusivo da verdade sobre a lisura das eleições e utiliza essa inversão de autoridade para fragilizar a confiança pública nas instituições e criar um ambiente de suspeita. A fala, portanto, extrapola os limites de uma comunicação governamental legítima, constituindo ato de propaganda política com viés eleitoral, que distorce informações e compromete a integridade do espaço público de comunicação estatal.

6º Trecho selecionado

Então, sete meses depois, o TSE informou que os logs tinham sido apagados. [...] A Polícia Federal concluiu pela total falta de colaboração do TSE para com a apuração. [...] Entendo que não poderíamos ter tido eleições em 2020 sem apuração total do que aconteceu lá dentro. [...] O sistema é completamente vulnerável, segundo o próprio TSE e, obviamente, a conclusão da Polícia Federal. [...] Só dois países do mundo usam esse sistema eleitoral. [...] É impossível fazer uma auditoria em eleições aqui no Brasil. [...] Com todo respeito, oito meses passeando dentro dos computadores do TSE esse grupo de hackers, será que o TSE não sabia? (12m31seg até 13m25seg [...] 13m33seg até 15m24seg).

Tomando por base a tipologia adotada na pesquisa, o trecho apresenta fala de caráter político-eleitoral, com aparência de denúncia institucional. O conteúdo se apoia em distorções de informações oficiais para sustentar uma tese de vulnerabilidade do sistema eleitoral, aprofundando e radicalizando as insinuações anteriormente apresentadas, que aqui passam a assumir a forma de afirmações categóricas.

Nos elementos linguísticos e estratégicos, observa-se uma autoridade simulada: o enunciador invoca relatórios da PF e do TSE para legitimar sua fala, embora as conclusões mencionadas não correspondam ao teor real dos documentos. O que nos trechos anteriores aparecia como sugestão ou dúvida passa, neste ponto, a ser apresentado como certeza, por meio de generalizações e hipérboles, em expressões como “total falta de colaboração” e “sistema completamente vulnerável”, que produzem efeito de certeza e urgência, eliminando nuances interpretativas e ambiguidades.

Há ainda o uso de dado falso com forte efeito retórico: a afirmação de que “só dois países do mundo usam esse sistema” é incorreta, uma vez que pesquisas indicam que cerca de 19% dos países, 34 entre 178 analisados²⁸ utilizam algum tipo de votação eletrônica, o que desmente a ideia de isolamento tecnológico e reforça o caráter manipulador da fala. A repetição desse argumento, já apresentado em trechos anteriores, evidencia uma estratégia de reforço narrativo, pela qual informações falsas são reiteradas até adquirirem aparência de plausibilidade. O apelo à dúvida institucional aparece na pergunta retórica “será que o TSE não sabia?”, que ativa o descrédito e sugere negligência proposital, mobilizando afetos de desconfiança e antagonismo.

Sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, esse movimento atua sobre a dimensão sociocognitiva do processo comunicacional, ao mobilizar modelos mentais

²⁸ Dados do relatório Use of e-voting around the world, publicado pelo International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA), indicam que aproximadamente 19% dos países (34 dentre 178 analisados) utilizam algum tipo de votação eletrônica em nível nacional ou subnacional. Disponível em: <https://www.idea.int/news-media/multimedia-reports/use-e-voting-around-world>. Acesso em: 20 out. 2025.

compartilhados de corrupção e fraude. Ao controlar a seleção e a apresentação das informações, o orador transforma hipóteses e dados parciais em quase-fatos, orientando a interpretação do público e atribuindo a si mesmo autoridade epistêmica, em consonância com a abordagem de van Dijk (2017) sobre o controle do conhecimento no discurso político. Esse procedimento dialoga com a estratégia discursiva identificada por Terra (2023), segundo a qual Bolsonaro constrói uma posição de exterioridade em relação às instituições, apresentando-se como intérprete privilegiado da realidade política e deslocando a fonte de legitimidade do sistema institucional para a figura do próprio líder.

Essa dinâmica também pode ser compreendida como expressão de uma estratégia mais ampla de produção da desordem informacional, na qual a dúvida permanente, a instabilidade narrativa e a erosão da verdade factual operam como método de ação política. Nesse sentido, a fala aproxima-se do que Empoli (2019) descreve como a utilização do caos informativo e da incerteza como instrumentos de poder, deslocando o debate público do campo da verificação para o campo da suspeita contínua.

A fala afronta o princípio da veracidade e da finalidade pública da comunicação estatal (art. 37 da Constituição Federal), ao empregar informações sabidamente falsas para sustentar uma narrativa de caráter político-eleitoral. Ainda que apresentada sob a forma de denúncia institucional, a manifestação não se sustenta como ato de governo, pois carece de finalidade administrativa legítima e se orienta à produção de efeitos eleitorais, afastando-se dos parâmetros definidos por Medauar (2006) para a caracterização desses atos.

No plano da mídia pública, a veiculação desse conteúdo pela TV Brasil não opera como simples retransmissão de uma fala presidencial, mas como mecanismo de validação simbólica do enunciado, ao inseri-lo no circuito da comunicação estatal. Ao ser transmitido por uma emissora pública, o discurso adquire aparência de pronunciamento oficial, potencializando seus efeitos de credibilidade e ampliando seu alcance no espaço público. Nesse contexto, afastam-se os princípios que orientam a comunicação pública democrática, especialmente aqueles relacionados à informação de interesse coletivo, à pluralidade de perspectivas e à mediação institucional. Como apresentado ao longo da dissertação, a situação institucional da EBC no período analisado, descrita por Dionísio (2022), limitou a capacidade editorial da emissora de tensionar ou contextualizar conteúdos de natureza político-eleitoral, favorecendo sua atuação como vetor de amplificação de narrativas governamentais em detrimento de sua função pública.

O fragmento exemplifica, assim, o uso estratégico da desinformação como ferramenta de mobilização política. Sob aparência técnica e institucional, o orador difunde alegações

falsas sobre o sistema eleitoral e questiona a legitimidade das instituições responsáveis pela condução do pleito, sem observar os parâmetros normativos e comunicacionais que regem a atuação estatal em meios públicos. Trata-se de uma etapa avançada na escalada discursiva observada ao longo do pronunciamento, na qual a desconfiança inicialmente sugerida se consolida como afirmação categórica, configurando comunicação política indevida e propaganda eleitoral por desinformação, em uso incompatível com os princípios da comunicação pública e com a finalidade democrática da mídia estatal.

7º Trecho selecionado

Em 2014, [...] houve uma dúvida naquela época: quem ganhou as eleições? [...] A Polícia Federal recomendou o voto impresso, mantendo o sistema eletrônico, mas com uma impressora acoplada à urna. [...] Em 2018, outro parecer da Polícia Federal recomendou novamente o voto impresso, também ignorado. [...] Por quatro vezes, o parlamento aprovou o voto impresso, com minha participação, e o Supremo Tribunal Federal disse que era inconstitucional. Inconstitucional no quê? (13m26seg até 17m43seg).

Considerando o enquadramento adotado neste estudo, o trecho apresenta fala de caráter político e contestatório, marcando um ponto de inflexão no pronunciamento, ao reforçar a narrativa de que o sistema eleitoral é vulnerável e de que o STF teria atuado contra a vontade popular expressa pelo Congresso Nacional. O que nos trechos anteriores aparecia como denúncia técnica ou institucional passa, aqui, a assumir a forma de confronto direto com o Poder Judiciário, configurando uma escalada discursiva no tom e no conteúdo da fala.

Nos elementos linguísticos e estratégicos, observa-se um apelo à dúvida institucional: a interrogação “Inconstitucional no quê?” sugere que a decisão do STF careceria de fundamento jurídico, o que contribui para descredibilizar a Corte. A pergunta retórica não busca esclarecimento, mas opera como mecanismo de deslegitimação simbólica da Corte, ao insinuar arbitrariedade e distanciamento em relação à vontade popular.

Há também uma reescrita dos fatos, quando o orador afirma que o Congresso teria aprovado “por quatro vezes” o voto impresso, dado que é inverídico, já que a proposta foi rejeitada pela Câmara em 2021²⁹. Essa distorção factual contribui para sustentar a narrativa de

²⁹ A Câmara dos Deputados rejeitou, em 10 de agosto de 2021, a PEC 135/2019 (voto impresso), arquivando a proposta. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/792343-camara-rejeita-proposta-que-tornavaobrigatorio-o-voto-impresso/> Acesso em: 27 out. 2025.

antagonismo institucional, ao opor um Parlamento supostamente alinhado ao “povo” a um Judiciário apresentado como obstáculo à transparência eleitoral.

Verifica-se ainda um apelo à autoridade seletiva, na medida em que pareceres da PF são mencionados para conferir legitimidade técnica à fala, embora não sustentem a conclusão de vulnerabilidade do sistema nem justifiquem a adoção do voto impresso. Constrói-se, assim, uma dicotomia discursiva entre “povo” e “instituições”, típica de ambientes de polarização acentuada, na qual o STF é posicionado como adversário político. Tal lógica se aproxima do que Abranches (2019) descreve como “hooliganismo político”, em que a adesão identitária e o conflito substituem o debate institucional racional.

No plano jurídico, a fala deturpa o sentido das decisões institucionais e contraria os princípios de veracidade e de finalidade pública que regem a comunicação estatal (art. 37 da CF). O STF declarou inconstitucional a impressão do voto eletrônico por considerar que a medida comprometeria o sigilo e a segurança do processo eleitoral³⁰.

Sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, esse movimento intensifica a polarização sociocognitiva, ao reforçar modelos mentais de oposição entre “vontade popular” e “instituições”, orientando a interpretação do público para a leitura do Judiciário como entrave democrático, em consonância com a abordagem de van Dijk (2017) sobre a construção de identidades antagonistas no discurso político.

No plano da mídia pública, a transmissão desse conteúdo pela TV Brasil potencializa os efeitos simbólicos do confronto institucional, ao inserir a crítica presidencial no circuito da comunicação estatal. Como discutido na dissertação, especialmente a partir de Dionísio (2022), a fragilização da autonomia editorial da EBC no período analisado limitou a capacidade da emissora de contextualizar ou problematizar falas de natureza político-eleitoral, favorecendo a amplificação de narrativas governamentais em detrimento de sua função pública.

No trecho em análise, a desinformação e a retórica de confronto institucional são mobilizadas como estratégias discursivas centrais. A narrativa política se consolida por meio da repetição e da intensificação do conflito, em linha com o que Rodrigues (2023) identifica como uso estratégico da comunicação política para sustentar projetos de poder sem necessidade de pedido explícito de voto. Trata-se, portanto, de uma fala de caráter eleitoral indevido, que instrumentaliza a comunicação pública para questionar decisões de instituições

³⁰ O Supremo Tribunal Federal declarou, em 2020, inconstitucional a impressão de comprovante de votação pela urna eletrônica. Disponível em: <https://imirante.com/noticias/brasil/2020/09/15/ipolitica-stf-declara-inconstitucional-a-impressao-do-voto-pela-urna-eletronica> Acesso em: 27 out. 2025.

democráticas e reforçar a imagem do presidente como único representante legítimo da vontade popular, em oposição às instâncias constitucionais de controle.

8º Trecho selecionado

Eu teria dezenas e dezenas de vídeos [...] onde o eleitor ia votar e simplesmente não conseguia votar. [...] Quando ele apertava o número 1 e depois o 7, aparecia o 3 e o voto ia para outro candidato. [...] Temos quase 100 vídeos de pessoas reclamando que foram votar em mim e o voto foi para outra pessoa, nenhum vídeo de alguém que foi votar no outro candidato e apareceu meu nome. [...] Nós queremos transparência. Nós queremos a democracia de verdade (26m41seg até 27m25seg [...] 27m26seg até 27m33seg).

À luz da tipologia utilizada na pesquisa, o trecho configura fala de caráter político-eleitoral e conspiratório marcada por uma escalada discursiva que transforma insinuações anteriores em afirmações empíricas diretas, nas quais o enunciador apresenta acusações graves sobre o funcionamento das urnas eletrônicas, sem base factual verificável. O tom apelativo e a multiplicação indefinida de “vídeos” reforçam uma estratégia discursiva de amplificação e legitimação pela repetição, na qual o volume narrado substitui a comprovação empírica como critério de verdade.

Nos elementos linguísticos e estratégicos, observa-se o uso recorrente de hipérbole e generalização: expressões como “dezenas e dezenas de vídeos” e “quase 100 vídeos” produzem uma sensação de abundância probatória, ainda que nenhuma evidência concreta seja apresentada. Essa técnica discursiva opera por saturação informacional, criando um ambiente no qual a repetição de relatos individuais tende a se consolidar como verdade coletiva, conforme analisado por Thompson (2008) ao discutir os processos de administração da visibilidade e de construção pública de escândalos e suspeições.

Há também a apropriação seletiva de valores democráticos, quando expressões como “queremos transparência” e “democracia de verdade” são acionadas para ressignificar princípios constitucionais e legitimar um discurso de descrédito institucional. Conforme reconstrói Terra (2023), essa estratégia não surge de forma episódica, mas integra um processo discursivo contínuo na trajetória política de Jair Bolsonaro, no qual a defesa abstrata da moralidade, da justiça e da democracia é reiteradamente combinada à deslegitimação das instituições responsáveis por garanti-las. Nesse percurso, a desconfiança em relação ao sistema eleitoral, inicialmente mobilizada de modo difuso no contexto pós-eleitoral de 2014, é progressivamente incorporada ao repertório discursivo do enunciador, passando a operar

como elemento estruturante de sua comunicação política e como base para a normalização da suspeição como argumento legítimo no debate público.

Verifica-se, por fim, um silenciamento seletivo, na medida em que se ignora o fato de que o TSE e o ministro Edson Fachin rebateram essas alegações e denunciaram a manipulação discursiva associada à desinformação³¹. A ausência deliberada dessas informações contribui para a formação de modelos interpretativos simplificados, nos quais a complexidade técnica do processo eleitoral é reduzida a narrativas binárias de fraude versus verdade, favorecendo a cristalização de percepções distorcidas no espaço público.

Sob a perspectiva do ordenamento jurídico-administrativo, a fala afronta os princípios da veracidade e da finalidade pública que regem a comunicação estatal (art. 37 da Constituição Federal), ao empregar a estrutura de uma emissora pública para difundir informações sabidamente falsas e de inequívoco interesse político-eleitoral. Nessa medida, o pronunciamento se afasta dos contornos do ato de governo, uma vez que não se orienta à condução administrativa legítima nem à prestação regular de informações à sociedade, nos termos delimitados por Cretella Júnior (1992).

No campo comunicacional, o episódio exemplifica o desvio da função pública de informar para uma função persuasiva de manipulação do imaginário coletivo, em contraste com a função atribuída à mídia pública por Duarte (2012) e Brandão (2006). O TSE, em documento oficial, desmentiu essas alegações, e checagens independentes demonstraram que o suposto vídeo de “autocompletar voto” se tratava de uma montagem³².

No trecho em análise, a desinformação deixa de operar apenas como insinuação e se consolida como afirmação categórica de fraude, representando um estágio avançado da progressão discursiva observada ao longo do pronunciamento. Sob o disfarce da defesa da democracia, o enunciador projeta a si mesmo como único agente capaz de “revelar a verdade” ao eleitorado, configurando propaganda eleitoral por desinformação, sem pedido explícito de voto, mas com claros efeitos de convencimento político, em uso indevido da estrutura pública de comunicação.

9º Trecho selecionado

³¹ Aos Fatos — **Bolsonaro usa encontro com embaixadores para repetir informações falsas sobre eleição.** Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-usa-encontro-com-embaixadores-para-repetir-informacoes-falsas-sobre-eleicao/> Acesso em: 27 out. 2025.

³² Aos Fatos — **Não é verdade que urna estava programada para autocompletar voto em Haddad.** Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/nao-e-verdade-que-urna-estava-programada-para-autocompletar-voto-em-haddad/> Acesso em: 27 out. 2025.

Os senhores todos querem continuar representando os seus países [...] o Brasil é um país que interessa para todo mundo. [...] Alimentamos mais de 1 bilhão de pessoas [...] temos negócio com o mundo todo [...] é um país fantástico. [...] Se o povo resolver voltar ao que era antes, paciência. Agora, num sistema eleitoral como esse, que apenas dois países o adotam [...] nós não queremos que, após as eleições, um lado ou outro questione os resultados (30m04seg até 31m06seg).

Como primeira chave de leitura, trata-se de uma declaração de natureza híbrida, que se inicia com tom diplomático e institucional, mas evolui para uma intervenção política e opinativa sobre o processo eleitoral. Diferentemente dos trechos anteriores, não há aqui uma nova escalada de radicalização discursiva, mas a reiteração estratégica de argumentos já apresentados, agora reposicionados em um contexto internacional, o que amplia seus efeitos simbólicos. Configura-se, portanto, como ato de governo com viés político, realizado sob aparência de neutralidade diplomática, mas orientado à legitimação do projeto governamental e à antecipação de conflitos eleitorais.

Nos elementos linguísticos e estratégicos, nota-se um forte apelo nacionalista, marcado por exaltação e identificação com a coletividade: expressões como “país fantástico”, “nossa pátria” e “alimentamos mais de 1 bilhão de pessoas” reforçam a imagem de um Brasil grandioso e autossuficiente, governado de modo exemplar. Essa construção positiva do presente opera como recurso clássico de propaganda política, ao associar êxitos nacionais à permanência do governante no poder, mesmo sem pedido explícito de voto, em consonância com o efeito cumulativo da narrativa descrito por Rodrigues (2023).

Constrói-se também um antagonismo simbólico na frase “se o povo resolver voltar ao que era antes, paciência”, que opõe o “antes” ao presente, mobilizando o medo da regressão como recurso discursivo central. Ao evocar o passado como cenário indesejável e o futuro como risco, o enunciador não apresenta um projeto alternativo, mas ativa uma lógica de ameaça, na qual a continuidade do governo aparece como condição para evitar o colapso. Essa operação discursiva se aproxima do que Empoli (2019) descreve como engenharia do caos, caracterizada pela exploração sistemática do medo, da instabilidade e da incerteza como método de sustentação política, deslocando o debate do campo racional-institucional para uma arena emocional marcada pela insegurança e pela rejeição do “retorno ao passado”.

A dúvida eleitoral é introduzida quando o enunciador afirma que “num sistema eleitoral como esse, que apenas dois países o adotam”, acionando um gatilho de desconfiança sem apresentar dados verificáveis e reforçando a ideia de que o modelo brasileiro é isolado e potencialmente falho. Trata-se de uma tática de deslocamento argumentativo, pela qual temas

diplomáticos e econômicos são conectados ao tema político-eleitoral, produzindo uma continuidade discursiva que naturaliza o questionamento institucional diante da audiência internacional.

Em termos jurídicos, o trecho não se sustenta como ato de governo legítimo, pois se afasta da finalidade administrativa e representativa própria dessa categoria e rompe com os limites que a doutrina impõe a tais manifestações. Ao utilizar estrutura oficial e canal público para difundir informação sabidamente inverídica sobre o sistema eleitoral, a fala tensiona os princípios da veracidade, da impessoalidade e da finalidade pública que regem a comunicação estatal (art. 37 da Constituição Federal), projetando dúvida sobre a legitimidade do pleito em período sensível do calendário eleitoral. Nesse contexto, a manifestação deixa de se enquadrar como ato político-administrativo protegido e se aproxima do campo da propaganda eleitoral irregular, caracterizada pelo uso indevido dos meios de comunicação e pelo desvio de finalidade, nos termos delineados por Cretella Júnior (1992).

Neste fragmento, observa-se com nitidez o mecanismo discursivo de mescla entre comunicação institucional e discurso político, pelo qual a defesa simbólica da soberania nacional se converte em argumento de legitimação pessoal e de desconfiança eleitoral. Trata-se de um episódio em que o ato de governo assume caráter político e autopromocional, configurando uso estratégico da esfera pública e dos meios estatais, como a TV Brasil, para difundir narrativas favoráveis ao governante e prejudiciais à confiança nas instituições.

Nesse fragmento, observa-se, portanto, não a intensificação da radicalização, mas a consolidação de uma estratégia discursiva já em curso, na qual desinformação eleitoral, exaltação nacional e uso da mídia pública se articulam de forma estável. Trata-se de um momento de fixação narrativa, em que a suspeição sobre o sistema eleitoral deixa de ser apresentada como dúvida pontual e passa a integrar o pano de fundo “normal” da fala presidencial, configurando propaganda eleitoral por desinformação e uso indevido da estrutura pública de comunicação.

10º Trecho selecionado

Convidei o presidente do TSE [...] não veio. [...] Isso é de interesse de todo o povo brasileiro. A desconfiança do sistema eleitoral tem se avolumado. [...] Nós não podemos enfrentar umas eleições sob o manto da desconfiança. [...] O Brasil está voando. [...] Nos comportamos muito bem durante a pandemia. [...] Garantimos a segurança alimentar para mais de 20% da população mundial. [...] O Brasil desponta como um exemplo para o mundo (39m34seg até 40m17seg [...] 41m30seg até 42m09seg).

Neste fragmento final, a fala atinge o ponto máximo de densidade política e simbólica observado ao longo de todo o pronunciamento. Combina, de modo articulado, vitimização institucional, autopromoção governamental e produção deliberada de desconfiança eleitoral, consolidando a transição definitiva do registro institucional para um discurso de campanha travestido de ato estatal. A menção à ausência do presidente do TSE não opera apenas como informação circunstancial, mas como recurso narrativo de isolamento e confronto, sugerindo que as instituições responsáveis pela mediação democrática se recusam ao “diálogo” e, por consequência, alimentam a suspeição social.

Na sequência, a alternância entre a denúncia da “desconfiança” que se avoluma e a exaltação do desempenho governamental (“o Brasil está voando”, “exemplo para o mundo”) estrutura uma retórica de contraste, na qual o presente é apresentado como cenário de sucesso a ser preservado, enquanto o futuro é implicitamente associado ao risco de regressão. Esse deslocamento do debate para o campo do medo e da instabilidade não visa esclarecer o processo eleitoral, mas produzir um estado permanente de insegurança, em consonância com o que Empoli (2019) descreve como engenharia do caos: uma estratégia política baseada na erosão da confiança institucional e na substituição do debate racional pela ameaça simbólica do colapso.

Ao mesmo tempo, o uso reiterado da linguagem da prosperidade e da virtude nacional cumpre função de autopromoção indireta, ao vincular os supostos êxitos do país à figura do governante. Essa operação corresponde ao uso simbólico do poder analisado por Thompson (2008), no qual a visibilidade pública é instrumentalizada para fabricar reconhecimento, autoridade e legitimidade, combinando a imagem do líder eficaz à do líder injustiçado. O resultado é uma narrativa fechada, na qual o governante se apresenta simultaneamente como vítima das instituições, defensor do povo e garantidor exclusivo da ordem democrática.

Sob o prisma jurídico-administrativo, o trecho confirma o afastamento dos limites do ato de governo, uma vez que a função representativa é instrumentalizada para fins político-eleitorais, em violação aos princípios da veracidade, da impessoalidade e da finalidade pública previstos no art. 37 da Constituição Federal. A crítica indireta ao sistema eleitoral, associada à exaltação da própria gestão, configura uso indevido da estrutura estatal e aproxima o discurso do campo da propaganda eleitoral irregular, não pela solicitação explícita de voto, mas pela produção de sentidos favoráveis à continuidade do poder.

No plano comunicacional, a veiculação desse enunciado pela TV Brasil desempenha papel decisivo na legitimação simbólica da narrativa, ao conferir-lhe aparência de discurso oficial de Estado diante de uma audiência nacional e internacional. Em um contexto de fragilização da autonomia editorial da EBC, a mídia pública deixa de atuar como instância de mediação plural e passa a operar como amplificadora de um discurso presidencial marcado por desinformação, medo e autopromoção, selando o desvio central identificado nesta pesquisa: o uso da comunicação pública como instrumento de propaganda política indireta e de erosão da confiança democrática.

7.3. Síntese dos Resultados da Análise

A leitura dos trechos selecionados nas falas de Jair Bolsonaro na reunião com embaixadores permite evidenciar um padrão discursivo recorrente, no qual se misturam elementos de comunicação governamental, promoção pessoal e crítica institucional. As falas convergem na tentativa de legitimar o próprio governo e colocar em dúvida a integridade do sistema eleitoral brasileiro, deslocando o foco da pauta diplomática para uma narrativa de defesa política. Esse deslocamento não se dá de forma episódica, mas se organiza como uma construção discursiva progressiva, na qual a temática eleitoral vai sendo introduzida de maneira gradual, passando da insinuação à acusação e, posteriormente, à afirmação categórica, configurando uma escalada de radicalização discursiva ao longo do pronunciamento.

Observou-se a presença frequente de marcas discursivas associadas ao ato de governo, sobretudo na representação do presidente como porta-voz da nação e guardião da democracia. Nos trechos iniciais, essa dimensão institucional é mobilizada como estratégia de legitimação da fala, permitindo ao orador ocupar simbolicamente o lugar de representante do Estado brasileiro. Contudo, o pronunciamento ultrapassa a dimensão informativa e assume características de autopromoção, aproximando-se de estratégias de propaganda eleitoral indireta, especialmente quando exalta feitos do governo, critica adversários e utiliza a estrutura pública como meio de difusão de sua imagem. À medida que a análise avança, torna-se evidente o afastamento progressivo dos contornos do ato de governo, nos termos delimitados por Cretella Júnior (1992) e Medauar (2006), uma vez que a finalidade administrativa e representativa é substituída pela produção de efeitos políticos e eleitorais.

De modo geral, as análises indicam que a fala manteve uma aparência de ato institucional, mas incorporou componentes político-ideológicos que comprometem sua impessoalidade. Essa aparência institucional funciona como elemento central da estratégia discursiva, pois permite que conteúdos de natureza político-eleitoral circulem sob o manto da neutralidade estatal. A transmissão pela TV Brasil reforça esse caráter híbrido, revelando como a fala presidencial transitou entre o campo do governo e o da campanha, situando-se na zona de tensão entre o interesse público e o interesse político-partidário. Nesse sentido, o meio de difusão assume papel decisivo na legitimação simbólica das falas, ao conferir estatuto oficial a narrativas que tensionam o próprio funcionamento das instituições democráticas.

Em diversos momentos, também se verificou que o conteúdo discursivo avançou para além da mera exaltação de realizações governamentais, incorporando afirmações sabidamente falsas sobre o processo eleitoral. A repetição de alegações desmentidas por órgãos oficiais e pela imprensa especializada caracteriza o uso de estratégias de desinformação, que reforçam a tentativa de legitimar o orador e enfraquecer a credibilidade das instituições democráticas. Tais estratégias operam na dimensão sociocognitiva do discurso, ativando modelos mentais compartilhados de fraude, corrupção e desconfiança institucional, conforme discutido por van Dijk (2017), e transformando hipóteses e informações parciais em “quase-fatos” dotados de forte impacto simbólico. Nesses trechos, a comunicação governamental assume contornos de propaganda eleitoral irregular, uma vez que a exposição pública deixa de servir ao interesse coletivo e passa a operar como instrumento de autopromoção política.

A análise também evidencia que a produção da dúvida e da instabilidade informacional não ocorre de forma accidental, mas como método discursivo reiterado, articulando medo, ameaça de regressão e insegurança institucional. Essa dinâmica se aproxima do que Empoli (2019) denomina de engenharia do caos, na qual a erosão da confiança nas instituições e na verdade factual se converte em estratégia política central, capaz de mobilizar afetos, polarizar o debate e reorganizar a percepção pública da realidade. Ao mesmo tempo, a construção de uma narrativa de êxito governamental e de liderança moral dialoga com o entendimento de Rodrigues (2023) sobre o efeito cumulativo da propaganda política, que dispensa o pedido explícito de voto e opera pela repetição e pela estabilização de sentidos favoráveis ao governante.

Os resultados obtidos dialogam diretamente com os objetivos da pesquisa e permitem analisar como o uso da TV Brasil, na reunião com embaixadores, tensionou os limites entre a comunicação pública e a propaganda eleitoral. As análises revelam a presença de estratégias discursivas que reforçam a polarização e a personalização do poder, ao mesmo tempo em que evidenciam o uso político de um espaço destinado à informação de interesse coletivo. No contexto específico da EBC, conforme analisado por Dionísio (2022) e Amorim (2023), a fragilização de sua autonomia editorial contribuiu para que a emissora operasse menos como instância de mediação institucional e mais como vetor de amplificação simbólica do discurso presidencial, potencializando seus efeitos junto ao público nacional e internacional.

Essas constatações servem de base para a reflexão que se seguirá, na qual as considerações finais retomam o percurso da investigação e avaliam o alcance dos objetivos propostos, relacionando-os às implicações jurídicas, comunicacionais e democráticas do caso estudado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar o uso da TV Brasil na transmissão da reunião de Jair Bolsonaro com embaixadores, em julho de 2022, buscando avaliar se o episódio se configurou como um ato de governo legítimo ou como uma forma de propaganda eleitoral irregular. A partir dessa questão central, foi possível articular referenciais teóricos dos campos do Direito Administrativo, da Comunicação Pública e da Análise Crítica do Discurso, demonstrando que a fronteira entre o exercício da função governamental e a promoção político-partidária é tênue, sobretudo em contextos de acirramento ideológico e desinformação. Constatou-se que esse episódio representa um claro tensionamento entre o caráter informacional esperado de uma comunicação pública e a sua conversão em instrumento de promoção pessoal e de autopreservação política, evidenciando a apropriação simbólica do aparato estatal para fins eleitorais.

Neste sentido, o caso analisado ilumina um problema que ultrapassa o episódio concreto e afeta diretamente a qualidade da democracia brasileira, ao mostrar como a comunicação de Estado pode ser convertida em mecanismo de propaganda, com impactos sobre a confiança pública, sobre a equidade das disputas eleitorais e sobre o direito da população à informação de interesse coletivo.

A investigação partiu da análise de que a comunicação pública, conforme autores como Brandão (2006) e Duarte (2012), deve servir à coletividade, assegurando pluralidade, transparência e compromisso com o interesse público. Ao confrontar esse ideal com o uso efetivo da TV Brasil no episódio analisado, constatou-se que a emissora pública foi utilizada para amplificar uma mensagem de natureza política, direcionada à construção de uma narrativa de desconfiança sobre o sistema eleitoral e à exaltação pessoal do então presidente. Assim, embora o evento tenha sido apresentado como diplomático e institucional, seu conteúdo discursivo revelou estratégias de personalização do poder e mobilização simbólica incompatíveis com os princípios que regem a administração e a comunicação públicas.

Nesse movimento discursivo, o pronunciamento estatal se tensiona: desloca-se da função de informar o público para a função de reforçar a imagem de um líder que se coloca como vítima e salvador, configurando-se como um outsider em oposição às elites políticas e institucionais. Ao apresentar esses deslocamentos, a pesquisa oferece parâmetros concretos para que sociedade, órgãos de controle e profissionais da comunicação possam reconhecer,

problematizar e contestar usos indevidos da mídia pública, contribuindo para o fortalecimento de práticas comunicacionais mais alinhadas ao interesse coletivo.

A aplicação da Análise Crítica do Discurso, segundo a abordagem de Van Dijk (2017), permitiu identificar como as falas de Jair Bolsonaro operam em níveis cognitivos e sociais para reforçar polarizações, manipular crenças e sustentar uma visão dicotômica entre “nós” e “eles”. Os termos utilizados, ao se apropriar de estruturas estatais de comunicação, produziram efeitos de legitimação política e deslegitimação institucional, projetando uma imagem de governo como vítima de um sistema supostamente corrupto e de uma elite eleitoral manipuladora. Essa construção discursiva reflete um mecanismo ideológico de controle simbólico, em que a linguagem é usada não apenas para informar, mas para influenciar e reorganizar percepções sociais em benefício do emissor.

Nesse sentido, o caso estudado exemplifica o que Chomsky (2014) denomina “construção de consenso”: o uso deliberado dos meios de comunicação como instrumentos de poder e persuasão. A transmissão pela TV Brasil, um canal de alcance nacional e financiado por recursos públicos, atuou como vetor de legitimação discursiva de uma narrativa política, em detrimento do princípio da impessoalidade. A mídia pública, que deveria funcionar como espaço de representação plural e democrática, tornou-se, naquele contexto, um mecanismo de difusão de conteúdo voltado à autopromoção governamental e à construção de lealdades políticas.

Sendo assim, o tensionamento entre o institucional e o pessoal tornou-se o eixo condutor do episódio, evidenciando como a forma e o conteúdo da comunicação estatal foram reorganizados para servir a um projeto político de poder. Ao revelar tal processo, o estudo contribui para desnaturalizar a apropriação do aparato comunicacional do Estado, oferecendo elementos para que cidadãos e instituições desenvolvam uma leitura mais crítica sobre o uso político da comunicação pública.

A análise também dialoga com o conceito de “administração da visibilidade”, de Thompson (2008), que trata do modo como os atores políticos gerenciam sua exposição pública em sociedades mediadas. No episódio em questão, o controle da visibilidade foi fundamental para a construção de autoridade e credibilidade, convertendo a comunicação pública em palco de um espetáculo político cuidadosamente administrado. O uso da TV Brasil ampliou o alcance simbólico do discurso, projetando-o para além do público presente e inserindo-o no circuito midiático da disputa eleitoral. Essa apropriação da visibilidade reforça o tensionamento entre a função pública e o marketing político, ao transformar a transparência institucional em performance eleitoral.

Essa apropriação da estrutura pública repercute para além do episódio em si: enfraquece a credibilidade das instituições comunicacionais do Estado, compromete a confiança do público e tensiona a própria ideia de comunicação como serviço de interesse coletivo. A naturalização desse tipo de uso político da estrutura estatal contribui para a erosão simbólica da esfera pública democrática, onde o pluralismo e a transparência deveriam prevalecer sobre a lógica da propaganda e da autopromoção. Reconhecer e nomear os mecanismos apresentados, como se buscou fazer nesta pesquisa, constitui passo necessário para o desenvolvimento de políticas públicas, normas regulatórias e práticas de educação midiática que reforcem o caráter público, e não governamental-partidário, da comunicação de Estado.

Paralelamente, a retórica de desconfiança e a ênfase na ameaça às instituições eleitorais dialogam com o que Empoli (2019) denomina “engenharia do caos” como um modelo de comunicação política que rejeita mediações tradicionais, privilegia o engajamento emocional e estimula a lealdade a discursos capazes de acionar medos e aspirações do público. Essa lógica desloca o debate racional para o terreno da emoção e da incerteza, multiplicando versões e corroendo referências de verdade. No episódio analisado, a repetição de suspeitas infundadas sobre as urnas e o apelo simbólico à “liberdade” e à “verdade” expressam essa dinâmica, na qual a dúvida é instrumentalizada como forma de poder e o Estado se converte em difusor de instabilidade informacional. A retórica outsider de Bolsonaro, combinada ao uso do discurso conspiratório, cria uma simbiose entre vitimização e enfrentamento, características típicas de sua construção identitária e discursiva. Ao explicitar essa dinâmica, o estudo oferece subsídios para que práticas de regulação, de controle social e de alfabetização midiática possam responder a estratégias que fragilizam a confiança nas instituições democráticas.

Embora o episódio da reunião com embaixadores seja emblemático, ele se insere em uma trajetória histórica de disputas pelo controle simbólico da comunicação estatal no Brasil. Desde a criação da EBC, observa-se uma tensão permanente entre o projeto de comunicação pública e a prática governamental, que frequentemente confunde os limites entre o público e o político. Como apontam Dionízio (2022), Sena e Leal (2021) e Amorim (2023), a ausência de mecanismos institucionais eficazes de autonomia e controle social tornou a EBC vulnerável à captura por interesses conjunturais e à instrumentalização de sua estrutura para fins políticos. O caso analisado radicaliza essa tendência, ao utilizar a comunicação estatal em um contexto de polarização extrema e ataque direto às instituições eleitorais. Desse modo, a relevância social do trabalho reside também em evidenciar a necessidade de reforço institucional e

normativo para que episódios semelhantes sejam prevenidos e enfrentados, preservando o caráter público da EBC e da TV Brasil.

Do ponto de vista jurídico-administrativo, observou-se que a invocação da natureza “política” do ato não é suficiente para afastar a sindicabilidade judicial. Conforme a doutrina de Cretella Júnior (1992), Di Pietro (2018) e Meirelles (2016), o ato de governo, ainda que discricionário, deve obedecer aos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade e moralidade. A análise do caso demonstrou que, embora a reunião com embaixadores possa ser enquadrada formalmente como ato de governo, seu conteúdo e finalidade extrapolaram, por várias vezes, os limites do interesse público, aproximando-se do uso indevido de bens e serviços estatais com finalidade eleitoral — uma violação ao princípio da finalidade administrativa.

A sobreposição entre função pública e estratégia eleitoral, evidenciada na prática discursiva do ex-presidente, revela um problema estrutural da comunicação política brasileira, marcado pela fragilidade das barreiras institucionais entre Estado, governo e políticos. Como observam Bucci e Vannuchi (2021), a inexistência de mecanismos eficazes de autonomia e controle social sobre os meios públicos de comunicação favorece sua captura por interesses conjunturais. Essa fragilidade, herdada de uma trajetória histórica de disputas pelo controle da comunicação estatal, atingiu seu ponto mais crítico durante o governo Bolsonaro, quando a EBC, desfigurada em sua estrutura participativa, passou a atuar de forma alinhada ao Executivo, sem salvaguardas que impedissem o uso da TV pública para fins de propaganda pessoal ou difusão de conteúdos falsos. Com a extinção do Conselho Curador e a centralização das decisões na Presidência da empresa, a emissora ficou à mercê das diretrizes governamentais, perdendo sua capacidade de funcionar como espaço plural e de interesse público. Ao sistematizar este percurso, a pesquisa reforça a urgência de reformas institucionais que blindem a comunicação pública contra usos eleitorais e personalistas.

A análise discursiva também evidenciou que, mesmo em trechos de caráter informativo, o pronunciamento presidencial se valeu de estratégias de autopromoção e vitimização política, convertendo a narrativa estatal em narrativa pessoal. Essa fusão entre a imagem do líder e a imagem da nação cria um efeito de identificação simbólica típico das comunicações populistas, em que o governante se apresenta como intérprete exclusivo da vontade popular. Tal fenômeno, segundo van Dijk (2000, 2013, 2015), expressa a manipulação ideológica da linguagem, que atua na estrutura cognitiva dos receptores e reforça divisões sociais.

Os resultados da análise permitem concluir que a reunião com embaixadores e sua transmissão pela TV Brasil configuram um episódio liminar entre o ato de governo e a propaganda eleitoral, no qual a comunicação pública foi instrumentalizada para fins de disputa política. Embora nem todas as falas analisadas apresentem marcas explícitas de desvio de finalidade, o conjunto das falas evidenciam um padrão discursivo voltado à consolidação de apoio político, à descridibilização de instituições e à autopromoção do governante. Assim, a utilização da mídia pública nesse contexto ultrapassou o propósito informativo e institucional que caracteriza os atos administrativos e consequentemente de governo.

Em um cenário de midiatização intensa da vida política, em que praticamente todo ato de governo produz efeitos eleitorais e simbólicos, mesmo fora do período formal de campanha, tal distinção torna-se ainda mais relevante. Ao oferecer critérios discursivos para diferenciar comunicação pública e propaganda, o trabalho contribui para que análises futuras, decisões judiciais e debates públicos possam operar com maior precisão na identificação de abusos e no fortalecimento da esfera pública democrática.

Do ponto de vista acadêmico, esta pesquisa contribui para a análise dos cruzamentos entre comunicação pública, direito administrativo e análise do discurso em um cenário de crescente complexidade informacional, polarização e de hibridização entre política e mídia, em que, em razão da midiatização da vida pública, quase todo ato de governo tende a produzir consequências eleitorais e de imagem, mesmo quando não há pedido explícito de voto. Observou-se que os estudos sobre propaganda eleitoral, no campo jurídico, ainda se concentram em questões de liberdade de expressão e pedidos de voto, enquanto no campo da comunicação prevalece a análise conceitual e histórica do fenômeno.

Embora existam contribuições relevantes em cada área, são raras as tentativas de aproximação entre elas, sobretudo no sentido de relacionar a lógica jurídica dos atos da administração com as estratégias discursivas da comunicação política, perspectiva que esta pesquisa buscou desenvolver de forma interdisciplinar. Ao fazer essa ponte, o estudo não apenas preenche uma lacuna teórica, mas oferece instrumentos analíticos que podem ser mobilizados em processos de controle institucional, atuação jornalística e formação cidadã.

Metodologicamente, o trabalho também demonstrou a pertinência da aproximação entre categorias jurídicas e ferramentas analíticas da comunicação. A conjugação entre a teoria dos atos administrativos e a Análise Crítica do Discurso mostrou-se produtiva para revelar como o poder político se manifesta não apenas em decisões formais, mas também na dimensão simbólica e narrativa da linguagem estatal. Essa articulação metodológica aponta caminhos para que futuras pesquisas, órgãos de controle e atores da sociedade civil possam

avaliar, com maior rigor, os efeitos discursivos de atos governamentais veiculados por meios públicos.

Por essa razão, reforça-se aqui a necessidade de abordagens interdisciplinares e multidimensionais, que combinem fundamentos do direito, da comunicação e das ciências sociais para avaliar a atuação comunicacional de governantes e o uso político das estruturas estatais. Em um ambiente de crescente interpenetração entre o discurso institucional e o discurso eleitoral, no qual a mediação torna cada vez mais difusa a fronteira entre comunicação de governo e propaganda, torna-se viável o desenvolvimento de metodologias capazes de avaliar o impacto simbólico, jurídico e ético dessas práticas sobre a democracia.

A presente pesquisa representa um passo nesse sentido, ao propor uma leitura crítica e articulada entre os campos, destacando a necessidade de novos estudos que ampliem o entendimento e avaliação sobre os limites e responsabilidades da comunicação pública no Brasil. Ao mesmo tempo, indica caminhos de intervenção, ao sugerir critérios de análise que podem orientar tanto a atuação de instituições de controle quanto o fortalecimento da literacia midiática da população.

A consolidação de uma comunicação pública verdadeiramente democrática exige o fortalecimento de mecanismos institucionais de autonomia, transparência e participação social. É necessário repensar o papel da EBC e de seus instrumentos de governança para que a mídia pública não se torne refém da política, mas funcione como garantia da pluralidade informativa e do debate público. Ao evidenciar os riscos do uso eleitoral da comunicação estatal e ao propor ferramentas para identificá-lo no plano do discurso, esta pesquisa busca contribuir para processos de mudança social orientados à defesa da esfera pública democrática, ao aperfeiçoamento das instituições e à proteção do direito à informação no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, Sérgio. **Polarização radicalizada e ruptura eleitoral**. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ALONSO, Angela. **A política das ruas: protestos em São Paulo de Dilma a Temer**. Novos Estudos, São Paulo, jun. 2017. Disponível em: Acesso em: https://novosestudios.com.br/wp-content/uploads/2018/07/Angela-Alonso_A-pol%C3%ADtica-das-ruas.pdf Acesso em: 20 ago. 2025.
- ALVES, M.; TAVARES, C. Propaganda eleitoral digital no Brasil: estratégias de segmentação de candidaturas à presidência em 2018 no Facebook. **Revista Eco-Pós**, v. 26, n. 2, p. 507-538, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i2.27914>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- ALVIM, Frederico Franco. O direito eleitoral como elo entre a democracia e a representação política. **Revista Eletrônica da EJE**, Brasília, ano 4, n.4, p. 27-31, jun./jul. 2014.
- AMORIM, Roberto Rivelino de. **Uma TV Brasil: a lógica do capital no direcionamento dos sentidos do discurso jornalístico de uma emissora dita pública**. 2023. 296 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2023.
- ANDRADE, Anny Caroline de Castro; SÁ, Kayo César Silva; COSTA, João Santos da. Fake news e liberdade de expressão no direito eleitoral. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 10, n. 5, p. 1236–1250, 2024. DOI: 10.51891/rease.v10i5.13840. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/13840>. Acesso em: 19 ago. 2025.
- ANDRADE, Juliana. **Franklin Martins diz que nova rede pública não se guiará por lógica comercial ou estatal**. Agência Brasil, 21 jun. 2007. Disponível em: <https://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2007-06-21/franklin-martins-diz-que-nova-rede-publica-nao-se-guiara-por-logica-comercial-ou-estatal>. Acesso em: 25 jul. 2025.
- ARAGÃO, Alexandre Santos de. **Curso de Direito Administrativo**. 2. ed. rev., atual. e ampl., Editora Forense, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://ler.amazon.com.br/kp/embed?linkCode=kpd&asin=B073DMKBYJ&tag=livrariapubli-20&reshareId=G3VGBSFSVB0YSBZ8HPGZ&reshareChannel=system> Acesso em: 01 de maio de 2025.
- BARBOSA, Rui. **Atos Inconstitucionais**. Campinas: Russell, 2004
- BARRETO, C. **Portaria 2016: o AI-5 da comunicação pública**. Trincheiras. 15 abril 2109. Disponível em: <https://medium.com/trincheiras/portaria-216-o-ai-5-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-p%C3%BAblica-72c0958132d9>. Acesso em: 25 jul. 2025.

BARROS, Sâmia Larissa Dias; NICODEMO, Roberto Pivôto; DANTAS, Thomas Kefas de Souza. **O ativismo social no exercício democrático do século XXI: revoltas que deram certo.** In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE, 2., 2013, Santa Maria. Anais. Santa Maria: UFSM, 2013. p. 613-628. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/563/2019/09/4-11.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2025.

BATINI, Silvana; OLIVEIRA, Neide M. C. Cardoso de. Desinformação e Eleições 2020: caminhos possíveis. **Revista Justiça Eleitoral em Debate**, v. 10, n. 1. Rio de Janeiro: 2020, p. 220 - 239. Disponível em: <https://revista.tre-rj.jus.br/rjed/article/view/117/112>. Acesso em: 19 ago. 2025.

BELLO, André. Polarização política dinâmica: evidências do Brasil. **Opinião Pública**, v. 29, p. 47-49, 2023. Disponível em: https://www.cesop.unicamp.br/vw/1I8TwSa4wNQ_MDA_7dd67_/3-%20Polariza%C3%A7%C3%A3o%20Pol%C3%ADtica%20Din%C3%A2mica.pdf. Acesso em: 19 ago. 2025.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política.** 2 v. Tradução de Carmen C. Varriale et al. 12. ed. Brasília: Editora UnB, 2008.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio.** In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Belo Horizonte: IDDE, 2018. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/426681482/2018-braga-industria-fake-news-pdf>. Acesso em: 19 ago. 2025.

BRANDÃO, Elisabeth Pazito. Usos e significados do conceito Comunicação Pública. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom.** Anais. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1037-1.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2025.

BRANDÃO, Elisabeth Pazito. Código Brasileiro de Telecomunicações: uma história de negociação política. In: **Encontro Nacional da Alcar**, 7., 2009, Brasília, DF. Anais [...]. Brasília: ALCAR, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/106308/121794.pdf?sequence=1>. Acesso em: 30 jul. 2025.

BRANDÃO, Elisabeth. **Comunicação Pública: o cidadão, o Estado e o governo.** In: SILVA, Luiz Martins da (org.). Comunicação pública. Brasília: Casa das Musas, 2003.

BRASIL, **Câmara dos Deputados.** Câmara rejeita proposta que tornava obrigatório o voto impresso. Brasília: Câmara dos Deputados, 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/792343-camara-rejeita-proposta-que-tornava-obrigatorio-o-voto-impresso/> Acesso em: 26 ago. 2025.

BRASIL. **Congresso Nacional**. Comissão Parlamentar Mista de Inquérito dos Atos de 8 de Janeiro de 2023. Relatório final. Brasília, DF, 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Relat%C3%B3rio-CPMI.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm Acesso em: 15 jul. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 6.246, de 24 de outubro de 2007**. Dispõe sobre a criação da Empresa Brasil de Comunicação – EBC e aprova seu Estatuto. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6246.htm. Acesso em: 21 jul. 2025.

BRASIL. **Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008**. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou por entidades da sua administração indireta, autoriza a criação da Empresa Brasil de Comunicação – EBC, altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966, e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 8 abr. 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm. Acesso em: 9 jul. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015**. Altera as Leis nº 9.504/1997, nº 9.096/1995 e nº 4.737/1965. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 30 set. 2015.

BRASIL. **Lei nº 13.417, de 13 de fevereiro de 2017**. Altera a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo federal, e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 14 fev. 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113417.htm. Acesso em: 9 jul. 2025.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 1 out. 1997.

BRASIL. **Medida Provisória nº 744, de 1º de setembro de 2016**. Altera a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/Mpv/mpv744.htm Acesso em: 15 jul. 2025.

BRASIL. **Medida provisória nº 870, de 1 de janeiro de 2019**. Diário Oficial da União, Atos do Poder Executivo, Brasília, DF, 1 jan. 2019. Seção 1 - Especial, p. 1-13

BRASIL. **Senado Federal**. Parlamentares mantêm assinaturas para criação da CPMI dos Correios. Brasília, 26 maio 2005. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2005/05/26/parlamentares-mantem-assinatura-s-para-criacao-da-cpmi-dos-correios>. Acesso em: 19 nov. 2025.

BRASIL. **Senado Federal**. Desfile de blindados evidencia fraqueza de um presidente acuado, diz nota da CPI. *Agência Senado*, Brasília, DF, 10 ago. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/08/10/desfile-de-blindados-evidencia-fraqueza-de-um-presidente-acuado-diz-nota-da-cpi>. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. **Senado Federal**. Senadores criticam evento militar em dia de decisão sobre o voto impresso. *Rádio Senado*, Brasília, DF, 10 ago. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/08/10/senadores-criticam-evento-militar-e-m-dia-de-decisao-sobre-o-voto-impresso>. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. **Supremo Tribunal Federal (STF)**. Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 4.451. Brasília/DF. Relator: min. Alexandre de Moraes. Publicado em 21 jun. 2018. Disponível em: [paginador.jsp\(stf.jus.br\)](http://paginador.jsp(stf.jus.br)) Acesso em: 19 ago. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Ação de Investigação Judicial Eleitoral nº 0600814-85.2022.6.00.0000 – Brasília – Distrito Federal. Disponível em: <https://jurisprudencia.tse.jus.br/#>. Acesso em: 1 nov. 2024.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Conheça os procedimentos e as entidades legitimadas para auditar e fiscalizar os sistemas eleitorais. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/conheca-os-procedimentos-e-as-entidades-legitimadas-para-auditar-e-fiscalizar-os-sistemas-eleitorais>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Juízes e especialistas debatem liberdade de expressão e propaganda eleitoral. Brasília, 23 abr. 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Abril/juizes-e-especialistas-debatem-liberdade-de-expressao-e-propaganda-eleitoral>. Acesso em: 20 ago. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Por maioria de votos, TSE declara Bolsonaro inelegível por 8 anos. 2023. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Junho/por-maioria-de-votos-tse-declara-bolsonaro-inelegivel-por-8-anos>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Presidente do TSE apresenta números do 2º turno das eleições 2022. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Novembro/presidente-do-tse-apresenta-numeros-do-2o-turno-das-eleicoes-2022>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Sistema eletrônico de votação garante segurança do voto e liberdade democrática. 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Julho/sistema-eletronico-de-votacao-garant-e-seguranca-do-voto-e-liberdade-democratica>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. TSE indefere pedido de registro de candidatura de Lula à Presidência da República. 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2018/Setembro/tse-indefere-pedido-de-registro-d-e-candidatura-de-lula-a-presidencia-da-republica>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRITO CRUZ, Francisco (coord.); MASSARO, Heloisa; OLIVA, Thiago; BORGES, Ester. **Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações**. InternetLab, São Paulo, 2019. Disponível em: http://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919_4.pdf. Acesso em: 10 jul. 2024.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. Disponível em: <https://www.livrebooks.com.br/livros/o-estado-de-narciso-a-comunicacao-publica-a-servico-d-a-vaidade-particular-eugenio-bucci-zzsrbwaaqbaj/baixar-ebook>. Acesso em: 18 ago. 2025.

BUCCI, Eugênio. Sobre a independência das emissoras públicas no Brasil. **Eptic**, Aracaju, v. 15, n. 2, p. 121-136, 2013.

BUCCI, Eugênio; VANNUCHI, Camilo. A EBC à mercê do governo — qualquer governo. **E Legis – Revista Eletrônica do Programa de PósGraduação da Câmara dos Deputados**, Brasília, v. 14, n. 36, p. 211–226, set./dez. 2021. DOI: 10.51206/elegis.v14i36.689. Disponível em: <https://e-legis.camara.leg.br/cefor/index.php/e-legis/article/view/689>. Acesso em: 15 Jul. 2025.

CADEMARTORI, Luiz Henrique Urquhart. **A discricionariedade administrativa e seu controle jurisdicional no Estado constitucional e democrático de direito**. 2000. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/79247/175583.pdf>. Acesso em: 01 de maio de 2025.

CANEL, María José. **Comunicación política: una guía para su estudio y práctica**. Madrid: Tecnos, 2006. Disponível em: https://www.academia.edu/29253574/COMUNICACION_POLITICA_UNA_GUIA_PARA_SU_ESTUDIO_Y_PRACTICA. Acesso em: 18 ago. 2025.

CANOTILHO, J. J.; MOREIRA, Vital. **Os poderes do Presidente da República**. Coimbra: Coimbra Editora, 1991. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/317313330_Os_poderes_do_Presidente_da_Republica. Acesso em: 02 de maio de 2025.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

CARVALHO, Marcia Haydé e Porto de; COSTA, Raissa Campagnaro de Oliveira. Candidato conforme a preferência do eleitor: a influência da desinformação, robôs e algoritmos no convencimento do eleitorado. **Revista Brasileira de Direito**, Passo Fundo, v. 19, n. 1, e4866, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistadedireito/article/view/4866>. Acesso em: 20 ago. 2025.

CASTILHO, Marcio de Souza. O sistema de radiodifusão nos 100 primeiros dias do governo Bolsonaro. **Compolítica**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 87–108, 2020. DOI: 10.21878/compolitica.2020.10.1.292. Disponível em: <https://revista.compolitica.org/index.php/revista/article/view/292>. Acesso em: 23 jul. 2025.

CHEVALLIER, Jean-Jacques. L'État de Droit. In.: **Revue du Droit Public et de la Science Politique en France et L'Étranger**, V. 2, pp. 313-380, Março/abril de 1988.

CHOMSKY, Noam. **Mídia, Propaganda Política e Manipulação**. Tradução Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

CNN BRASIL. **Bolsonaro tem 58 milhões de seguidores nas redes sociais; Lula, 24 milhões**. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-tem-58-milhoes-de-seguidores-nas-redes-sociais-lula-24-milhoes/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

CNN BRASIL. **Eleições 2022**: veja quem são os candidatos à Presidência da República. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/eleicoes-2022-veja-quem-sao-os-candidatos-a-presidencia-da-republica/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

COELHO, Paulo Magalhães da Costa. **Controle Jurisdicional da Administração Pública**. São Paulo : Saraiva, 2002.

COMISSÃO DE TRANSIÇÃO GOVERNAMENTAL. **Relatório do Grupo Técnico de Comunicação Social**. [Brasília]: 11 dez. 2022. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1FTCyYgad_DZXfSNRA1LZvrsIWAUd-158/view. Acesso em: 23 jul. 2025

COUTO, Marlen; MATHIAS, Lucas. **Lula e Bolsonaro superam adversários em tempo de TV**; veja a divisão da propaganda eleitoral. O Globo. 09 de ago. de 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/08/lula-e-bolsonaro-superam-adversarios-em-tempo-de-tv-veja-a-divisao-da-propaganda-eleitoral.ghtml>. Acesso em: 20 ago. 2025.

CRETELLA JÚNIOR, José. **Controle Jurisdicional do Ato Administrativo**. Rio de Janeiro: Forense, 1992.

CRETELLA JÚNIOR, José. **Direito Administrativo Brasileiro**. Rio de Janeiro, Forense, 1983.

CRETELLA JÚNIOR, José. **Manual de Direito Administrativo**. Rio de Janeiro, Forense, 1989.

CRETELLA JÚNIOR, **Manual de direito administrativo**. Rio de Janeiro: Forense, 1975.

CRETELLA JÚNIOR. **Revista de informação legislativa**, v. 24, n. 95, p. 73-84, jul./set. 1987. disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/181774>

CRUZ, Francisco Brito; MASSARO, Heloisa. **Um raio-X do marketing digital dos presidenciais**. Você na Mira– InternetLab – Relatório2, 2018. Disponível em: <https://internetlab.org.br/pt/noticias/um-raiox-do-marketing-digital-dos-presidenciais/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

DA ROCHA, M. F. et al. Da evolução histórica do marketing político na propaganda eleitoral no Brasil ao sucesso das campanhas presidenciais. **Revista Internacional de apoyo a la inclusión, logopedia, sociedad y multiculturalidad**, v. 4, n. 1, p. 92-106, 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6941118>. Acesso em: 19 ago. 2025.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Tradução: Carlos Szlak. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DAVI, Kaline Ferreira. **Revista de direito constitucional e internacional**, v. 16, n. 62, p. 201-215, jan./mar. 2008. Disponível em: <https://bd.tjdft.jus.br/handle/tjdft/29019>. Acesso em: 19 ago. 2025.

DENÚNCIA DA PGR CONTRA JAIR BOLSONARO. Disponível em: https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_fc6afad0a4904ac59af695eda9ae0f57/InqueritoPF/finalPET12100denuncia.pdf?_gl=1*v6mwo4*_ga*MTY3NjUyMDkyMi4xNzQxNzk4ODIw. Acesso em: 25 fev. 2025.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 31. ed. rev. atual e ampl., Editora Forense, Rio de Janeiro, 2018.

DIONÍZIO, Priscila Martins. **Para que serve a EBC?** A configuração de um problema público a partir do desmonte da Empresa Brasil de Comunicação. 2022. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/50253>. Acesso em: 15 jul. 2025.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. **Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático**. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos**. tradução Arnaldo Bloch. – 1. ed. – São Paulo: Vestígio, 2019.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC). **Manual de jornalismo da EBC**. Brasília: EBC, 2013. Disponível em: https://www.ebc.com.br/sites/institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf. Acesso em: 16 jul. 2025.

ENTERRÍA, Eduardo García de; FERNÁNDEZ, Tomás-Ramón. **Curso de Derecho Administrativo**. Madrid: Civitas, 2002.

EUGÊNIO, Alisson. **A cultura política nas sociedades ibero-americanas: tradições autoritárias e os esforços de democratização no Brasil**. *Revista Territórios & Fronteiras*, Cuiabá, v. 16, n. 1, p. 38-67, 2023. DOI: 10.22228/rtf.v16i1.1250.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Coordenação da tradução, revisão e prefácio da edição brasileira de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FELTRIN, Ricardo. Ibope da TV Brasil regride um ano com governo Bolsonaro. **UOL**, 2019. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2019/09/19/ibope-da-tv-brasil-regrideum-ano-com-governo-bolsonaro.htm>. Acesso em: 21 jul. 2025.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Aspectos do Direito Constitucional Contemporâneo**. São Paulo: Saraiva. 2003.

FERREIRA, Marcel C; MATOSO, Mariana C. Fake News e o comportamento de manada: a influência social para a aceitabilidade do conteúdo falso. **Revista Research, Society and Development**, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/28132/24841>. Acesso em: 20 ago. 2025.

FIGUEIREDO, Lucia Valle. **Curso de Direito Administrativo**. São Paulo: Malheiros, 2000.

FIGUEIREDO, Rubens (Org.). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

G1. **Apuração presidencial** – Eleições 2022. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/apuracao/presidente.ghtml>. Acesso em: 25 fev. 2025.

G1. **Urnas eletrônicas**: entenda a tecnologia que gera o resultado das eleições em poucas horas. 27 out. 2022. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/27/urnas-eletronicas-entenda-a-tecnologia-que-gera-o-resultado-das-eleicoes-em-poucas-horas.ghtml>. Acesso em: 25 fev. 2025.

GADELHA, Igor; TRUFFI, Renan. **Pesquisa mostra Temer com a pior aprovação da série histórica**. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 19 set. 2017. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/pesquisa-mostra-temer-com-a-pior-aprovacao-da-serie-historica/>. Acesso em: 09 jul. 2025.

GELFERT, Axel. **Fake news: A definition**. *Informal Logic*, [s. l.], v.38, n.1, p.84-117, 2018. Disponível em: https://informallogic.ca/index.php/informal_logic/article/view/5068 Acesso em: 10 set. 2025.

GESTÃO da comunicação pública [recurso eletrônico]: estudos do X Encontro Brasileiro de Administração Pública. Organização de: Leandro Peters Heringer, Jorge Duarte, Kárita Sena. Brasília, DF: ABCPública, 2023. (Série Pesquisa). Disponível em: https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2023/10/book_GP_JORGE_2110.pdf. Acesso em: 29 jul. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 07 ago. 2025.

GIL, Patrícia Guimarães; MATOS, Heloiza. **Quem é o cidadão na comunicação pública?: uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde**. Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Tradução. São Paulo: ECA/USP, 2012. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002436484.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2025.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 15 ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GOMES, Marcelo Bolshaw. Hermenêutica, teoria política e imagem pública. In: **Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política**, 1., 2006, Salvador. Anais [...]. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2006. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw-politica.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2025.

GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política**. 2 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. **Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 33–45, jul./dez. 2019. DOI: 10.5007/1984-6924.2019v16n2p33.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado Moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

GRAZIANO, Xico. **Marketing político e darwinismo digital**. In: FRATINI, Juliana (org.). Campanhas políticas nas redes sociais. São Paulo: Matrix, 2020.

GUERREIRO, Soane Costa. **TV Brasil e a rede pública de televisão: uma trajetória de dependência**. 2016. 180 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/21525>. Acesso em: 29 jul. 2025.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições do século 21**. Tradução: Paulo Geiger. São Paulo: Cia. das Letras: 2018.

HAURIOU, Maurice. **Précis de Droit Administratif et Droit Public**. Paris, Recueil Sirey, 1983. Disponível em: <https://gallica.bnf.fr/ark:/13960/t5n878n7p>. Acesso em: 11 jun. 2025.

HODGE, Patricia Ayumi; FREITAS, Cláudia; COSTA, Alessandra de Sá Mello. As representações discursivas da mídia sobre a privatização das telecomunicações. **Rap – Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 55, no 3, p. 559-593, maio/jun. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/jRYqnxJYRYbfhgjk4v3SPVQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 jul. 2025.

HUBERT, Alexandre Pereira. **Atos de Governo e intervenção judicial: um resgate histórico e suas implicações no direito brasileiro**. 2013. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

HUBERT, Alexandre Pereira. O Conselho de Estado de Napoleão Bonaparte e a gênese histórica do “ato de governo”. **Comunicação apresentada nos Encontros de História do Direito da UFSC**, Florianópolis, 2020. Disponível em: [\[iuscommune.paginas.ufsc.br/files/2020/07/AlexandrePereiraHubert.pdf\]](https://iuscommune.paginas.ufsc.br/files/2020/07/AlexandrePereiraHubert.pdf)

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**: acesso à internet e posse de telefone móvel celular para o uso pessoal 2008. Rio de Janeiro: IBGE, 2009. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv43025.pdf>. Acesso em: jul. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua**: acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para o uso pessoal 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705>. Acesso em: jul. 2024.

INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus; Intervozes, 2009. (Coleção Comunicação). Disponível em: <https://intervozes.org.br/arquivos/interliv004spcmepb.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2025.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

LARA, Ângela Mara de Barros; MOLINA, Adão Aparecido. **Pesquisa qualitativa: apontamentos, conceitos e tipologias**. 2015. Disponível em: <https://gepeto.ced.ufsc.br/files/2015/03/capitulo-angela.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2025.

LEAL FILHO, Laurindo. A televisão pública brasileira, um vazio histórico. In: **Anais Do 16º Encontro Anual da Compós**, 2007, Curitiba. Anais eletrônicos..., Galoá, 2007. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2007/trabalhos/a-televisao-publica-brasileira-um-vazio-historico?lang=pt-br>. Acesso em: 09 Jul. 2025.

LEAL, Amanda Fernandes. **Uma análise do posicionamento do Tribunal Superior Eleitoral na defesa da liberdade de expressão diante da propaganda eleitoral na internet**. 2021. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) – Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP); Instituto de Ensino Superior – iCEV, Teresina, 2021.

LOPES, Ivonete da Silva. O golpe político-institucional e o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). **Revista Máxima**, v. 20, n. 2, p. 164–177, maio/ago. 2018.

LOPES, Ivonete da Silva. Televisão pública e modelos de financiamento: análise do caso brasileiro. **Revista Eptic**, v. 17, n. 1, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/3342/pdf> Acesso em: 09 jul. 2025.

LOPES, Monalisa Soares; ALBUQUERQUE, Grazielle; BEZERRA, Gabriella Maria Lima. “2018, a batalha final”: Lava Jato e Bolsonaro em uma campanha anticorrupção e antissistema. **Civitas: revista de Ciências Sociais**, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 377–389, 2020. DOI: 10.15448/1984-7289.2020.3.37248. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/civitas/article/view/37248>. Acesso em: 3 set. 2025.

MACHADO, Raquel Cavalcante Ramos. **Direito Eleitoral**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MACHADO, Raquel Cavalcante Ramos; RIVERA, Nathalie Hernandez. Democratização na era digital: desafios para um diálogo consciente e igualitário. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 7, n. 3, 2017, p. 601-616. Disponível em: <https://www.cienciasaude.uniceub.br/RBPP/article/viewFile/4801/3649>. Acesso em: 18 ago. 2025.

MAGALHÃES, Belmira. **As marcas do corpo contando a História**. Maceió: Edufal, 2005.

MALINI, Fábio; GOVEIA, Fábio; CIARELLI, Patrick; CARREIRA, Lia; HERKENHOFF, Gabriel; REGATTIERI, Lorena; LEITE, Marcus Vinicius. #VemPraRua: narrativas da revolta brasileira. In: **CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INVESTIGADORES DA COMUNICAÇÃO**, 7., 2014, Lima. Anais... Lima: ALAIC, 2014. Disponível em: <http://www.labic.net/wp-content/uploads/2015/09/VemPraRua-Narrativas-da-Revolta-brasileira.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2025.

MATOS E NOBRE, Heloiza Helena; PEREIRA FILHO, Jorge. A participação na comunicação pública: para além do consenso. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 2, n. 5, p. 383–407, 2016. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2016v2n5p383. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/2510>. Acesso em: 21 jul. 2025.

MATTOS, M. R. G. de. O Controle dos poderes Executivo e Legislativo pelo Supremo Tribunal Federal. **Revista De Direito Administrativo**, 234, 231–260, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/rda.v234.2003.45157> Acesso em: 21 jul. 2025.

MAYER, Otto. **Derecho Administrativo Alemán**. Trad. de Horácio H. Heredia e Ernesto Krotoschin. Buenos Aires, Editora Depalma, p. 5., 1949.

MEDAUAR, Odete. Ato de Governo. **Revista de Direito Administrativo**, v. 191, n. 1, p. 67–85, jan./mar. 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/rda.v191.1993.45641> Acesso em: 21 jul. 2025.

MEDAUAR, Odete. **Controle da Administração Pública**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1993.

MEDAUAR, Odete. **Direito Administrativo Moderno**. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MEDAUAR, Odete. **O Direito Administrativo em Evolução**. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1992.

MEDEIROS, Marcílio Nunes. **Legislação eleitoral comentada e anotada**. Salvador, Juspodivm, 2017.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito administrativo brasileiro**, Ed. Malheiros, São Paulo, 2016.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito administrativo brasileiro**. 21ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Estudos e Pareceres de Direito Público**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1977.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Discrecionalidade e Controle Jurisdicional**. São Paulo: Malheiros, 1998.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. - 1ª ed. - São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MENDEL, Toby. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado**. Brasília, DF: Empresa Brasil de Comunicação; UNESCO, 2011. Disponível em:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000214765/PDF/214765por.pdf.multi>. Acesso em: 25 jul. 2025.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Hucitec, 2014.

MIOLA, Edna. **Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na imprensa**. 2012. 294 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <https://tinyurl.com/4ttdys95>. Acesso em: 16 jul. 2025.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva – por que Bolsonaro venceu**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2019.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita – Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

NOVAES, Tatiani Daiana de. **Enunciado dos cartazes das manifestações de junho de 2013: uma forma carnavalesca de contar a história do Brasil**. João Pessoa/PB: IFPB, 2019.

OLIVEIRA, Alessandra; CASTRO, Jetur; SANTOS, Luiz Cezar Silva dos. Charge, documento visual ácido: uma análise crítica do discurso das falas do presidente Jair Bolsonaro e a Covid-19. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, [S. l.], v. 28, p. 1–32, 2023. DOI: 10.5007/1518-2924.2023.89477. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/89477>. Acesso em: 7 jan. 2025.

OLIVEIRA, Germano. A Facada em Bolsonaro. **ISTO É**. 06 de set. de 2018. Disponível em: <https://guaratingueta.camarasempapel.com.br/Arquivo/Documents/EXT/14022710092018.pdf?identificador=3100330034003900390036003A005000&utm> Acesso em; 18 ago. 2025.

OLIVEIRA, Marques. Ato Político e Ato de Governo. **Revista de informação legislativa**, v. 25, n. 99, p. 311-326, jul./set. 1988. Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/181873> Acesso em; 18 ago. 2025.

PARÁ. Governo do estado. **Procuradoria-geral estadual**. Cartilha das Eleições 2022. Belém/PA. Disponível em: https://www.pge.pa.gov.br/sites/default/files/manuais/Cartilha_Eleicoes2022.pdf. Acesso em: 19 ago. 2025.

PEIXOTO, Sinara. Linha do tempo: a escalada da tensão entre STF e Bolsonaro em um mês. **CNN Brasil**. 05 de ago. de 2021. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/linha-do-tempo-a-escalada-da-tensao-entre-stf-e-bolsonaro-em-um-mes/#goog_rewarded. Acesso em 18 ago. 2025.

PIMENTA, Alcilene; MAGALHÃES, Izabel. Convergências e divergências na Análise de Discurso Crítica: um estudo comparativo entre as principais vertentes teóricas. **Cadernos de**

Linguagem e Sociedade, Brasília, v. 25, n. 2, p. 189-207, jul./dez. 2024. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/56306>. Acesso em: 20 fev. 2024.

PINHEIRO, Elton Bruno. As ações do (des)governo Bolsonaro contra a Empresa Brasil de Comunicação: uma análise a partir da Sociologia Compreensiva. **Compolítica**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 81–106, 2022. DOI: 10.21878/compolitica.2021.11.2.535. Disponível em: <https://revista.compolitica.org/index.php/revista/article/view/535>. Acesso em: 15 jul. 2025.

PINTO, Danielle J. A; MORAES, Isabela. As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit. **Revista de Estudos Sociais**, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n74/0123-885X-res-74-71.pdf> Acesso em: 20 ago. 2025.

PINTO, Djalma. **Direito eleitoral**: Improbidade administrativa e responsabilidade fiscal – noções gerais. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

PINTO, Surama Conde Sá . Algumas considerações sobre a relação eleições, voto e democracia. **Revista brasileira de história**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/Y47zfWpc3TzxmYBfSm669fR/#>. Acesso em: jun. de 2022.

PIRES, Breiller. Os laços do clã Bolsonaro com Steve Bannon. **El País**. São Paulo, 20 ago. de 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-08-20/os-lacos-do-cla-bolsonaro-com-steve-bannon.html> Acesso em: 20 ago. 2025.

PRAZERES, Leandro. Temer gasta R\$ 100 milhões em campanha pela reforma da Previdência. **UOL Notícias**, Brasília, 11 jul. 2017. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/07/11/temer-gasta-r-100-milhoes-em-campanha-pela-reforma-da-previdencia.htm>. Acesso em: 09 jul. 2025.

RAIS, Diogo. **Fake News e Eleições**. In: Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito. RAIS, Diogo (Coordenador). São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2018.

RALLO LOMBARTE, A. Debates eleitorais e televisão. **Diário das Cortes Gerais**, n. 44, p. 6381, 3 ago. 1998. Disponível em: <https://revista.cortesgenerales.es/rcg/article/view/302/369>. Acesso em: 18 ago. 2025.

RODRIGUES, William da Silva. **Liberdade de expressão e fake news no processo eleitoral brasileiro de 2018**. 2023. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) – Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2023.

SALGADO, Eneida Desiree. **Princípios Constitucionais Eleitorais**. Belo Horizonte: Fórum, 2015.

SANTAELLA, Lúcia. **A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa**. 1ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2019.

SANTOS NETO, J. A. dos. Legalidade e decisões políticas. **Revista De Direito Administrativo**, 234, 147–176, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/rda.v234.2003.45154> Acesso em: 09 jul. 2025.

SANTOS, Sales Augusto; LOPES, Ivonete da Silva. The Financing of TV Brasil Limitation of Resources or Political Choice? **Latin American Perspectives**, v. 45, n. 3, may 2018, p. 141-150 Disponível em: <https://extensao-rural.ufv.br/wp-content/uploads/2018/05/The-Financing-of-TV-BrasilLimitation-of-Resources-or-Political-Choice.pdf> Acesso em: 09 jul. 2025.

SCHARGEL, Sergio. Nicolau, Jairo. 2020. O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018. Rio de Janeiro: Zahar. 141 p. **Anuário Antropológico**, [S. l.], v. 48, n. 3, p. 196–199, 2023. DOI: 10.4000/aa.11463. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/anuarioantropologico/article/view/52040> Acesso em: 3 set. 2025.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O estado espetacular: ensaio contra o star system em política**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

SENA, P. R. D. C.; LEAL, P. P. C. A (des)caracterização da comunicação pública no Brasil: a EBC de temer a Bolsonaro. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, [S. l.], v. 20, n. 44, 2021. DOI: 10.5902/2175497742497. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/42497>. Acesso em: 21 jul. 2025.

SHALDERS. André. Como o discurso de Bolsonaro mudou ao longo de 27 anos na Câmara. **BBC News Brasil**. São Paulo, 7 de dez. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42231485>. Acesso em: 3 de set. de 2025.

SILVA, José Afonso da Silva. **Curso de direito constitucional positivo**. São Paulo: Malheiros, 2000.

SILVEIRA, Marilda de Paula. New technologies and elections: should the state play Any role in combating misinformation? **Populus Revista Jurídica da Escola judiciária Eleitoral da Bahia**, n. 8, jun. 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/server/api/core/bitstreams/2026fbf0-8d6f-487e-8326-5efb98728fac/content> Acesso em: 20 ago. 2025

SOUZA, Sérgio A. F. **Análise de discurso: procedimentos metodológicos**. Manaus: Census, 2014. Disponível em: <https://www.sergiofreire.pro.br/ad/AD-RoteirodeAnalise.pdf> Acesso em: jul. 2024.

STÄRKE, Daniel Ricardo. **O controle de constitucionalidade dos atos políticos**. Dissertação (Mestrado em Ciências Jurídico-Políticas, com menção em Direito Constitucional) – Faculdade de Direito, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2021.

TAMER, Sérgio Victor. **Atos Políticos e Direitos Sociais nas Democracias**: um estudo sobre o controle dos atos políticos e a garantia judicial dos direitos sociais. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2005.

TERRA, Fernanda Melo. **Bolsonaro**: persona e marketing político nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022. 2023. 142 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2023.

THOMPSON, John B. “A Nova Visibilidade”. In **Matrizes**, ano I, n. 2. São Paulo, ECA/USP, pp. 15-37, jan.-jun./2008.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. Petrópolis, Vozes, 1998.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VALENTE, Jonas. **Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação**. In: *Intervozes – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

VAN DIJK, T. A. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2015

VAN DIJK, T.A. **Análise do discurso como análise de ideologia**. 2000. Disponível em: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-1995-Discourse-analysis-as-ideology-analysis.pdf>. Acesso em: 01 de fev. 2025.

VAN DIJK, T.A. Ideologia e discurso. Em M. Freeden; M. Stears (Eds.), **The Oxford Handbook of Political Ideologies** (pp. 175-196). Imprensa da Universidade de Oxford. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199585977.013.007> Acesso em: 01 de fev. 2025.

VAN DIJK, T. A. **Discourse analysis as ideology analysis**. In: SCHÄFFNER, Christina; WENDEN, Anita L. (org.). *Language and Peace*. Aldershot: Dartmouth Publishing, 1995. p. 17–33. Disponível em: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-1995-Discourse-analysis-as-ideology-analysis.pdf?utm> Acesso em: 01 fev. 2025.

VAN DIJK, Teun A. **How Globo media manipulated the impeachment of Brazilian President Dilma Rousseff**. *Discourse & Communication*, v. 11, n. 2, p. 199–229, 2017. DOI: 10.1177/1750481317691838. Disponível em: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2017-How-Globo-media-manipulated-the-impeachment-of-Brazilian-President-Dilma-Rousseff.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2025.

VERSOLA, Humberto Luís. Democracia on-line e os desafios da propaganda eleitoral falsa na internet e mídias sociais. **Revista de Teorias da Democracia e Direitos Políticos**, v. 6, n.

1, p. 1-19, jan./jun. 2020. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.tse.jus.br/server/api/core/bitstreams/e4d4c4fd-c82c-4bd8-9ee6-f6c142df36be/content>. Acesso em: 18 ago. 2025.

VIEIRA, Anderson. Decisão do STF sobre isolamento de estados e municípios repercute no Senado. **Senado Notícias**. 16 de abril de 2020. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/04/16/decisao-do-stf-sobre-isolamento-d-e-estados-e-municipios-repercute-no-senado>. Acesso em: 5 set. 2025.

VIEIRA, Isabela; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Desafios à sustentabilidade da expansão da Rede Nacional de Comunicação Pública de Rádio. *In: Encontro Anual da Compós*, 34., 2025, Curitiba. Anais eletrônicos [...]. Curitiba: UFRN, 2025. Disponível em:

<https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11253>. Acesso em: 25 jul. 2025.

APÊNDICE

LINK DO VÍDEO NO YOUTUBE <https://www.youtube.com/watch?v=P9XS736sMv8>

Eis o teor da fala, acompanhada da análise do discurso:

Transcrição: discurso de Jair Messias Bolsonaro em 18/07/2022

1 - Bolsonaro: – O Brasil é um país fantástico. 8 milhões e meio de km², riquíssimo em biodiversidade, minerais, terras agricultáveis, áreas para turismo, água potável, uma coisa enorme chamada Amazônia. Ou seja, o Brasil, pela sua extensão territorial, pelas suas riquezas, está integrado no mundo todo. O Brasil faz negócios com praticamente o mundo todo, tem adotado uma posição de equilíbrio em conflitos, buscamos a paz, trabalhamos por isso, preservamos a nossa democracia. Até o momento, uma só palavra minha houve fora do que eu chamo de quatro linhas da nossa Constituição. Nós respeitamos as leis. 0m13seg até 1m22seg

2 - Bolsonaro: – Me elegi Presidente da República gastando menos de US\$ 1 milhão. Repito, gastando menos que US\$ 1 milhão e dentro de um leito de hospital, após sofrer um atentado de uma facada de um elemento de esquerda e cujo inquérito não foi concluído, apesar dos enormes indícios de interesses outros se fazerem presentes. Mas essa é uma questão interna nossa, gostaria de ver esse inquérito concluído para chegar nos mandantes da tentativa de homicídio. 1m25seg até 2m10seg

3 - Bolsonaro - Sou capitão do exército brasileiro, fiquei 15 anos no exército, fui vereador no Rio de Janeiro por dois anos e 28 anos dentro da Câmara dos Deputados. Conheço muito bem o nosso sistema. Conheço muito bem a política brasileira. Fiz uma campanha sem recurso, mas que começou quatro anos antes do pleito, depois da reeleição da senhora Dilma Rousseff. E, andando pelo Brasil sozinho, três anos sozinho andando pelo Brasil, juntando multidões, fiz a minha campanha. 2m12seg até 3m03seg

4 - Bolsonaro - Tudo que vou falar aqui está documentado, nada da minha cabeça. O que eu mais quero para o meu Brasil é que a sua liberdade continue a valer também, obviamente, depois das eleições. O que eu mais quero, por ocasião das eleições, é a

transparência. Porque nós queremos que o ganhador seja aquele que realmente seja votado. 3m05seg até 3m37seg

5 - Bolsonaro - Nós temos um sistema eleitoral que apenas 2 países no mundo usam. No passado, alguns países tentaram usar, começaram até a usar esse sistema e rapidamente foi abandonado. Repito, o que nós queremos são eleições limpas, transparentes, onde o eleito realmente reflita a vontade da sua população. 3m39seg até 4m08seg

6 - Bolsonaro - Teria muita coisa a falar aqui, mas eu quero me basear exclusivamente em um inquérito da Polícia Federal que foi aberto após o 2º turno das eleições de 2018, onde um hacker falou que houve que tinha havido fraude por ocasião das eleições. Falou que ele tinha invadido, o grupo dele, o TSE, o Tribunal Superior Eleitoral. E, obviamente, quando se fala em manipulação de números após eleições, quem manipula é quem ganhou. Então seria eu o manipulador. E a Polícia Federal começou, então, a apurar. Se houve ou não manipulação e de quem seria a responsabilidade. 4m10seg até 5m10seg

7 - Bolsonaro - Então, tudo começa nesse nessa denúncia que foi de conhecimento do Tribunal Superior Eleitoral, onde o hacker diz claramente que ele teve acesso a tudo dentro do TSE. Disse mais: obtive acesso aos milhares de códigos-fonte, que teve acesso à senha de um ministro do TSE, bem como de outras autoridades, várias senhas ele conseguiu. E obviamente a senhora Ministra do TSE na época, que também é do Supremo Tribunal Federal, Rosa Weber, fez com que o inquérito fosse instalado. 5m15seg até 6m13seg

8 - Bolsonaro - Segunda página. Então, temos aqui a instauração do inquérito. Segundo o TSE, a gente vai ver aqui na frente, os hackers ficaram por 8 meses dentro dos computadores do TSE. Com códigos-fontes, com senhas e muito à vontade dentro do Tribunal Superior Eleitoral. E diz, ao longo do inquérito, que eles poderiam alterar nomes de candidatos, tirar voto de um, transferir para outro. Ou seja, um sistema, segundo documentos do próprio Tribunal Superior Eleitoral e conclusão da Polícia Federal, um processo aberto a muitas maneiras de se alterar o processo de votação. 6m16seg até 7m18seg

9 - Bolsonaro - E então, de imediato, a Polícia Federal pediu o tal de logs, né, que é a impressão digital do que acontece dentro do sistema informatizado. O que é natural também é o órgão invadido fornecer os logs independente de pedidos. A Polícia Federal pediu os logs,

que podiam ser entregues no mesmo dia ou no dia seguinte, mas, sete meses depois, segundo documentos comigo, o TSE informou que os logs haviam sido apagados. 7m21seg até 7m57seg

10 - Bolsonaro - E, uma coisa muito importante, esse inquérito, aberto no mês seguinte do segundo turno das eleições de 2018, até hoje não foi concluído ainda. Diz aqui o próprio TSE e conclusões da própria Polícia Federal: ‘O atacante invasor conseguiu copiar toda a base de dados’. Repito, conseguiu a senha de um ministro do Tribunal Superior Eleitoral. Também a senha do coordenador de Infraestrutura, Cristiano Andrade, que é a pessoa de confiança do chefe de TI chamado Giuseppe Janino. 8m02seg até 8m52seg

11 - Bolsonaro - Então, prosseguindo, o invasor teve acesso a toda a documentação no TSE toda a base de dados por 8 meses. É uma coisa que, com todo o respeito, eu sou o presidente da República do Brasil, eu fico envergonhado de falar isso aí. O que é comum, né, acontecer em alguns países do mundo, é o chefe do Executivo conspirar para conseguir uma reeleição. Estamos fazendo exatamente o contrário, porque temos pela frente três meses até as eleições. 9m00seg até 9m43seg

12 - Bolsonaro - Mais na frente, tudo que eu falo aqui ou é conclusão da PF ou é diretamente informações prestadas pelo TSE. Prossegue: O senhor secretário atesta, categoricamente, que o invasor obteve domínio sobre usuários e senhas, que permite a alteração de dados de partidos e candidatos. Até mesmo a sua exclusão, no contexto do processo eleitoral’. Ou seja, esse grupo de invasores puderam até mesmo excluir nomes e, mais, trocar votos entre candidatos. E o que aconteceu depois de tudo isso? 9m50seg até 10m50seg.

13 - Bolsonaro - Eu tive acesso a esse inquérito no ano passado, divulguei, é um inquérito que não tem qualquer classificação sigilosa e, ao divulgar, o Ministro Alexandre de Moraes abre o inquérito para me investigar sobre vazamento. Em depoimento, o delegado encarregado do inquérito foi bem claro, o inquérito não tinha qualquer classificação sigilosa. Foi instada a Corregedoria da Polícia Federal, que disse a mesma coisa. E como envolvia um outro deputado, que teve acesso a esse documento, também, a Procuradoria da Câmara dos Deputados, que o inquérito não tinha qualquer classificação sigilosa. 10m55seg até 11m47seg.

14 - Bolsonaro - O que nós entendemos aqui no Brasil é que, quando se fala em eleições, elas têm que ser totalmente transparentes, coisa que não aconteceu em 2018. Também, a Polícia Federal, depois que demorou 7 meses para o TSE informar que os logs já haviam sido apagados, repito, eles poderiam ser fornecidos de forma espontânea ou através do requerimento, no mesmo dia, ou no dia seguinte. 11m48seg até 12m30seg

15 - Bolsonaro - Então, 7 meses depois, o TSE informou que os logs tinham sido apagados. E a Polícia Federal concluiu pela total falta de colaboração do TSE para com a apuração, do que os hackers tinham feito ou não por ocasião das eleições de 2018. E repito, até hoje esse inquérito não foi concluído. Entendo que não poderíamos ter tido eleições em 2020 sem apuração total do que aconteceu lá dentro. Porque o sistema é completamente vulnerável, segundo o próprio TSE e obviamente a conclusão da Polícia Federal. 12m31seg até 13m25seg.

16 - Bolsonaro - Só 2 países do mundo usam esse sistema eleitoral nosso. Vários outros países ou não usam ou começaram a usá-lo ou chegaram à conclusão de que não era um sistema confiável porque ele é inauditaável. É impossível fazer uma auditoria em eleições aqui no Brasil. E agora a fotografia de alguns países, com toda certeza tem gente aqui da Inglaterra, França, Irlanda, Austrália, Alemanha, Hong Kong, Coreia do Sul, Japão. Olha que o pessoal está acompanhando uma apuração. No Brasil, não tem como acompanhar a apuração. Eu não sei o que vêm fazer observadores de fora aqui. Vão fazer o quê? Vão observar o que? Se o sistema é falho, segundo o próprio TSE, é inauditaável também, segundo uma auditoria externa pedido por um partido político, no caso, o PSDB, em 2014. E, com todo respeito, 8 meses passeando dentro dos computadores do TSE esse grupo de hackers, será que o TSE não sabia? Mas vamos continuar, mais outros países: Taiwan, Rússia, Suíça, Noruega, Itália, Israel. O pessoal tem o que observar. Aqui no Brasil, os observadores que porventura vierem para cá, eu queria saber o que eles vão observar aqui. Pode passar. 13m33seg até 15m24seg

17 - Bolsonaro - Aqui que eu falei, então. Em 2014, a conclusão foi de que... e houve... houve uma dúvida naquela época: quem ganhou as eleições? Daria um capítulo, mas eu não vou entrar nesse capítulo aqui. Já está bem bastante curioso o que aconteceu em 2014. A Polícia Federal nesses momentos recomendou o voto impresso. Manteria o sistema eleitoral nosso, mas teria uma impressora do lado da urna. Onde não haveria contato manual por parte

do eleitor e, após a confirmação do voto, esse papel cairia dentro de uma urna e essa urna seria então utilizada mais na frente para uma contagem física, caso houvesse dúvidas sobre quem ganhou as eleições. Então, documentação do próprio TSE também conclui aqui que não há como fazer uma correspondência entre um eleitor específico e seu voto. Ninguém quer descobrir o voto daquela pessoa para quem ela escreveu ali ou para quem ela queria votar, não é isso. Esse sistema aqui é impossível fazer qualquer relação ou correlação entre o eleitor e o seu voto. Aqui, mais uma vez, o outro parecer da Polícia Federal, em 2018, recomendando que fossem 154 envidados todos os esforços para que possa existir o voto impresso para fins de auditoria, também ignorados. Por 4 vezes, o parlamento brasileiro, com a minha participação em todas elas, nós aprovamos o voto impresso ao lado da urna eletrônica, sem o contato manual do eleitor com o voto, e o Supremo Tribunal Federal disse que era inconstitucional. Inconstitucional no quê? 13m26seg até 17m43seg

18 - Bolsonaro - E daí entra na frente aqui isso, mais uma personalidade. Deixo claro, quando se fala em Ministro Fachin, ele foi o responsável por tornar Lula elegível. Numa interpretação de um dispositivo constitucional, o Lula estava preso, e o Supremo entendeu que a prisão só poderia acontecer em última instância, na 4ª instância. Então, ele foi condenado em 1ª instância, 2ª instância, 3ª instância, todos os placares por unanimidade e estava cumprindo pena de prisão. Com a reinterpretação do Supremo Tribunal Federal, ele foi para rua. Mas como ele, Lula, estava em liberdade, mas as condenações estavam valendo, o próprio Ministro Fachin, relator de um processo, resolveu tornar o Lula elegível. Então, por 3 a 2, o Supremo Tribunal Federal não inocentou. Simplesmente, anulou os julgamentos, voltando para a 1ª instância o senhor Luiz Inácio Lula da Silva. Ao voltar para a 1ª instância, ele conseguiu, ele reconquistou a possibilidade de ser elegível. 17m48seg até 19m14seg

19 - Bolsonaro - Daí, em setembro de 2021, o Ministro Barroso, por portaria, resolve convidar algumas instituições, entre elas as Forças Armadas, a participarem de uma comissão de transparência eleitoral. As Forças Armadas não se meteram nesse processo. Foram convidados. Ao serem convidadas, nós temos um comando de defesa cibernética, como acredito que todos os chefes, todos os países, o têm também, e, como foram convidados, começaram a trabalhar para apresentar soluções, sugestões, para que o ocorrido nas eleições de 2018 não viesse a ocorrer novamente. 19m17seg até 20m22seg

20 - Bolsonaro - Continua, continua então, o senhor Barroso me atacando. Deixo bem claro, por que que o senhor Barroso foi escolhido pelo governo do PT para ser ministro do Supremo Tribunal Federal? Porque ele trabalhou para que o terrorista Cesare Battisti ficasse no Brasil. E, no último dia do presidente Lula em 2010, Battisti ganhou a condição de refugiado no Brasil, graças ao trabalho dele, o Barroso, que era advogado naquela época, e o terrorista Cesare Battisti permaneceu no Brasil. Graças a isso, certamente, ele ganhou confiança do Partido dos Trabalhadores e foi indicado para o Supremo Tribunal Federal. 20m24seg até 21m22seg

21 - Bolsonaro - Então, essa, volta, essa acusação que eu vazei dados, o inquérito, que é ostensivo, não tem qualquer classificação sigilosa. É uma acusação simplesmente infundada. Carece de base, de amparo legal. É uma acusação mentirosa, nada existe no inquérito. O inquérito, como diz, como o próprio depoimento do delegado encarregado do mesmo, da corregedoria da PF e da Procuradoria da Câmara dizendo que o inquérito não tinha qualquer classificação sigilosa. E se tivesse, estava errado. Porque, quando se fala em eleições, se vem à nossa cabeça transparência. E o senhor Barroso, também com o seu Fachin, começaram a andar pelo mundo me criticando, como se eu estivesse preparando um golpe por ocasião das eleições. É exatamente o contrário o que está acontecendo. O Barroso, nos Estados Unidos, faz uma palestra ‘Como se livrar de um presidente’. Ele é, era, do Tribunal Superior Eleitoral e do Supremo Tribunal Federal. A gente não tem notícias de pessoas que ocupam essa Corte, nos países que tenham, que fiquem falando, dando entrevista, dando palestras e colocando a sua opinião pessoal sobre este ou aquele governo. Lamentável a ação do Ministro Barroso pelo mundo, porque isso atrapalha o Brasil. 21m26seg até 23m12seg

22 - Bolsonaro - Repito: vocês nunca ouviram uma só palavra minha de censurar a mídia. De derrubar página de alguém que me critique, de prender deputado, nunca mandei prender nenhum deputado. Quem prendeu foi o outro colega deles, Alexandre de Moraes. 23m12seg até 23m29seg

23 - Bolsonaro - E depois também: [Exibição de vídeo com pergunta de jornalista ao Ministro Luís Roberto Barroso] “Jornalista: – Boa noite, Ministro. Com as informações que a gente tem até agora, dá para saber se a gente vai ter resultado hoje ainda ou só amanhã? E a outra coisa é: quem é que faz a manutenção do supercomputador que o senhor mencionou é a própria equipe do TSE ou uma empresa terceirizada? Obrigado. Ministro Luís Roberto

Barroso: – Eu vou pedir ao nosso secretário de Tecnologia da Informação. Giuseppe, se você puder comparecer ali ao microfone e explicar. Quer dizer, houve um problema de infraestrutura que a Oracle estava atendendo, mas eu não gostaria de dar uma explicação equivocada. Portanto, Giuseppe, por favor. Secretário de Tecnologia da Informação – Boa noite. Esse computador ele é instalado por meio de um serviço, ele faz justamente esse papel da nuvem computacional. Ou seja, é um supercomputador, que ele é contratado por uma empresa, no caso a empresa é a Oracle, ela instala esse computador e mantém ele em funcionamento. É um serviço, justamente, e não é uma aquisição. Portanto, a manutenção, a conservação, o suporte, o bom funcionamento do equipamento é de responsabilidade da empresa sim. Ministro Luís Roberto Barroso: – Não é propriamente uma terceirização, é uma contratação de um serviço, como explicou o nosso secretário, ok?” Bolsonaro: – Bem, não é o Tribunal Superior Eleitoral quem conta os votos, é uma empresa terceirizada. Eu acho que nem precisava continuar essa explanação aqui. Nós queremos obviamente, estamos lutando para apresentar uma saída para isso tudo. Nós queremos confiança e transparência no sistema eleitoral brasileiro. 23m33seg até 25m34seg

24 - Bolsonaro - Aqui uma reunião do Ministro Fachin com alguns dos senhores ou representantes, alertando-os contra acusações levianas. O que eu estou falando aqui não tem nada de leviano. Esse inquérito tenho cópia comigo e quem porventura quiser ter acesso dele eu forneço a cópia. E repito: não tem qualquer classificação sigilosa o que está dentro dele. E aqui eu já falei: ‘Fachin assina acordo do TSE com entidade estrangeira para observação das eleições. Eu peço aos senhores: o que essas pessoas vêm fazer no Brasil? Vêm observar o quê? Que o voto é totalmente informatizado. Vêm dar ares de legalidade. Vêm dizer que tudo ocorreu numa normalidade. 25m40seg até 26m40seg

25 - Bolsonaro - Eu teria dezenas e dezenas de vídeos para passar para os senhores por ocasião das eleições de 2018 onde o eleitor ia votar e simplesmente não conseguia votar. Ou quando ele apertava o número 1 e depois ia apertar o número 7, aparecia o 3 e o voto ia para outro candidato. O contrário ninguém reclamou. Temos quase 100 vídeos de pessoas reclamando que foram votar em mim e, na verdade, o voto foi para outra pessoa, nenhum vídeo de alguém que foi votar no outro candidato e porventura apareceu meu nome. 26m41seg até 27m25seg

26 - Bolsonaro - Nós queremos é corrigir falhas. Nós queremos transparência. Nós queremos a democracia de verdade. 27m26seg até 27m33seg 27 - Bolsonaro - Agora, eu estou sendo acusado o tempo todo, Barroso, Fachin, Alexandre de Moraes, como a pessoa que quer dar o golpe. Eu estou questionando antes, porque temos tempo ainda de resolver esse problema. Com a própria participação das Forças Armadas, que foram convidadas pelo Tribunal Superior Eleitoral. 27m34seg até 27m57seg

28 - Bolsonaro - Os senhores devem estranhar: o que as Forças Armadas estão fazendo no processo eleitoral? Nós fomos convidados. E eu sou o chefe supremo das Forças Armadas. Nós jamais, com esse convite, iríamos participar apenas para dar ares de legalidade. O comando de defesa cibernética, os senhores têm o equivalente nos países de vocês, é algo extremamente sério. Pessoas extremamente, mais que habilitadas, confiáveis. 27m59seg até 28m33seg

29 - Bolsonaro - Passa esse aí. Aqui. Depois de convidar as Forças Armadas, o trabalho das Forças Armadas junto com o comando de defesa cibernética, que é algo louvável, confiável e verdadeiro, o Ministro Fachin disse que as sugestões apresentadas pelas Forças Armadas serão avaliadas depois de 2022. Todas as sugestões apresentadas pelas Forças Armadas podem ser cumpridas até 2 de outubro e, se tiver qualquer despesa extra, o Poder Executivo arranja recurso para tal. Que sempre ouvimos, em especial da esquerda, que democracia não tem preço. 28m37seg 29m22seg

30 - Bolsonaro - Aqui. Por que uma declaração como essa? Será que ele [Ministro Edson Fachin] já está antevendo que o candidato dele, que ele tornou elegível, vai ganhar as eleições? E do lado de cá teria uma reação? Resultado de eleições se cumpre. Agora, estamos tentando antecipar um problema que interessa para todo mundo. O mundo todo quer estabilidade democrática no Brasil. 29m30seg até 30m03seg

31 - Bolsonaro - Os senhores todos querem continuar representando os seus países. Porque o Brasil é um país que interessa para todo mundo. Nós alimentamos mais de 1 bilhão de pessoas pelo mundo com o nosso o agronegócio. Repito: Temos negócio com o mundo todo, é um país fantástico. Teria muito a falar sobre o Brasil, como os senhores bem acompanham o que vem acontecendo aqui em nossa pátria. E nós, se o povo resolver voltar ao que era antes, paciência. Agora, num sistema eleitoral como esse, que apenas 2 países o

adotam, outros estudaram e abandonaram, outros fizeram uma ou outra eleição e desistiram. Nós não queremos isso para o Brasil. Nós não queremos que, após as eleições, um lado ou outro questione os resultados das eleições. 30m04seg até 31m06seg

32 - Bolsonaro - Como os senhores viram no começo aqui, em vídeos passando meus, eu ando o Brasil todo. Sou muito bem recebido em qualquer lugar. Ando no meio do povo. O outro lado não. Sequer toma café ou almoça no restaurante do hotel. Come no seu quarto. Porque não tem aceitação. Agora, pessoas que devem favores a ele não querem um sistema eleitoral transparente. Pregam o tempo todo que imediatamente após anunciar o resultado das eleições, os respectivos chefes de estado dos senhores devem reconhecer imediatamente o resultado das eleições. 31m07seg até 31m52seg

33 - Bolsonaro - Depois das Forças Armadas serem convidadas para participar da Comissão da Transparência Eleitoral, o Fachin, quem tornou o Lula elegível, disse que quem trata das eleições do Brasil são ‘forças desarmadas’. Então, por que nos convidaram? Achavam que iam dominar as Forças Armadas? Será que se esqueceram que eu sou o chefe supremo das Forças Armadas? Será que se esqueceram da responsabilidade das nossas Forças Armadas, que goza de um conceito excepcional perante a opinião pública. Jamais as Forças Armadas participariam de uma farsa. Jamais seriam moldura de uma fotografia. 31m57seg até 32m40seg

34 - Bolsonaro - E olha uma coisa inacreditável. O que que o Fachin diz, o homem que tornou Lula elegível, sempre foi advogado do MST, um grupo terrorista que até pouco tempo era bastante ativo no Brasil: ‘A auditoria não é instrumento para rejeitar resultado das eleições’. Para que serve a auditoria? Eu tenho vergonha de estar falando isso para vocês. Eu tenho vergonha. Agora, eu sou obrigado a conversar com os senhores. Agradeço a presença aqui penhoradamente. Porque sei que os senhores todos querem a estabilidade democrática em nosso país. E ela só será conseguida com eleições transparentes, confiáveis. Continue. 32m43seg até 33m31seg

35 - Bolsonaro - O Ministro Alexandre de Moraes: ‘Manda prender quem disseminar fake news nas eleições de 2022’. Que que é fake news? É o que eles acham que é fake news. Como já aconteceu comigo: botaram numa página minha no Facebook uma a matéria de uma revista falando sobre AIDS e vírus, Covid, e ele achou que aquilo é fake news e está aí

processando. Eu não sei onde ele acha que ele pode parar. Nós temos a paz, tranquilidade, o respeito que não tem da outra parte para conosco. Eu não sei o que faz uma pessoa agir dessa maneira. Quem escolhe as pessoas para dizer o que esse ou aquele candidato bota em sua página, se é fake news ou não, é o próprio TSE. Que desmonetiza a página, que derruba outras, que sugere prisões, que cassa (cassação) parlamentar por coisas que não têm tipificação na lei. Como cassaram um deputado por fake news. Que cria a jurisprudência de interesse deles mesmos para prejudicar o nosso lado, como no próximo aqui, vamos ver aqui. 33m40seg até 35m09seg

36 - Bolsonaro - [Exibição de vídeo com fala do Ministro Alexandre de Moraes que diz: Parte do gabinete de ódio, o intuito da tribuna por um dos advogados é em momento algum se falou em gabinete do ódio, há gabinete do ódio sim e essa alcunha não foi dada nos inquéritos, não foi dada por opositores políticos, foi um Ministro de Estado, um Ministro de Estado que disse “aqui do lado é o gabinete do ódio, só ficam produzindo”. O ministro conclui sua fala ao declarar que: se houver repetição do que foi feito em 2018, o registro será cassado e as pessoas que assim fizerem irão para cadeia por atentar contra as eleições e contra a democracia no Brasil]. Bolsonaro: ‘Atentar contra as eleições e a democracia’: quem faz isso é o próprio TSE ao esconder, ao tentar esconder, o inquérito de 2018. Não pode um magistrado ameaçar quem quer que seja. Quando ele diz que existe gabinete do ódio, que seria algo do meu governo, diz que tem um ministro que falou, mas não diz o nome do ministro, não apresenta uma só matéria que poderia ter sido produzido no tal do gabinete do ódio. O que que ele quer com isso? Para que acirrar os ânimos entre o Poder Judiciário e o Poder Executivo? E não é o comportamento de um magistrado a ameaça. Se diz que houve, existe, gabinete do ódio, eu repito, apresenta uma só matéria que poderia ser produzida por um gabinete vinculado a mim na presidência da República. 35m10seg até 37m02seg

37 - Bolsonaro - É lamentável esse comportamento ameaçando, quer amedrontar quem? Quer fazer valer esse processo eleitoral onde o próprio TSE diz que ele é vulnerável. Onde a própria Polícia Federal disse, com documentação do próprio TSE, que aquilo é mais que um queijo suíço, é uma peneira. Por que eles convidam as Forças Armadas e depois não querem mais as nossas sugestões? 37m08seg até 37m42seg

38 - Bolsonaro - O último slide, né. No O Estado de S.Paulo: ‘Ministros do Supremo Tribunal Federal formam célula política para combater o governo Bolsonaro’. Quem diz não

sou eu. Até a própria imprensa, que sempre esteve ao lado deles, acaba deixando transparecer uma verdade cristalina. As ações contra o nosso governo são inúmeras. Eu recebo uma interferência por semana no meu governo. Você dá prazo para explicar por 48 horas por que que eu não fiz isso, por que não fiz aquilo. E é ajuizada por parlamentares de esquerda, da extrema-esquerda brasileira, tentando o tempo todo desestabilizar o governo. 37m46seg até 38m39seg.

39 - Bolsonaro - Então, a presença dos senhores aqui, que eu agradeço mais uma vez, com qual intenção nossa? Nosso objetivo é transparência e confiança nas eleições. Quem 160 ganhar, o outro lado tem que se conformar, estamos a 3 meses das eleições. As propostas sugeridas pelas Forças Armadas praticamente estancam a possibilidade de manipulação de números, como sugere o próprio TSE, por ocasião das eleições de 2018. Eu não quero falar do que eu acho que aconteceu. Eu estou simplesmente em cima dos autos. Estou me comportando aqui como o outro magistrado deveria se comportar. 38m40seg até 39m33seg

40 - Bolsonaro - Com esse inquérito, como eu convidei o presidente do TSE a comparecer a esse evento, não veio. Convidei o presidente de todos os poderes, né? Presente aqui o Ministro do STM, Superior Tribunal Militar. Não compareceram, tudo bem. Agora, isso que está acontecendo é de interesse de todo o povo brasileiro. A desconfiança do sistema eleitoral tem se avolumado. Nós não podemos enfrentar umas eleições sob o manto da desconfiança. Nós queremos ter a certeza de quem, eleitor, para quem o eleitor votou, o voto vai exatamente para aquela pessoa. 39m34seg até 40m17seg

41 - Bolsonaro - O próprio TSE diz que em 2018 números podem ter sido alterados. Os hackers tiveram acesso a uma dezena de senhas por oito meses. Eles não perceberam? Não perceberam? Oito meses. Sete meses depois que a Polícia Federal pede os logs, que são as impressões digitais da cena, né, do fato. Sete meses depois os logs foram apagados. Poderiam ser entregues os logs no mesmo dia por iniciativa do próprio TSE, nem precisava ser provocado pela Polícia Federal. E sete meses depois, foram apagados. O próprio Ministro Barroso chama o chefe da tecnologia da informação e ele responde: os votos são contados por uma empresa terceirizada. Que empresa é essa? Temos um nome? Sim, temos um nome. Mas cadê a confiança? Eleições são questões de segurança nacional. Nós não queremos instabilidade no Brasil. 40m18seg até 41m29seg

42 - Bolsonaro - O Brasil está voando. Nos comportamos muito bem durante a pandemia. Nos comunicamos e fazemos negócios com o mundo todo. Nos mantivemos em posição de equilíbrio em situações complexas pelo mundo. Nós garantimos a segurança alimentar para mais de 20% da população mundial. Também a segurança energética. O Brasil desponta como um exemplo para o mundo. 41m30seg até 42m09seg

43 - Bolsonaro - O que que nós queremos? Paz, tranquilidade. Agora, por que um grupo de três pessoas, apenas três pessoas, querem trazer instabilidade para o nosso país? Não aceitam nada, as sugestões das Forças Armadas, que foram convidadas, são perfeitas. Chega à perfeição absoluta? Talvez não. Que nenhum sistema informatizado pode dar garantia de 100% de segurança. As Forças Armadas, a qual sou comandante, ninguém mais do que nós, como sempre, queremos estabilidade em nosso país. 42m12seg até 43m00seg.

44 - Bolsonaro - E por que agem de maneira diferente? E nós vemos claramente, o Ministro Fachin foi quem tornou o Lula elegível e agora é presidente do TSE. O Ministro Barroso foi advogado do terrorista Battisti, que recebeu aqui o acolhimento do presidente Lula em dezembro de 2010. O Ministro Alexandre de Moraes advogou no passado a grupos que, se eu fosse advogado, não advogaria. É um direito dele advogar para quem quer que seja, mas eu não faria esse trabalho. Tem posição que de um comportamento que não se adequa ao sistema democrático, uma ameaça. 'Vou cassar o registro, vou prender. Quem duvidar eu prendo'. Olha, quem está duvidando do que está acontecendo não sou eu, é o próprio Tribunal Superior Eleitoral, que ele agora não quer deixar que se aperfeiçoe, que ele realmente mostre, no dia dois de outubro do corrente ano, os números reais das eleições pelo Brasil. 43m02seg até 44m05seg.

45 - Bolsonaro - Então, o que eu tinha a falar aos senhores era isso. Eu vou pedir ao Ministro Carlos França que o extrato disso chegue na embaixada dos senhores aqui. Quem quiser o processo na íntegra, eu entrego também. Porque ele não tem qualquer grau de sigilo. Repito: me sinto até envergonhado desse momento, dado o que está acontecendo em nosso país. Bota para rodar sem som aí. Bota só sem som, só as imagem aí. 44m08seg até 44m46seg

46 - Bolsonaro - Isso que vocês ouviram aqui acontece no Brasil todo, como eu disse, o povo gosta da gente. Não pago um centavo para ninguém participar de absolutamente nada. É um povo que, cristão no Brasil, é um povo ordeiro, trabalhador, tem seus problemas, mas

acima de tudo quer paz. Quer a segurança. E tem encontrado em mim isso daí. Diferentemente, do que algumas notícias de jornais transmitem, o que é natural, infelizmente, no mundo todo. Temos boa imprensa no Brasil também, mas o que mais ressalta aos olhos são as acusações. 44m49seg até 45m30seg

47 - Bolsonaro - Então, a gente lamenta o que vem acontecendo, vou convidar integrantes da Câmara, do Senado, do Supremo Tribunal de Justiça, do Tribunal de Contas da União, do Tribunal Superior do Trabalho, a participar de conversas comigo sobre esse inquérito que, curiosamente, não foi fechado até o presente momento, para que nós possamos ter paz e tranquilidade e confiança por ocasião das eleições no corrente ano. Muito obrigado a todos os senhores.” 45m30seg até 46m04seg

O discurso se encerra sem nenhuma proposição às embaixadoras e aos embaixadores, a não ser a insistente oferta do primeiro investigado em compartilhar seus slides e, ainda, cópias do IPL nº 1361/2018. O objetivo era rechaçar o TSE como fonte fidedigna de informações e conquistar adeptos para a crença disseminada, sem nenhuma prova, de que o sistema eletrônico de votação adotado no Brasil não era capaz de assegurar que o eleito nas Eleições 2022 seria quem de fato recebesse mais votos.