

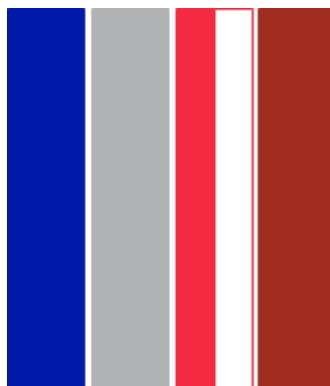
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Agenda-setting, Priming e a avaliação do brasileiro sobre o governo Jair Bolsonaro durante a pandemia do coronavírus

Ezequiel Eckhardt Trancoso

M

2021



Ezequiel Eckhardt Trancoso

Agenda-setting, Priming e a avaliação do brasileiro sobre o governo Jair Bolsonaro durante a pandemia do coronavírus

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pela Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2021

Ezequiel Eckhardt Trancoso

Agenda-setting, Priming e a avaliação do brasileiro sobre o governo Jair Bolsonaro durante a pandemia do coronavírus

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pela Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima

Membros do Júri

Professor Doutor

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: Valores

Sumário

DECLARAÇÃO DE HONRA	7
RESUMO	8
ABSTRACT	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
1. INTRODUÇÃO	11
2. CONTEXTUALIZAÇÃO: A COBERTURA NOTICIOSA DA PANDEMIA NO BRASIL	13
2.1. A RELAÇÃO DE JAIR BOLSONARO COM A IMPRENSA	15
2.2. CONSUMO E CONFIANÇA NAS NOTÍCIAS NO BRASIL	19
3. A HIPÓTESE DO AGENDA-SETTING	22
3.2. NECESSIDADE DE ORIENTAÇÃO E CONDIÇÕES CONTINGENTES (SEGUNDA FASE DO AGENDA-SETTING)	32
3.3. O SEGUNDO NÍVEL DO AGENDA-SETTING	36
3.4. O AGENDA-BUILDING	38
3.5. QUINTA FASE DOS ESTUDOS SOBRE AGENDAMENTO	41
3.6. EVOLUÇÃO E DESMEMBRAMENTO DA HIPÓTESE DO AGENDAMENTO	41
3.6.1. O CONTRA-AGENDAMENTO	41
3.6.2. O VISUAL AGENDA-SETTING	43
3.6.3. A INTERCONEXÃO ENTRE AGENDAS	44
3.6.4. O AGENDAMELDING	46
3.6.5. O ENQUADRAMENTO NOTICIOSO (FRAMING)	48
3.6.6. O EFEITO PRIMING	52
3.6.7. PÚBLICO, UMA VÍTIMA DO EFEITO PRIMING?	51
3.6.8. ALTERNATIVAS E POSSÍVEIS ATUALIZAÇÕES À HIPÓTESE DO PRIMING	53
4. O ESTUDO DOS EMISSORES	59
4.1. O GATEKEEPING	59
4.2. O NEWSMAKING	62

4.3. CATEGORIAS DE VALORES-NOTÍCIA	64
5. METODOLOGIA	68
6. ANÁLISE	70
6.1 A AGENDA MIDIÁTICA	71
6.1.1. ANÁLISE SEMANA 1 (DEMISSÃO DE L. HENRIQUE MANDETTA)	72
6.1.2 ANÁLISE SEMANA 2 (DEMISSÃO DE NELSON TEICH)	77
6.1.3. ANÁLISE SEMANA 3 (DEMISSÃO EDUARDO PAZUELLO)	80
6.2. A AGENDA DO PÚBLICO	86
6.2.1. O QUE PREOCUPA OS BRASILEIROS (ANÁLISE DAS PESQUISAS DE OPINIÃO PÚBLICA)	87
6.2.2. SOBRE O QUE OS BRASILEIROS FALAM (ANÁLISE DOS TRENDING TOPICS DO TWITTER)	90
6.3. A AGENDA POLÍTICA	93
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
ANEXOS	109
ANEXO 1: TABELAS DE ANÁLISE DO JORNAL NACIONAL	109
ANEXO 2: TABELAS DE ANÁLISE DOS TRENDING TOPICS DO TWITTER	141

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito académico.

Porto, setembro de 2021

Ezequiel Eckhardt Trancoso

Resumo

Desde o registro dos primeiros casos oficiais de Covid-19, no início de 2020, os meios de comunicação têm desempenhado, em todo o mundo, um papel central na disseminação de informações sobre o novo coronavírus. O Brasil, contudo, vive um cenário singular, no qual o presidente Jair Bolsonaro e muitos de seus apoiadores desacreditam o trabalho realizado pela imprensa, sobretudo quanto aos assuntos relacionados à pandemia. De um lado, os principais veículos noticiosos destacam a importância do isolamento social e da vacinação; de outro, a autoridade máxima do país questiona a eficácia dos imunizantes e defende tratamentos sem comprovação científica como forma de combate à doença. Neste contexto ímpar, o presente estudo busca verificar se os media (representados, neste caso, pelo Jornal Nacional, da TV Globo) ainda têm capacidade de influenciar a opinião pública, motivo pelo qual os conceitos de *agenda-setting*, *framing* e *priming* são centrais para a análise pretendida. Adicionalmente, busca-se compreender os critérios noticiosos utilizados na cobertura realizada pelo principal telejornal brasileiro. O recorte temporal selecionado para tal abordagem são as semanas das demissões de três ministros da Saúde, de maneira que seja examinado um período de instabilidades não apenas na saúde pública, mas também na política nacional.

Palavras-chave: agenda-setting; framing; priming; Jair Bolsonaro; pandemia

Abstract

Since the registration of the first official cases of Covid-19, in early 2020, the media has played, all over the world, a central role in the dissemination of information about the new coronavirus. Brazil, however, is experiencing a unique scenario, in which President Jair Bolsonaro and many of his supporters discredit the work carried out by the press, especially regarding issues related to the pandemic. On the one hand, the main news outlets highlight the importance of social isolation and vaccination; on the other, the country's highest authority questions the effectiveness of immunization and defends treatments without scientific evidence as a way to fight the disease. In this unique context, this study seeks to verify whether the media (represented, in this case, by Jornal Nacional, from TV Globo) still have the capacity to influence public opinion, which is why the concepts of agenda-setting, framing and priming are central for the intended analysis. Additionally, it seeks to understand the news criteria used in the coverage carried out by the main Brazilian newscast. The time frame selected for such approach are the weeks of dismissals of three ministers of Health, so that a period of instability not only in public health, but also in national policy, can be examined.

Key-words: agenda-setting; framing; priming; Jair Bolsonaro; pandemic

Índice de Figuras

FIGURA 1 - ELEMENTOS DO PROCESSO DE AGENDAMENTO	46
FIGURA 2 - ELEMENTOS DO AGENDAMELDING	47
FIGURA 3 - GRÁFICO DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS DO JN POR ENFOQUE PRINCIPAL; SEMANA 1	76
FIGURA 4 - GRÁFICO DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS DO JN POR ENFOQUE PRINCIPAL; SEMANA 2	80
FIGURA 5 - GRÁFICO DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS DO JN POR ENFOQUE PRINCIPAL; SEMANA 3	87
FIGURA 6 - MAIORES PREOCUPAÇÕES DOS BRASILEIROS EM ABRIL DE 2020	89
FIGURA 7 - MAIORES PREOCUPAÇÕES DOS BRASILEIROS EM MAIO DE 2020	90
FIGURA 8 - PERCENTUAL DA POPULAÇÃO PREOCUPADA COM A COVID-19, POR PAÍS, EM MARÇO DE 2021	91

1. INTRODUÇÃO

A pandemia da Covid-19 já matou, até o dia 22 de setembro deste ano, mais de 4,7 milhões de pessoas em todo o mundo, com quase 230 milhões de infecções¹. As estatísticas, embora assustadoras, podem não representar o real cenário da doença, em razão da subnotificação e da ocorrência de casos assintomáticos que jamais foram registrados. Nesse cenário, o Brasil é, até o momento, o segundo país mais afetado pelo coronavírus em números absolutos, com mais 591 mil mortes, ou 12,5% do total, apesar de ter, aproximadamente, apenas 2,7% da população mundial.

Diversos fatores podem ser apontados como possíveis causas para números tão alarmantes no país, sendo parte deles reflexo direto ou indireto da atuação do governo federal no combate à pandemia. Em primeiro lugar, podemos citar o fato de o presidente da República, Jair Bolsonaro, ter subestimado o potencial da doença, tratando-a como uma “gripezinha” em mais de uma oportunidade², minimizando seus efeitos e defendendo, desde o início, a adoção do chamado “isolamento vertical”, no qual somente idosos e pessoas com comorbidades cumpririam quarentena, enquanto o restante da população seguiria uma rotina praticamente inalterada. Além disso, Bolsonaro tem recomendado, como forma de “tratamento precoce” para a doença, o uso de medicamentos sem qualquer tipo de comprovação, como a cloroquina, cuja ineficácia já foi atestada cientificamente. No momento em que as primeiras vacinas para a Covid-19 começaram a ser testadas e aprovadas, diversos líderes de Estado espalhados pelo mundo comemoravam, indicando que poderia haver, pela primeira vez, uma real esperança para o fim da pandemia. Bolsonaro, no entanto, desdenhava dos imunizantes, chegando ao ponto de suspender a compra da vacina CoronaVac por motivos políticos³ e de sugerir que a vacina da Pfizer poderia transformar as pessoas em jacarés⁴.

Diante de um cenário tão complexo, a falta de coordenação política também pode ser apontada como um dos fatores que levaram o Brasil a registrar quase 600 mil mortos pela Covid-19. Desde o início da pandemia, o Ministério da Saúde já foi comandado por quatro pessoas diferentes. Em pelo menos duas dessas mudanças de cargo, discordâncias entre o presidente e o ministro sobre as medidas de enfrentamento à pandemia foram

¹ Disponível em https://www.jm-madeira.pt/internacional/ver/141817/Covid-19_Pandemia_ja_matou_mais_de_47_milhoes_de_pessoas_no_mundo. Acesso em 23 set. 2021

² Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536>. Acesso em 23 set. 2021

³ Disponível em <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/10/21/bolsonaro-desautoriza-pazuello-e-suspende-compra-da-vacina-coronovac.ghtml>. Acesso em 23 de set. 2021

⁴ Disponível em <https://www.dn.pt/mundo/bolsonaro-sobre-a-vacina-de-pfizer-se-voce-se-transformar-num-jacare-e-problema-e-seu-13155253.html>. Acesso em 23 de set. 2021

apontadas como as principais causas para a demissão. Além das desavenças com ministros, Bolsonaro nutriu hostilidades com prefeitos e governadores em razão das medidas de isolamento mais restritivas, argumentando que essas ações teriam sido responsáveis pela crise econômica enfrentada pelo Brasil⁵. O presidente chegou ao ponto de tentar impedir judicialmente que estados adotassem medidas de *lockdown*⁶, sempre com o mote de que o país “não pode parar” por causa da pandemia⁷.

O presente trabalho, obviamente, não tem como pretensão avaliar a atuação do governo federal durante a pandemia do novo coronavírus, tampouco indicar quais ações devem ser tomadas no enfrentamento ao vírus. Entender o contexto no qual o país está inserido, contudo, é essencial para compreendermos os desafios colocados ao jornalismo brasileiro na cobertura da pandemia. Os profissionais de imprensa tiveram a singular tarefa de não apenas trazer informações diárias sobre a Covid-19 e noticiar as constantes crises políticas fomentadas por Bolsonaro, mas também de desmentir, constantemente, notícias falsas sobre a pandemia. Tudo isso em meio a ataques à atividade jornalística, muitos deles proferidos pelo próprio presidente da República⁸, em um quadro no qual o jornalismo profissional passa a ser marginalizado e o chefe do Poder Executivo se relaciona diretamente com seu público (MIGUEL, 2019), sem que os media atuem, necessariamente, como intermediadores das mensagens.

Nesse contexto, talvez único na história brasileira, buscamos examinar a agenda dos meios de comunicação noticiosos (representada pelo conteúdo do Jornal Nacional, principal telejornal do país) durante os períodos de demissão dos ministros da Saúde de Bolsonaro. Analisamos, ainda, se esta agenda está de alguma forma relacionada às agendas do público e à agenda política. Por esse motivo, a primeira parte da fundamentação teórica deste trabalho é dedicada à conceitualização do *agenda-setting*, bem como dos processos correlatos de *framing* e *priming*. Secundariamente, para que seja possível entender os critérios de seleção de notícias do Jornal Nacional, recordamos os estudos sobre os emissores, desde os conceitos do *gatekeeping* e *newsmaking* até a definição dos valores-notícia. Antes de tudo, entretanto, é necessário que haja uma breve contextualização, o que o primeiro capítulo deste trabalho propõe-se a fazer.

⁵ Disponível em <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/03/19/Bolsonaro-contra-governadores-a-aposta-dobrada-na-confus%C3%A3o>. Acesso em 23 de set. 2021

⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/05/27/bolsonaro-aciona-stf-contra-tres-decretos-estaduais-que-impoem-restricoes-a-fim-de-conter-covid.ghtml>. Acesso em 23 de set. 2021

⁷ Disponível em <https://noticias.r7.com/brasil/em-meio-a-apoiadores-bolsonaro-diz-que-pais-nao-pode-parar-29032020>. Acesso em 23 de set. 2021

⁸ Disponível em <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-eleva-ataques-%C3%A0-imprensa-em-2021/a-58673223>. Acesso em 23 de set. 2021

2. CONTEXTUALIZAÇÃO: A COBERTURA NOTICIOSA DA PANDEMIA NO BRASIL

Desde o registro dos primeiros casos do novo coronavírus, na província de Wuhan, na China, no início de 2020, passando pela adoção de medidas restritivas de quarentena e *lockdown* como forma de conter o avanço da doença, até a atual etapa de vacinação em massa e retomada de atividades em diversos países, a pandemia de Covid-19 tem sido, via de regra, o principal objeto da cobertura jornalística mundial há cerca de um ano e meio. Tal cenário tem estabelecido uma série de desafios à prática jornalística. Para continuar a cumprir sua missão de informar o público, os veículos de comunicação tiveram de adaptar suas rotinas e processos de forma a obedecer às medidas sanitárias necessárias, sem abrir mão da qualidade de apuração e produção da notícia.

Além de se adequar à nova realidade imposta por um contexto de profunda crise de saúde pública, o jornalismo brasileiro também precisou concentrar seus esforços nos incontáveis episódios de crise política registrados no país desde o início da pandemia, sobretudo os causados em razão da postura do presidente da República, Jair Bolsonaro. Ao longo de todo este período, a atuação do chefe do Poder Executivo nacional tem sido marcada por uma série de controvérsias, tais como as duras críticas à adoção de medidas de distanciamento social⁹, a demissão de três ministros da Saúde¹⁰, os embates com governadores, prefeitos e integrantes de outros Poderes¹¹, as denúncias de corrupção na compra de vacinas¹² e a defesa de tratamentos sem qualquer tipo de comprovação científica, com especial destaque para o estímulo ao uso da cloroquina e da hidroxicloroquina como formas de “tratamento precoce” contra a Covid-19¹³.

Diante deste cenário, o jornalismo assumiu um papel central durante a pandemia de Covid-19 (Renault, 2020). Ao examinar a atuação dos telejornais brasileiros durante a pandemia de Covid-19, a autora avalia que eles foram levados a uma posição, até então inédita, de “confrontar o governo federal, contrariando um certo ‘senso comum’ de que a televisão brasileira e os telejornais que produz estão sempre a serviço de divulgar a informação que interessa ao governo do momento” (p. 4). Para a pesquisadora, o

⁹ Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/05/17/interna_politica,1267431/bolsonaro-sobre-quem-cumpr-isolamento-social-idiotas.shtml. Acesso em 12 set. 2021.

¹⁰ Disponível em <https://veja.abril.com.br/blog/thomas-traumann/o-que-levou-bolsonaro-a-demitir-pazuello/>. Acesso em 12 set. 2021

¹¹ Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2021-04/bolsonaro-responsabiliza-prefeitos-e-governadores-por-desemprego>. Acesso em 12 set. 2021.

¹² Disponível em <https://www.publico.pt/2021/06/24/mundo/noticia/vacinas-indianas-expoem-bolsonaro-suspeitas-corrupcao-1967830>. Acesso em 12 set. 2021.

¹³ Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-defendeu-uso-de-cloroquina-em-23-discursos-oficiais-leia-as-frases-25025384>. Acesso em 12 set. 2021.

surgimento do vírus fez com que o público voltasse a utilizar os meios de comunicação tradicionais como fonte de informação confiável e qualificada, fato que pode explicar o aumento dos índices de audiência dos telejornais durante as fases iniciais da pandemia. Segundo reportagem da Folha de S. Paulo¹⁴, houve uma “explosão” nos níveis de audiência de vários jornais televisivos nesse período. Em São Paulo, o Jornal Nacional, noticiário mais visto do país, registrou, em março de 2020, seus melhores resultados desde janeiro de 2011. No Rio de Janeiro, os números do JN foram os mais expressivos desde julho de 2012.

Responsável pelos dados de audiência acima descritos, a empresa Kantar IBOPE Media¹⁵ revelou, em abril daquele ano, que a TV despontava como o meio mais confiável para 77% da população brasileira quando o assunto era a busca por informações relativas ao novo coronavírus. No período de 16 a 20 março de 2020, as audiências do gênero jornalístico apresentaram um crescimento de 26% na comparação com o intervalo entre os dias 2 e 6 do mesmo mês. Não por acaso, entre essas duas semanas, mais precisamente no dia 11 de março, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de Covid-19. Um resultado similar sobre a força da informação televisiva foi apresentado em pesquisa Datafolha divulgada em abril de 2020. Segundo a sondagem, 81% dos entrevistados citaram espontaneamente a TV como o principal meio de informação sobre a Covid-19. As redes sociais, como YouTube, Instagram e Twitter, apareceram na segunda posição, sendo mencionadas por apenas 29% das pessoas.

Estatísticas como as relativas aos níveis de audiência ajudam a demonstrar o protagonismo assumido pelo telejornalismo na cobertura da pandemia do novo coronavírus. Sob essa condição, a imprensa tradicional teve que desempenhar, em diversos casos, um papel central no combate à desinfodemia, termo criado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) para se referir à desinformação sobre a pandemia de Covid-19. Na primeira versão de seu manual de combate à desinfodemia¹⁶, a entidade destaca dois aspectos antagônicos do acesso à internet: por um ângulo positivo, essa conectividade é uma “tábua de salvação” para o enfrentamento à pandemia; por outro lado, ela permite a produção e compartilhamento de conteúdos virais com informações falsas ou incorretas, as *fake news*.

¹⁴ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em 13 abr. 2021

¹⁵ Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/a-tv-em-tempos-de-covid-19-impactos-e-mudancas-no-comportamento-da-sociedade/>. Acesso em 21 abr. 2021

¹⁶ Disponível em https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por. Acesso em 8 jul. 2021

Entre as possíveis respostas a esse tipo de desinformação, a instituição cita o monitoramento e verificação de fatos, trabalho que vem sendo realizado por uma série de agências de *fact-checking* no Brasil, tais como Agência Lupa, Aos Fatos, Fato ou Fake. A atuação desse tipo de veículo no contexto da pandemia foi investigada por Melo, Siqueira, Cabral e Sousa (2021), que analisaram cinco edições do quadro Fato ou Fake, veiculado no programa Combate ao Coronavírus, exibido pela TV Globo até maio de 2020. De acordo com os estudiosos, o quadro se mostrou superficial no enfrentamento à desinformação, contestando apenas de forma rasa as notícias falsas que surgiram, muito embora tenha cumprido seu papel de checagem de conteúdo (p. 140).

Como destaca o relatório de pesquisa *Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil*¹⁷, do Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS), um dos maiores obstáculos à efetividade dos grupos de checagem reside no fato de o conteúdo verificado não conseguir penetrar as bolhas de desinformação, as quais, segundo o estudo, acabam por criar ainda mais desinformação ao refutar a checagem, tratando-a, paradoxalmente, como conteúdo enganoso ou falso. Além disso, a obra faz uma alerta sobre a capacidade que autoridades políticas e de saúde têm de legitimação e proliferação de informações falsas. Em muitos casos, essas figuras acabam por cancelar uma informação falsa e, consequentemente, ampliar ainda mais o seu alcance.

2.1. A RELAÇÃO DE JAIR BOLSONARO COM A IMPRENSA

É possível perceber, por alguns dos fatos anteriormente expostos, que os veículos de imprensa brasileiros tiveram que concentrar seus esforços não apenas em informar a população sobre as pautas relativas à Covid-19, mas também em noticiar inúmeras crises políticas fomentadas por Bolsonaro e refutar informações falsas – muitas delas propagadas, inclusive, pelo presidente da República – acerca da pandemia. Além disso, um outro elemento acabou por constranger e dificultar ainda mais a prática democrática do jornalismo no Brasil: os inúmeros ataques de Bolsonaro à imprensa. De acordo com levantamento realizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)¹⁸, somente durante os nove primeiros meses de 2020, o presidente da República cometeu 299 ataques ao jornalismo em suas falas que vieram a público. A maior parte deles (259) foi classificado pela entidade como descredibilização da imprensa, nos casos em que o presidente investe contra

¹⁷ Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2021/05/Desinformac%C3%A7%C3%A3o-covid-midiars-2021-1.pdf>. Acesso em 26 jun. 2021

¹⁸ Disponível em <https://fenaj.org.br/nove-meses-bolsonaro-299-ataques/>. Acesso em 12 set. 2021

o jornalismo em geral ou contra um veículo específico. Em 38 oportunidades, os ataques foram dirigidos de forma direta a algum profissional. Um exemplo dessa postura foi visto em janeiro de 2021, quando Bolsonaro chamou William Bonner, âncora do Jornal Nacional, da TV Globo, de “sem-vergonha” e “canalha”¹⁹.

Em muitos casos, a hostilidade de Bolsonaro em relação à imprensa esteve diretamente relacionada à cobertura jornalística sobre o coronavírus. Em março de 2020, dias antes de a OMS declarar a pandemia de Covid-19, o presidente afirmou que o vírus era “mais fantasia” e não “isso tudo” que mídia propaga²⁰. Em seu discurso na 75ª edição da Assembleia-Geral das Nações Unidas, o chefe do Executivo declarou que a imprensa brasileira “politizou o vírus, disseminando o pânico entre a população”, postura que, segundo ele, quase trouxe o “caos social ao país”²¹. Em janeiro de 2021, mês em que o país atingiu a marca de 200 mil mortes pela doença²², ele voltou a criticar a atuação dos veículos de imprensa ao dizer que o vírus seria “potencializado pela mídia”²³. Já em setembro deste ano, dias após promover uma manifestação com ameaças antidemocráticas contra membros do Supremo Tribunal Federal (STF), publicou, em sua conta pessoal no *Twitter*, imagem de uma postagem do jornal O Estado de S. Paulo acompanhada dos dizeres “Imprensa de m.....”²⁴.

Um estudo de Flores (2020) revela que, dos 257 vídeos disponíveis no canal de Jair Bolsonaro no YouTube durante os cem dias subsequentes ao primeiro caso de Covid-19, 36% mencionam a imprensa de alguma maneira. Dentro deste universo, 40% do conteúdo representa críticas diretas; 28%, ataques verbais; e 26%, descrédibilização (p. 11-12). Outro ponto a ser salientado é que, via de regra, Bolsonaro evita entrevistas ou coletivas de imprensa com veículos tradicionais. Durante a maior parte de seu mandato, o presidente tem dado preferência às *lives* que transmite toda quinta-feira em seu canal no Youtube. Atualmente²⁵, a página oficial de Bolsonaro na rede conta com mais de 3,5 milhões de inscritos. Em reportagem publicada no site do jornal El País sobre o assunto, Gortázar (2021) observa que

¹⁹ Disponível em <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-chama-william-bonner-de-sem-vergonha-e-canalha/>. Acesso em 12 set. 2021

²⁰ Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/10/bolsonaro-diz-que-questao-do-coronavirus-e-muito-mais-fantasia.ghtml>. Acesso em 28 ago 2021

²¹ Disponível em <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2020/09/4877052-bolsonaro-culpa-jornais-por-conta-da-pandemia-e-critica-isolamento-social.html>. Acesso em 14 set. 2021

²² Disponível em <https://brasil.elpais.com/ciencia/2020-07-23/evolucao-dos-casos-de-coronavirus-no-brasil.html>. Acesso em 14 set. 2021

²³ Disponível em <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/01/4898471-bolsonaro-covid-19-e-virus-potencializado-pela-midia.html>. Acesso em 14 set. 2021

²⁴ Disponível em <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1437122304241291264>. Acesso em 14 set. 2021

²⁵ Dados obtidos na própria página de Bolsonaro, referentes a 16 set. 2021

Desde que descobriu o filão de se comunicar com o povo sem intermediários, Bolsonaro o adotou com fervor. Os FBs ao vivo são agora a zona de conforto deste presidente que não dá coletivas de imprensa, oferece poucas oportunidades de ser abordado diretamente pela imprensa e só concede entrevistas a jornalistas afins. É a sua bolha, onde ninguém o questiona ou critica. As entrevistas diretas incluem perguntas via um celular que um militar traz para ele, mas não vêm do povo, e sim de jornalistas de um programa radiofônico simpático a ele. (Gortázar, 2021)

Em julho de 2021, o YouTube decidiu remover 15 vídeos do canal de Bolsonaro por violação das políticas de informações médicas incorretas sobre a Covid-19. Segundo um comunicado divulgado pela plataforma, o conteúdo publicado pelo chefe do Executivo continha alegações de que a Hidroxicloroquina e/ou Ivermectina são eficazes para tratar ou prevenir COVID-19; que há uma cura para a doença; e que as máscaras não funcionam para evitar a propagação do vírus. Antes disso, 17 vídeos já haviam sido retirados do canal do ex-capitão por motivos similares²⁶. Em setembro, Bolsonaro afirmou que “a fake news faz parte da nossa vida”, comparando a disseminação de conteúdo enganoso a uma “mentirinha para a namorada”²⁷. Na ocasião, ele fazia uma referência indireta a uma Medida Provisória de seu governo que limitaria a capacidade de as redes sociais excluírem conteúdos.

Além das habituais postagens em suas redes oficiais, Bolsonaro tem recorrido, desde julho, à entrevistas com veículos de imprensa de menor projeção que possam atingir o interior do país. De maneira geral, o presidente tem participado de programas de rádios comandadas por empresários e políticos simpáticos à sua gestão²⁸. Segundo reportagem da Folha de S. Paulo, seria uma forma de “propagar fala governista sem perguntas incômodas”. Na maior parte dessas entrevistas, Bolsonaro encontra liberdade para falar sobre suas pautas preferidas sem ser questionado de forma mais contundente.

A postura de Bolsonaro em relação à imprensa tradicional no Brasil acaba tendo impactos em seu eleitorado. Isto pode ser verificado em pesquisa qualitativa de Rocha e Solano (2020), composta por entrevistas com eleitores de Jair Bolsonaro de renda média. A obra aponta um cenário de desconfiança nos meios de comunicação tradicionais entre o

²⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/07/21/youtube-remove-videos-do-canal-do-presidente-jair-bolsonaro.ghtml>. Acesso em 16 set. 2021

²⁷ Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-minimiza-disseminacao-de-noticias-falsas-diz-que-fake-news-faz-parte-da-nossa-vida-25197420>. Acesso em 16 set. 2021

²⁸ Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/guilherme-amado/bolsonaro-busca-rádios-simpaticas-ao-governo-em-investida-pelo-interior-do-pais>. Acesso em 16 set. 2021

eleitorado bolsonarista, com muitos apoiadores de Bolsonaro afirmando “não assistir à Globo ou à televisão em geral” (p. 11). Entre os depoimentos de eleitores destacados pela pesquisa, chama a atenção frases como “o vírus está sendo transmitido pela Rede Globo”, “a Globo eu não assisto. Sensacionalista, tem levantado um discurso esquerdista, antibolsonaro e até trazendo informações inverídicas” e “Eu busco hoje, falando de TV, jornais mais imparciais como a Record e o SBT. CNN já está vendida para a Globo e não ouço mais” (p. 12). Dadas por eleitores não identificados do presidente, declarações como essas mostram que as críticas de Bolsonaro à imprensa tradicional ecoam entre adeptos de sua política.

Não deveria causar espanto o fato de a imprensa, habitual foco das investidas de Jair Bolsonaro desde o período eleitoral, ser alvo dos ataques do presidente (e de seus apoiadores) durante a pandemia. Mas nem todos os veículos são tratados da mesma forma pelo político. Como destaca matéria do portal *The Intercept Brasil* publicada em fevereiro de 2020²⁹ – antes, portanto, da pandemia de Covid-19 – Bolsonaro vê o SBT, a Record, a Band e a Rede TV como aliados, ao passo em que se diz alvo de perseguição da TV Globo, alvo frequente de suas investidas. Reflexo disso são as verbas publicitárias destinadas a cada um desses veículos pelo governo federal. Segundo apuração da reportagem, com Bolsonaro, a Globo passou a receber menos verbas do que Record e SBT, apesar de ser a emissora de maior audiência do país. Em 2017 (ainda durante o governo de Michel Temer), a rede carioca recebia 48,5% dos recursos publicitários destinados à TV Aberta. Em 2019, primeiro ano da gestão Bolsonaro, o montante caiu drasticamente, correspondendo a apenas 16,3% do total. No mesmo intervalo, o dinheiro destinado à Record passou de 26,6% para 42,6%; no caso do SBT, passou de 24,8% para 41%.

Os aspectos financeiros dessa relação com os veículos de imprensa resultam, em grande parte, da afinidade ideológica (ou falta dela) entre Bolsonaro e as emissoras de televisão no Brasil. Como ressalta a reportagem, as quatro redes de TV beneficiadas pela nova forma de distribuição de verbas publicitárias demonstram, constantemente, um forte alinhamento às pautas mais conservadoras típicas do bolsonarismo³⁰, com direito à participação de Bolsonaro e seus filhos em programas de auditório, geralmente em tom de descontração. O caso da Record, por exemplo, tem contornos especiais. A emissora tem como dono o bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), uma das principais denominações protestantes do Brasil. Como Bolsonaro tem no segmento

²⁹ Disponível em <https://theintercept.com/2020/02/23/imprensa-bolsonaro-band-sbt-record-rede-tv/>. Acesso em 6 jun. 2021

³⁰ Segundo definição de Rocha e Solano (2020, p. 2), o bolsonarismo é caracterizado pelo apoio à figura de Jair Bolsonaro baseado em um discurso antissistema de caráter populista

evangélico uma de suas principais bases de apoio, apesar de enfrentar um maior desgaste nos últimos meses³¹, a emissora passou a ser a principal destinatária dos recursos publicitários federais. De acordo com a matéria de *The Intercept*, o crescimento total do faturamento publicitário da Record junto à Secretaria de Comunicação do Governo Federal cresceu 659% no primeiro trimestre de 2019, início da gestão Bolsonaro.

A relação de proximidade com algumas emissoras mais alinhadas ao discurso bolsonarista acaba por ter reflexos até mesmo na política nacional. Em junho do ano passado, o presidente anunciou a recriação do Ministério das Comunicações, nomeando para o cargo de ministro Fábio Faria, genro do dono do SBT, Silvio Santos³². Na ocasião, o presidente da República chegou a admitir que a opção pelo nome de Faria deu-se “pela vida que ele tem junto à família do Silvio Santos”³³. Um mês antes, em maio, o dono do SBT decidiu cancelar a exibição de uma edição de seu principal telejornal, fato até então inédito na história da televisão brasileira. De acordo com reportagem da Folha de S. Paulo³⁴, a decisão teria sido motivada por divergências em relação à exibição de conteúdo de uma reunião ministerial do governo Bolsonaro, uma vez que o conteúdo, segundo relatos, não teria a “forma que o governo esperava de um aliado”.

Dessa forma, é possível concluir que, apesar dos ataques rotineiros à imprensa brasileira, Bolsonaro não trata todos os veículos da mesma forma. Essa diferenciação é essencial para o presente estudo. A maneira como determinadas reportagens são apresentadas e assuntos, enquadrados, pode ajudar a entender se os vínculos com Bolsonaro (ou a falta deles) afetam, de alguma maneira, a linha editorial dos jornais televisivos brasileiros.

2.2. CONSUMO E CONFIANÇA NAS NOTÍCIAS NO BRASIL

Em 2020, pela primeira vez, as redes sociais ultrapassaram a televisão quando o assunto é consumo de notícias no Brasil. É o que revela o *Digital News Report*, estudo realizado anualmente pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*³⁵. O relatório mostra

³¹ Disponível em <https://exame.com/brasil/exame-ideia-bolsonaro-perde-apoio-entre-evangelicos-sua-base-mais-fiel/>. Acesso em 6 ago. 2021.

³² Disponível em <https://www.dn.pt/mundo/guerra-entre-bolsonaro-e-globo-chega-ao-futebol-e-as-novelas-12737314.html>. Acesso em 14 set. 2021

³³ Disponível em <https://istoe.com.br/bolsonaro-escolhi-faria-pela-vida-que-ele-tem-junto-a-familia-do-silvio-santos/>. Acesso em 14 set. 2021

³⁴ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostyler/2020/05/silvio-santos-causa-alarme-ao-cancelar-uma-edicao-de-telejornal-do-sbt.shtml>. Acesso em 16 set. 2021

³⁵ Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em 7 ago. 2021

que as fontes online são utilizadas por 90% dos entrevistados, o que inclui sites e as próprias redes sociais. Em seguida, aparecem as redes sociais (exclusivamente), com 67%; a TV, com 66%; e as fontes impressas, com 23% da preferência. Apesar de o próprio estudo indicar que os dados foram coletados em áreas mais urbanas, tendendo a representar usuários mais ricos e conectados, em vez de uma amostra totalmente representativa em níveis nacionais, a pesquisa mostra uma clara mudança na forma como o brasileiro consome notícias.

Desde que o estudo foi realizado pela primeira vez, em 2013, o número de brasileiros que usam veículos impressos como fonte de informação noticioso caiu pela metade em apenas sete anos, passando de 50% naquele ano para 23% em 2020. Por outro lado, as redes sociais cresceram 20% no mesmo período. Em relação aos dispositivos utilizados, nenhum apresentou uma alta tão expressiva quanto os *smartphones*, passando de 23% para 76% entre 2013 e 2020. No mesmo intervalo, o uso dos computadores pessoais como forma de acesso às notícias caiu de 83% para 43%, o que indica que o brasileiro tem consumido notícias de forma muito mais móvel.

Entre TV, rádio e impresso, a TV Globo ainda é a mais citada pelos brasileiros (56%) quando perguntados sobre os veículos que usam como fonte de informação. Em seguida aparecem a TV Record (43%) e o SBT (37%), o que mostra que as emissoras de televisão ainda conseguem ter relevância no país, apesar do crescimento da internet. No online, o domínio também é das grandes empresas de comunicação brasileiras. Lideram o ranking de uso Globo News Online (incluindo o site G1), com 51%, o portal UOL, com 47%, e a Record News Online (incluindo o site R7), com 39%. A manutenção da relevância desses grandes veículos, em um cenário de elevada fragmentação das fontes de informação noticiosa, mostra a sensatez de Castells (2003) ao ponderar que

Os jornais não estão sendo solapados pela Internet porque, num mundo de informação infinita, a credibilidade é um ingrediente essencial para os que a buscam. Assim, jornais estabelecidos têm de estar on-line para estar sempre lá, prontos para seus leitores, para mantê-los sob o mantra de sua autoridade. Assim fazendo, os jornais esperam que o contato físico com o formato muito portátil e fácil de usar do jornal impresso (ou, sob esse aspecto, da revista) continue sendo uma necessidade e acabe por se beneficiar de sua presença ubíqua on-line. (Castells, 2003, p. 163)

Já em relação ao uso das redes sociais como fonte de notícias, a liderança é do Facebook (utilizado por 54% dos entrevistados com esse fim), seguido de WhatsApp (48%) e Youtube (45%). De maneira geral, o relatório destaca que a confiança nas notícias cresceu ligeiramente no país em 2020, após uma “contração significativa no último ano em meio a uma atmosfera de polarização política após a eleição de presidente de extrema direita Jair Bolsonaro” (p. 89). No ranking feito pela entidade, o Brasil aparece na quinta posição (de 40 países analisados) quando o assunto é a confiança da população no noticiário. No total, 51% das pessoas disseram crer nas notícias.

Diante desse cenário, fica claro que, apesar das mudanças recentes, os media tradicionais ainda ocupam um espaço central quando o assunto é o consumo de notícias no Brasil. Entretanto, não é possível afirmar, com absoluta certeza, que eles ainda detêm o poder de determinar os rumos da opinião pública. Para verificar a validade dessa afirmação, é necessário recorrermos ao conceito de agendamento (ou *agenda-setting*), que trata da ideia de que os meios de comunicação podem influenciar a agenda da população, seja ao definir quais assuntos serão destaque no noticiário, como enfocar determinado tema ou personagem, etc. A fundamentação teórica que se segue busca traçar, justamente, o percurso dos estudos sobre o agendamento e sua relevância na área das pesquisas em comunicação, sobretudo no campo dos efeitos das mensagens noticiosas sobre o público, o que o presente trabalho se propõe a examinar.

3. A HIPÓTESE DO AGENDA-SETTING

Para que qualquer tipo de análise sobre a hipótese do *agenda-setting*³⁶ durante a pandemia de Covid-19 no Brasil seja possível, é essencial que seja feito, antes de tudo, uma ampla conceitualização e reconstrução histórica acerca desse conceito. Tal resgate é necessário não apenas para demonstrar as origens, fases e evoluções dos estudos que envolvem o *agenda-setting*, mas também para evidenciar a importância deste campo nos estudos dos efeitos dos meios de comunicação modernos.

A origem do termo remonta a 1972, ano de publicação do seminal estudo “A Função do Agendamento dos Media” no periódico *Public Opinion Quarterly*, de Maxwell McCombs e Donald Shaw. Na obra, os estudiosos conceituaram, pela primeira vez, a célebre definição do *agenda-setting*, conceito que determina que:

Ao selecionarem e divulgarem as notícias, os editores, os profissionais da redação e os meios de difusão desempenham um papel importante na configuração da realidade política. Os leitores não só ficam a conhecer um determinado assunto, como também ficam a saber qual a importância a atribuir a esse mesmo assunto, a partir da quantidade informação veiculada na notícia e da posição por ela ocupada (McCombs & Shaw, 2000, p. 47)

No estudo, realizado em Chapel Hill, na Carolina do Norte, Estados Unidos, McCombs e Shaw buscaram demonstrar a hipótese inicial de que os meios de comunicação poderiam estabelecer a agenda da campanha política durante as eleições de 1968, influenciando, assim, os comportamentos e julgamentos do público em relação aos candidatos. Para isso, os pesquisadores compararam as questões-chave da campanha com o conteúdo dos meios de comunicação utilizados pelos eleitores como fonte sobre os concorrentes ao cargo. Dessa forma, foram realizadas 100 entrevistas entre os meses de setembro e outubro daquele ano, sendo entrevistados somente os eleitores que ainda não estavam vinculados a nenhum candidato, ou seja, que ainda mostravam-se indecisos sobre o pleito. A solicitação feita a cada entrevistado era simples e direta: ordenar as questões que considerava mais importante naquele momento.

Além da realização das entrevistas, o estudo também teve como parte fundamental uma análise do conteúdo noticioso dos veículos de comunicação que cobriam a região abrangida, considerando para tal tanto jornais diários, como revistas semanais e noticiários

³⁶ Este trabalho usará os termos *agenda-setting* e agendamento para tratar do mesmo conceito

da noite das emissoras NBC e CBS. Assim, as respostas dos entrevistados e o conteúdo noticioso foram categorizados.

Entrar nos pormenores sobre os achados da pesquisa conduzida em Chapel Hill – tais como os resultados de todas as correlações obtidas entre o destaque dados pelos eleitores e as questões de cobertura dos veículos de comunicação analisados – não é necessário neste momento, apesar de tanto os dados obtidos como a metodologia utilizada pelos investigadores serem de extrema importância para os estudos do agenda-setting, norteando praticamente todas pesquisas do gênero que se seguiriam a esta. Essencial, por ora, é destacar como a análise conduzida por McCombs e Shaw trouxe evidências reais (e até então, inéditas) de que os eleitores têm a tendência de partilhar com os meios noticiosos a definição do que é importante no debate público. É relevante ressaltar, no entanto, que os investigadores deixam claro que o estudo não prova de maneira indubitável a existência da função do agendamento, mas indica que tal hipótese seria mais plausível do que qualquer alternativa considerada. Os autores também rechaçam a possibilidade de que os altos índices de correlação entre o que é considerado como o tema mais importante para os meios de comunicação noticiosos e para o público seria resultado de uma simples conjugação das mensagens dos media com os interesses do público. “Contudo, uma vez que numerosos estudos indicam uma divergência acentuada entre os valores-notícia para os jornalistas e os respectivos públicos, seria de facto excepcional encontrar um ajuste perfeito neste caso particular” (McCombs & Shaw, 2000, p. 58).

Até a publicação da pesquisa realizada em Chapel Hill, os estudos em *Communication Research* apontavam para a existência de efeitos mais limitados por parte dos meios de comunicação, com reduzidos poderes de influência (Traquina, 2000). Não é correto supor, entretanto, que inexistiam estudos relacionando o comportamento eleitoral e as mensagens dos meios de comunicação. Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, em “The People’s Choice” (1948), por exemplo, avaliaram mensalmente os comportamentos e as opiniões de 600 eleitores de Erie County, Ohio, entre os meses de maio e novembro de 1940 – 28 anos, portanto, antes de McCombs e Shaw desenvolverem a pesquisa na Carolina do Norte. No estudo, entrevistados foram separados em dois grupos, de acordo com suas respostas a cada novo inquérito, realizado mês a mês: de um lado, foram colocadas as pessoas que não mudaram de opinião acerca de suas preferências para as eleições presidenciais daquele ano; do outro, foram deixados todos aqueles que não mantiveram uma posição durante os sete meses de pesquisa – e nesta categoria entraram tanto os que alteraram sua preferência

partidária (de democrata para republicana ou vice-versa), quanto os que não conseguiram escolher uma opção até o fim da campanha, e ainda aqueles que diziam ter uma intenção de voto definida e imutável, mas que no dia do pleito não compareceram para votar.

O foco do estudo recaiu justamente sobre este último grupo, uma vez que os investigadores estavam interessados em entender e avaliar os motivos que levavam os eleitores a mudarem suas intenções de voto. Neste contexto, os pesquisadores analisaram fatores como características pessoais dos votantes, seus contatos com outras pessoas e suas exposições à rádio e aos jornais para determinar o que poderia levar a tais alterações de opinião. Ainda em relação ao grupo de eleitores que apresentaram mudança de posicionamento, os pesquisadores elencaram três questões principais que podem ser levantadas:

- Que tipo de pessoa é propensa à mudança?
- Sob que influência essas mudanças ocorrem?
- Em que direções as mudanças acontecem?

Para os estudos relativos ao campo da comunicação, é válido considerar a segunda pergunta como a mais valiosa, uma vez que os media, como os estudos sobre agendamento viriam a demonstrar, são frequentemente (e, em boa parte dos casos, injustamente) “acusados” de manipular a informação para beneficiar um determinado político ou prejudicar outro. Não foi exatamente o caso do estudo conduzido em Erie County. As conclusões indicaram que a interação “*face-to-face*” foram as mais relevantes influências para estimular uma alteração na opinião. Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948, p. 150), apontam duas razões para este fenômeno: em primeiro lugar, pelo fato de as relações pessoais terem uma “maior cobertura” em relação aos meios de comunicação formais; e, em segundo, por terem “vantagens psicológicas” na comparação com os media. Os estudiosos salientam que três quartos dos eleitores que em determinado momento afirmaram que não iriam votar e eventualmente foram convencidos a fazê-lo mencionaram a influência pessoal como razão para tal. Sobre essas conclusões, Martino (2018) destaca que:

A opinião política, em particular, não é construída a partir de uma influência singular e vertical da mídia, mas, antes, é formada nas conversas particulares, nas rodas de interação informal de reuniões de família, bares, escritórios e locais de

trabalho. As menções à família, vizinhos e conhecidos como fontes das informações para as pessoas que mudaram de opinião ao longo da pesquisa superavam as referências a mídia, e colocavam as relações interpessoais como o elemento decisivo na escolha de um candidato (p. 6)

Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948) também inauguram a noção do fluxo em duas etapas (*two-step flow*) ao dar destaque aos líderes de opinião, que segundo os estudiosos teriam o papel de mediadores entre os meios de comunicação e os setores menos ativos, em termos políticos, da sociedade. Ao analisar e caracterizar tal personagem, Martino (2018) traça um paralelo com a atualidade e sumariza com precisão o papel que estes líderes desempenhavam, ao compará-los com os “influenciadores digitais” de hoje. Embora os meios para exercer esta influência sejam substancialmente diferentes daqueles vistos em 1940, a comparação é precisa, uma vez que as funções exercidas por ambos têm características em comum. Tal exemplo demonstra – é válido frisar – que as correntes da *Communication Research* que indicavam a existência de efeitos limitados dos meios de comunicação ainda mantêm conceitos e ideias atualmente válidas, apesar de terem sido, de certa forma, “superadas” por estudos e teorias posteriores, mais robustas tanto conceitual quanto metodologicamente. Por fim, é relevante mencionar que tal corrente de forma alguma nega a existência dos efeitos dos meios de comunicação sobre o público, mas os posiciona em um quadro maior, ao lado de outros fatores. Como ressalta Wolf (1999, p. 46), tal abordagem “fala de influência e não apenas da que é exercida pelos mass media, mas da influência mais geral que ‘perpassa’ nas relações comunitárias e de que a influência das comunicações de massa é só uma componente, uma parte”.

Esta digressão teve como principal objetivo demonstrar, mesmo que de forma breve, a prevalência de estudos anteriores aos de McCombs e Shaw cujas conclusões foram consideravelmente distintas daquelas observadas na pesquisa feita em Chapel Hill. Isto não significa afirmar que o trabalho realizado em 1968 trouxe, ao campo dos estudos da comunicação de massa, ideias e conceitos totalmente inéditos. Pelo contrário: a existência de uma relação entre a agenda dos meios de comunicação e a agenda pública já havia sido alvo de hipótese por Walter Lippmann, em “Opinião Pública”, de 1922. Na obra, Lippman, ao abordar o “mundo exterior e as imagens em nossas mentes”, destaca que nós tratamos as notícias como uma “imagem verdadeira” de nosso ambiente e que a tratamos tal imagem “como se ela fosse o próprio ambiente”. Ainda que não tenha conceituado o agendamento,

Lippmann foi responsável por dar início aos estudos do que, décadas mais tarde, viria a ser definido como *agenda-setting* (Traquina, 2000).

Apesar da mencionada importância das conjecturas de Lippmann em inspirar os primeiros estudos a respeito do poder de agendamento dos meios de comunicação, seria adequado classificar as ideias expostas em “A Opinião Pública” como um trabalho mais teórico e reflexivo, sem o rigor técnico e metodológico visto, por exemplo, nos estudos conduzidos por McCombs e Shaw, marcados pela aplicação de questionários, entrevistas e uma exaustiva análise dos dados. Outro ponto de vital importância na construção dessa “árvore genealógica” da teoria dos estudos sobre o agenda-setting pode ser verificado em Cohen (1993), que assinalou que a imprensa “pode não ser bem-sucedida, na maior parte do tempo, em dizer às pessoas como pensar, mas é incrivelmente eficaz em dizer às pessoas sobre o que pensar”. Assim, o autor argumenta que o “mundo pareceria diferente a pessoas diferentes dependendo não apenas de seus interesses pessoais, mas também do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores dos jornais que eles leem” (p. 13). Lang e Lang (1966) também são apontados como pioneiros em relação aos estudos relacionando os meios de comunicação noticiosos e a comportamento eleitoral nos Estados Unidos. Ao confrontarem os poderes exercidos pelos líderes de opinião – retomando, assim, a ideia desenvolvida por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet sobre interações face a face entre cidadãos e o comportamento eleitoral – e os meios de comunicação, os autores ressaltam que cada um destes elementos opera de formas distintas. De fato, a influência pessoal pode desempenhar um peso maior no comportamento de qualquer indivíduo e seus posicionamentos eleitorais. Mas, de forma geral, sob o ponto de vista da sociedade, seria a influência dos meios de comunicação a mais poderosa.

Ao filtrar, estruturar e trazer à tona certas atividades públicas, o conteúdo midiático não está restrito a transmitir o que os porta-vozes dos partidos proclamam e o que os candidatos dizem. Todas as notícias que dizem respeito à atividade e crenças políticas – e não apenas discursos e propagandas de campanha – são de alguma forma relevantes para o voto (Lang e Lang, 1966, p. 462)³⁷

3.1. EVOLUÇÃO DO ESTUDOS SOBRE O AGENDA-SETTING

³⁷ Tradução nossa. Doravante, toda citação de obra em língua estrangeira será traduzida para o português, de maneira a facilitar a compreensão e permitir uma maior fluidez ao texto

Feito este breve resgate acerca dos autores mais frequentemente considerados pela literatura em comunicação como os precursores da hipótese do agendamento, o presente trabalho destacará, a partir de agora, as evoluções no campo dos estudos de agenda-setting pós-1972. Somente um ano depois da publicação que definiu o conceito de agenda-setting, Funkhouser (1973), com seu *The Issues of the Sixties: an Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion*, traçou um paralelo entre os principais assuntos noticiados em cada ano entre 1960 e 1970 por três revistas semanais norte-americanas (*Time*, *Newsweek*, and *U.S. News*) e as pesquisas de opinião pública realizadas pela *Gallup Organization* sobre os problemas mais importantes que os Estados Unidos enfrentavam. Assim, o estudioso pretendia demonstrar a existência de uma correlação entre os temas assinalados pelo público e a cobertura noticiosa. Apesar de ressaltar que as revistas de notícias não eram consideradas as principais fontes de informação para a maior parte do público estadunidense, o autor justifica sua escolha destacando ser provável que esse meio de comunicação refletisse o conteúdo nacional dos meios noticiosos mais proeminentes – nomeadamente, os jornais e a televisão (Funkhouser, 1973).

No estudo, Funkhouser levanta um importante questionamento sobre a própria natureza das pesquisas de opinião, ao supor que as respostas dadas pelos entrevistados sobre os temas mais importantes para o público podem variar substancialmente de acordo com a forma com a qual tal pergunta é colocada. Se, por exemplo, os inquéritos da *Gallup Organization* apresentassem a pergunta de maneira a saber os problemas que mais incomodavam os *entrevistados* (em vez da clássica abordagem “o que você acredita ser o maior problema enfrentado pelos *Estados Unidos*?”), as respostas dadas poderiam ser completamente diferentes. Como destaca o autor, a maioria das pessoas não era, naquele contexto, afetadas pela Guerra do Vietnã, por protestos em *campi* universitários ou mesmo pela pobreza. Mas os norte-americanos indicariam, segundo o autor, tais problemas como os mais relevantes para o país justamente por seguirem as pistas que os meios de comunicação lhes davam, uma vez que os media seriam a única maneira de as pessoas estimarem as questões mais essenciais para toda a nação. Dessa forma, a correspondência diagnosticada pelo estudo entre o conteúdo dos meios noticiosos e os inquéritos de opinião pública poderia “nada mais ser do que o público regurgitando de volta ao pesquisador o que está atualmente no noticiário, com pouca ou nenhuma relação com o que o próprio entrevistado considera importante” (Funkhouser, 1973, p. 69).

Dessa forma, o estudo demonstra, com base na análise de uma série de dados coletados durante o período de recolha, que a forma como a pergunta de opinião pública é formulada pode gerar interferências no resultado dos temas mais salientes na agenda pública, fato que poderia apresentar um obstáculo metodológico aos estudos sobre o poder de influência dos meios de comunicação. Funkhouser salienta que, quando a pergunta “a quais três destes problemas mencionados (*entre vários assuntos*)³⁸ você gostaria de ver o governo dedicar a maior parte de sua atenção nos próximos um ou dois anos” foi colocada durante os anos de 1965 e 1970, a ordem dos temas mais salientes para os norte-americanos foi substancialmente diferente daquela verificada com a pergunta padrão sobre o “problema mais importante para a nação”. Um exemplo do nível de discrepância potencial entre resultados pode ser visto na análise das respostas sobre o tema da redução da poluição. Quando se pedia para o entrevistado citar três problemas aos quais o governo deveria dedicar sua atenção, o tema foi mencionado por 53% dos entrevistados em 1970. Já quando o questionário era feito na forma do “problema mais importante”, somente 6% das pessoas referiram a temática da poluição.

Para além de discutir eventuais distorções geradas pelas diferentes metodologias utilizadas nas pesquisas de opinião pública nos EUA, Funkhouser também avaliou, em seu estudo, a correlação entre o conteúdo noticioso das revistas analisadas e a própria realidade. Para isso, o estudioso comparou o número de artigos publicados sobre determinado assunto em um certo ano com os fatos relacionados àquele assunto. Por exemplo: a mídia deu maior atenção à Guerra do Vietnã em 1966, dois anos antes de o conflito atingir seu ápice. De maneira similar, o pesquisador observou descompassos nessa dicotomia *cobertura vs realidade* em temas como protestos urbanos e manifestações estudantis, além de “pouca ou nenhuma relação” nos casos de assuntos como pobreza, crime e poluição, entre outros. Paradoxalmente, a cobertura noticiosa chegou inclusive a ser intensificada mesmo quando um certo problema apresentava avanços reais; ou, em um sentido inverso, reduzida, apesar de o tema ter ficado mais grave. Retrato disso, como salienta o estudioso, é o tema “crime e ilegalidade”, cuja cobertura noticiosa apresentou uma queda percentual de 37% entre 1965 e 1970, apesar de a taxa de criminalidade nos EUA ter crescido 81% durante o período.

Ou seja, em diversos assuntos, foi possível observar que a cobertura noticiosa parecia seguir padrões próprios, muitas vezes em um certo desacordo com a própria realidade. Assim, Funkhouser foi um dos primeiros estudiosos a dar destaque à construção da agenda

³⁸ Grifo nosso

dos meios de comunicação, conceito conhecido como *agenda-building* (ou, em alguns casos, *media agenda-setting*), que ainda será aprofundado neste trabalho. Nesse sentido, o autor identificou a existência de dois padrões de atenção por parte da mídia. No primeiro, a cobertura dos meios de comunicação recairia sobre assuntos baseados em eventos “dignos de nota”³⁹, tais como guerra, protestos urbanos e crime, ou seja, assuntos mais quentes – para utilizar um jargão do jornalismo brasileiro – cujos fluxos reais de eventos apresentavam novidades frequentes capazes de engajar o interesse do público. O segundo padrão diria respeito à cobertura de eventos “não dignos de nota”, comparados ao autor a “notícias artificiais” (p. 73), que poderiam ser classificadas de duas formas: a) os resumos de eventos, nos quais assuntos “não dignos de nota” seriam tratados como se os fossem; e b) os “pseudo eventos”, que seriam atos encenados com o propósito de serem reportados no noticiário, como por exemplo o Dia da Terra.

Em linhas gerais, o estudo de Funkhouser teve como objetivo central investigar duas relações: a) a estabelecida entre a cobertura noticiosa da mídia e a opinião pública; e b) a existente entre a cobertura noticiosa da mídia e a própria realidade. Diante de dados colhidos e analisados durante uma década inteira, o pesquisador conclui que “conexões convincentes surgiram no caso da primeira relação” e que ao menos “algumas questões foram levantadas” em relação à segunda (p. 74). As conclusões, apesar de não comprovarem definitivamente a capacidade de influência dos meios de comunicação, revelam que o público deveria repensar sua crença nos meios de comunicação como fontes fidedignas de informação.

A confiança nos meios de comunicação noticiosos (e em pesquisas superficiais de opinião pública) pode induzir em erro qualquer um que quiser saber o que está a acontecer no mundo e de que forma o público realmente se sente sobre isso (Funkhouser, 1973, p. 75)

Um ano após a publicação do estudo de Funkhouser, um campo fértil às pesquisas sobre a hipótese do agendamento abriu-se aos olhos dos estudiosos do campo comunicacional com um dos mais emblemáticos e polêmicos eventos políticos da década de 1970: o Caso Watergate. Marcado pela invasão aos escritórios do Partido Democrata dos EUA, em Washington, o episódio que levou à renúncia do então presidente Richard Nixon suscitou uma série de estudos sobre a capacidade de influência dos media na agenda

³⁹ Tradução nossa. Funkhouser (1973) utiliza os termos *newsworthy* e *non-newsworthy*

pública. O caso é extremamente relevante para os estudos sobre agendamento especialmente pela brusca mudança observada na percepção pública acerca do evento. Em um primeiro momento, o episódio não gerou impactos significativos nas eleições presidenciais de 1972; poucos meses depois, no entanto, Watergate tornou-se um escândalo de enormes proporções, cujos desdobramentos acabaram por desempenhar um papel central na decisão de Nixon de renunciar ao poder. Vários estudiosos debruçaram-se sobre o tema, entre os quais podemos citar os trabalhos de Edelstein e Tefft (1974), Weaver, McCombs e Spellman (2000) e Lang e Lang (1981), apenas para mencionar alguns dos exemplos mais notórios.

No caso do estudo de Edelstein e Tefft, um dos objetivos centrais foi verificar o grau de confiança do público nas diferentes fontes de informação disponíveis sobre o escândalo de Watergate, além de analisar os níveis de credibilidade do público em relação aos atores políticos envolvidos no caso, aos próprios eventos transcorridos e também à mídia. De maneira geral, os autores alertam que o público precisa “estar mais preocupado com a capacidade dos usuários dos meios de comunicação de acreditar e desacreditar e a natureza dos eventos que criam essas crenças e descrenças” (p. 437). Já os dados analisados por Lang e Lang (1981) mostraram que o caso recebeu cobertura suficiente para fazer parte da agenda pública, refutando, assim, a teoria de que o escândalo poderia ter sido de alguma forma negligenciado pelos veículos de imprensa. Os autores observaram que tanto os grandes jornais impressos dos EUA, como o New York Times e o Los Angeles Times, quanto as emissoras televisivas dedicaram considerável atenção ao episódio. Exceções a esse padrão foram vistas em casos mais específicos de jornais locais e regionais, que destinaram menos espaço ao escândalo em suas páginas, e veículos que apoiavam a campanha de Nixon que, por motivos óbvios, acabaram por dar menor destaque ao tema.

Essa ênfase dada pelo noticiário ao caso Watergate, apontam os autores, teve seus reflexos na opinião pública. Dados coletados por diferentes institutos de pesquisa dos EUA mostraram que o tema fazia parte da agenda dos cidadãos. Mesmo assim, o episódio não teve impactos consideráveis na imagem de Nixon como presidente dos EUA e, conseqüentemente, nas eleições daquele ano. Uma pesquisa citada pelos estudiosos e conduzida pelo Centro de Estudos Políticos da Universidade de Michigan mostrou que menos de um por cento dos entrevistados mencionaram o tema ao serem perguntados sobre o que gostavam ou desgostavam sobre os candidatos. Em outro levantamento com conclusões similares, os cidadãos foram questionados sobre a possibilidade de ficarem

menos propensos a votar no presidente caso as acusações fossem provadas verdadeiras. Mais de dois terços dos entrevistados responderam que, mesmo que o envolvimento de Nixon fosse constatado, isto não impactaria sua decisão de voto.

Ao avaliar esses dados, Lang e Lang classificaram o caso Watergate como um assunto de limiar elevado, ou seja, que não tem efeitos diretos na vida dos eleitores e cujas implicações são de difícil compreensão para o público – ao contrário, por exemplo, de temas que repercutem de forma mais clara no cotidiano das pessoas, como desemprego e criminalidade. Os pesquisadores também argumentam que o diminuto impacto de Watergate pode ser compreendido pelo fato de ter sido desvendado em período eleitoral, tendo, desta forma, de competir pela atenção do público com diversas outras controvérsias políticas, além de ter transcorrido durante a Guerra do Vietnã, que ainda era considerada uma questão mais importante e politicamente relevante para a maior parte do público norte-americano (Lang e Lang, 1981, p. 457). Outros fatores cogitados como relevantes nesse processo foram a própria estratégia de campanha de Nixon de manter-se o mais afastado possível do escândalo; a perda de credibilidade do adversário de Nixon, o democrata George McGovern, durante a campanha; e a incredulidade do público em associar o nome do presidente a um episódio dessa natureza.

Meio ano após as eleições, no entanto, Watergate passou a ser citado pelos estadunidenses como um dos principais problemas enfrentados pelos Estados Unidos, ou seja, o episódio passou a fazer parte da agenda pública dos norte-americanos. Como isso ocorreu? Para Lang e Lang (1981), uma combinação de fatores permitiu essa alteração. Um deles é o que os autores chamaram de “cobertura de saturação” (*saturation coverage*), avaliada segundo dois critérios: a colocação proeminente” (*prominent placement*) – como uma matéria de capa de jornal ou uma reportagem televisiva com mais de um minuto de duração; e a continuidade, observada quando isso ocorre de forma consecutiva ao longo de vários dias.

Outro elemento importante foi o desenrolar dos próprios fatos. Se antes o conteúdo jornalístico sobre o episódio era resultado do árduo trabalho investigativo realizado pela imprensa, agora os acontecimentos relacionados a Watergate eram desencadeados sem a participação ativa da mídia. Nesse sentido, o julgamento dos réus do caso, em março de 1974, foi o que reavivou o interesse pela cobertura. Além disso, após a realização das eleições, as acusações não eram mais vistas sob a ótica de uma disputa de narrativas entre democratas e republicanos. Estes e outros fatores, conjugados, acabaram por levar o público

a acreditar que os fatos relatados poderiam ser, efetivamente, plausíveis. Assim, o tema acabou por fazer parte da agenda pública de uma forma muito mais intensa do que a verificada durante o período eleitoral, poucos meses antes.

Como destacado anteriormente, o caso Watergate foi um objeto de estudo frequente na literatura em comunicação na década de 1970. Em uma das mais relevantes investigações conduzidas sobre o tema, Weaver, McCombs e Spellman (2000) buscaram compreender três aspectos centrais: a) o papel dos media na alteração da opinião pública sobre o caso Watergate; b) o que teve maior efeito nesta mudança de comportamento: a comunicação de massas ou a discussão interpessoal; e c) as causas para que algumas pessoas apresentassem uma maior exposição do que outras às mensagens dos meios de comunicação. Os dois primeiros tópicos já haviam sido analisados, com variadas metodologias e objetos de estudo, por diversos estudiosos nestes primeiros anos das pesquisas sobre agendamento. O terceiro ponto, entretanto, apresentava uma ideia até então pouco explorada: a da necessidade de orientação (*need for orientation*), trazida do campo psicológico para explicar por que as notícias estimulam a atenção dos indivíduos de forma distinta. Este conceito marcou a segunda fase dos estudos de agendamento (McCombs e Shaw, 2000), que será abordada a partir de agora.

3.2. NECESSIDADE DE ORIENTAÇÃO E CONDIÇÕES CONTINGENTES (SEGUNDA FASE DO AGENDA-SETTING)

Responsável pela conceituação da hipótese do agendamento, McCombs já havia citado a necessidade de orientação em 1967, em um artigo sobre a influência dos media no comportamento dos eleitores. Neste primeiro momento, contudo, o estudioso apenas mencionou superficialmente a ideia da necessidade de orientação, sem realizar qualquer tipo de análise aprofundada sobre o assunto. Isso só ocorreria seis anos mais tarde, quando McCombs e Weaver (1973) estudaram a relação entre a necessidade de orientação e o uso dos meios de comunicação pelos eleitores.

Do que se trata, afinal, esse conceito, e como ele impacta os estudos sobre o agendamento? Para responder a essas perguntas, é essencial saber as duas condições que antecedem a necessidade de orientação: a relevância e a incerteza (McCombs e Weaver, 1973). Para ilustrar como elas operam, podemos dividir os indivíduos em três grupos (Weaver, McCombs & Spellman, 2000, p. 67):

- Grupo I: relevância elevada, incerteza elevada – elevada necessidade de orientação
- Grupo II: relevância elevada, incerteza reduzida – moderada necessidade de orientação
- Grupo III: relevância reduzida – reduzida necessidade de orientação

Dessa forma, se um assunto é irrelevante para o público, não haverá, por parte das pessoas, interesse ou necessidade de ser orientado, uma vez que o impacto em suas vidas será desprezível. Já quando o assunto é relevante, mas não há incerteza, a necessidade de orientação será apenas moderada. O maior nível de necessidade de orientação sempre será observado nos casos dos assuntos em que tanto a relevância quanto a incerteza são elevadas. Utilizando o objeto de estudo da presente pesquisa como exemplo, podemos citar a pandemia da Covid-19 como um assunto de acentuada necessidade de orientação, especialmente nos meses iniciais de contágio, nos quais as informações sobre o vírus ainda eram escassas (incerteza elevada) e ainda não havia vacinas para imunizar a população mundial (relevância elevada). Evidentemente, essas condições variam de pessoa para pessoa, de acordo com suas experiências e necessidades. Ou seja: um assunto relevante para um indivíduo A pode ser totalmente desinteressante para um indivíduo B. É justamente por isso que as notícias impactam a opinião pública de forma distinta.

A investigação de McCombs e Weaver (1973) sobre o tema testou duas hipóteses:

- 1) a de que as pessoas do Grupo I (elevada necessidade de orientação) usariam mais frequentemente os jornais e a televisão como fonte de informação política do que os indivíduos do Grupo II (moderada necessidade de orientação), e as pessoas do Grupo II, por sua vez, utilizariam mais do que as do Grupo III (reduzida necessidade de orientação)
- 2) a de que a agenda dos assuntos da política nacional entre os indivíduos do Grupo I estaria mais próxima da agenda fornecida pelos jornais e pela TV do que a agenda das pessoas do Grupo II, e a agenda das pessoas do Grupo II, por sua vez, estaria mais próxima da dos jornais e TV do que a dos indivíduos do Grupo III

Para aferir a validade de tais suposições, foram entrevistados moradores das cidades de Durham e Charlotte, nos EUA. Os resultados obtidos revelaram que a primeira hipótese se mostrou válida na maior parte das comparações realizadas. De maneira similar, os dados mostraram que a segunda hipótese também se sustentava, uma vez que a força da correlação entre a agenda dos entrevistados e a do jornal local dominante foi maior entre os indivíduos com elevada necessidade de orientação.

Resultados semelhantes obtiveram Weaver, McCombs, e Spellman (2000) em sua investigação sobre Watergate. Os dados corroboram a hipótese de que o nível de necessidade de orientação política está relacionado positivamente ao uso dos meios de comunicação noticiosos com o fim de obter informação política. Como observam os investigadores, “há correlações significativas entre a necessidade de orientação em assuntos políticos e a utilização dos media para informação política, mesmo quando é feito o controlo estatístico da filiação partidária e da escolha presidencial do entrevistado” (Weaver, McCombs & Spellman, 2000, p. 70). Observações semelhantes sobre a necessidade de orientação foram feitas por Leff, Protesse e Brooks (2000), que destacam que “quanto menor for a informação e a sensibilidade de um público relativamente a um tema antes da sua abordagem por parte dos media, maiores serão as probabilidades de as pessoas serem influenciadas pelas peças jornalísticas subsequentes” (p. 92-93, 2000).

Os experimentos que testaram a validade da ideia da necessidade de orientação não ficaram restritos à década da 1970 ou 1980. Desde então, vários outros estudos foram conduzidos em cenários distintos e com uso de diferentes modelos. A maioria deles apresentou conclusões que sustentam a noção de que a necessidade de orientação prediz tanto a frequência de uso dos media noticiosos como fonte de informação política quanto a ocorrência do *agenda-setting* (McCombs, Shaw & Weaver, 2014). Em uma espécie de retrospectiva sobre os estudos na área, estes três autores destacaram diversos estudos que alcançaram resultados compatíveis com os observados no estudo original sobre a necessidade de orientação. Pesquisas como estas são de extrema relevância, não apenas por demonstrarem que os pressupostos iniciais de McCombs e Weaver (1973) seguem válidos em um contexto comunicacional mais moderno, mas também por testarem outras hipóteses sobre a necessidade de orientação, expandindo as ideias originalmente apresentadas.

A necessidade de orientação não é o único fator capaz de potencializar ou reduzir os efeitos de agendamento. Wanta e Alkazemi (2017) apresentam duas categorias de variáveis

nesse processo: as de ordem individual e as relativas às próprias mensagens, classificadas por eles como condições contingentes.

Os fatores de ordem individual dizem respeito as características de cada pessoa que podem alterar o impacto que os media exerce sobre eles. Um deles é o nível de educação formal. Estudos apontados pelos autores relacionam um elevado nível educacional dos indivíduos a uma maior exposição ao meios noticiosos, o que levaria, conseqüentemente, a maiores efeitos de agendamento. Outros aspectos, como idade, gênero e nível socioeconômico, preferências políticas, entre outros, também podem ser utilizados como variáveis de ordem individual.

Já as variáveis referentes às mensagem dizem respeito à natureza dos temas que são alvo de cobertura dos meios de comunicação. Os assuntos noticiados pelos media impactam as vidas das pessoas de formas distintas, dependentes do grau de envolvimento direto do público com o conteúdo em questão. De acordo com essa ideia, a capacidade de a mídia agendar a opinião pública sobre o preço da cesta básica, por exemplo (um tema que impacta diretamente a vida das pessoas) será diferente da influência em relação a uma guerra no exterior (o que, via de regra, em nada altera o cotidiano desses indivíduos). Zucker (1978) classifica essa variável segundo o grau de interferência (*obtrusiveness*) do assunto. “Quanto menos experiência direta as pessoas têm com determinada área temática, mais elas confiarão nos media noticiosos para informação e interpretação relativas a essa área” (Zucker, 1978, p. 227).

O mesmo autor cita a duração como a segunda variável nesse processo. Quando um certo assunto é introduzido ao noticiário, o público tem a tendência de formar sua posição nesse momento inicial, no qual a informação ainda é fresca. Se, por outro lado, um tema for alvo de cobertura por muito tempo, menores serão as chances de os media influenciarem a opinião pública, uma vez que o posicionamento já estará mais consolidado nas mentes das pessoas.

Por fim, devemos tratar das diferenças relativas aos próprios meios de comunicação. McClure e Patterson (1976) destacam que a exposição às notícias televisivas geraria efeitos de agendamento menores do que os verificados nos jornais. Por outro lado, Leff, Protess e Brooks (2000) apresentam resultados que apontam para a convicção “de que o impacto da televisão é maior do que o dos jornais quando o assunto é dramático e o acontecimento de curto prazo” (p. 92). Apesar da eventual confusão gerada por esses sinais invertidos, deve-se sempre levar em conta que cada meio de comunicação tem características próprias, com

particularidades relativas às suas mensagens que devem ser consideradas por qualquer pesquisador que se propuser a estudar o *agenda-setting*.

3.3. O SEGUNDO NÍVEL DO AGENDA-SETTING

Após a realização de pesquisas focadas na necessidade de orientação dos indivíduos, os estudos sobre o agendamento entraram em sua terceira fase a partir de 1976, durante as eleições norte-americanas (McCombs & Shaw, 2000). Ao longo de todo o ano eleitoral, Weaver, Graber, McCombs e Eyal (1981) analisaram o processo de transferência de saliência entre a agenda midiática e a agenda pública em três regiões dos Estados Unidos com características distintas: uma extensa região metropolitana; uma comunidade suburbana menor; e uma pequena cidade em sua primeira eleição primária presidencial. No trabalho, os pesquisadores alargaram a ideia das agendas para dois novos domínios: 1) a agenda das características dos candidatos informadas pelos meios de comunicação e absorvidas pelos eleitores; 2) a agenda das preocupações particulares, em que todos os elementos da política formam um item único, de relevância geralmente reduzida. O estudo representa um importante marco na *Communication Research* por introduzir a ideia do segundo-nível de agendamento, também conhecido como agendamento de atributos, conceituado por McCombs (2005, p. 546) da seguinte forma:

No nível da atenção, o domínio dos efeitos tradicionais do agendamento, as agendas são definidas abstratamente por um conjunto de objetos. Por sua vez, esses objetos têm atributos, uma variedade de características e traços que os descrevem. Quando a mídia fala sobre um objeto – e quando membros do público falam e pensam sobre um objeto – alguns atributos são enfatizados, outros são mencionados apenas de passagem. Para cada objeto da agenda, há uma agenda de atributos que influencia nossa compreensão do objeto

Dessa forma, a hipótese do agendamento de atributos teoriza que os meios de comunicação podem transferir para o público não apenas a saliência de um objeto, mas também as características desse objeto. Usando como exemplo o tema de estudo do presente trabalho, a cobertura sobre a atuação do governo de Jair Bolsonaro durante a pandemia tem, obviamente, o presidente da República como objeto central. Mas os veículos

de comunicação podem abordar o assunto de inúmeras formas, enfatizando certas ações, atitudes ou características do mandatário. Se os media focalizarem, por exemplo, que o atraso na compra de vacinas pelo governo federal foi determinante para o alto número de mortes por Covid-19 no Brasil, isso se tornará um atributo que, por sua vez, será transmitido ao público. Segundo a hipótese do agendamento de atributos, o tema da compra de vacinas poderá, então, se tornar determinante na forma como o público pensa sobre o governo Bolsonaro.

Os atributos apresentam duas dimensões ou aspectos: um componente cognitivo referente às informações sobre traços substantivos específicos ou características que descrevem o objeto; e um componente afetivo referente ao tom positivo, negativo ou neutro das descrições desses traços quando eles aparecem na agenda de notícias ou na agenda pública (Kim & McCombs, 2007). Ou seja, voltando ao exemplo de Bolsonaro, a atuação do governo em relação à compra de imunizantes pode ser classificada como um atributo substantivo; já o viés (componente afetivo) da cobertura pode variar, enfatizando, por exemplo, a demora para a aquisição de vacinas (tom negativo) ou a importação de milhões de novas doses por parte do governo (tom positivo). Como ressaltam McCombs e Shaw (2000, p. 132), “até o nome atribuído a um assunto pode influenciar o destaque de certos pontos de vista e a distribuição da opinião pública”.

Uma importante consideração sobre esse tema é a de que nem todos os atributos são percebidos da mesma forma. Como observou McCombs (2004), há diferenças inerentes entre eles. Alguns têm uma probabilidade maior de serem regularmente incluídos nas mensagens midiáticas; outros são mais propensos a serem notados e lembrados pelo público, independentemente de sua frequência de aparecimento ou domínio na mensagem. “Certas características de um objeto podem ressoar com o público de tal forma que se tornam argumentos especialmente convincentes para a relevância da questão, pessoa ou tópico em consideração” (p. 92).

De maneira geral, os testes à hipótese de que os meios de comunicação transferem a saliência dos atributos dos objetos para a opinião pública foram bem-sucedidos em demonstrar tal relação. Voltemos ao estudo de Weaver et al. (1981) sobre as eleições norte-americanas de 1976. Os resultados da investigação confirmaram o papel de destaque dos jornais impressos e da televisão em estabelecer a agenda de imagens (atributos) dos candidatos. Para os autores, não é exagero afirmar que os media detém o poder de criar ou

destruir candidatos à presidência, tendo a capacidade de não apenas determinar quem será indicado, mas também de decidir quem será eleito.

Os pressupostos também se mostraram válidos em um contexto eleitoral mais contemporâneo. Kim e McCombs (2007), por exemplo, relacionaram uma pesquisa de opinião sobre os candidatos do Texas para governador e senador em 2002 com uma análise de conteúdo de um jornal local de Austin. As correlações observadas indicaram que os atributos positiva ou negativamente cobertos pela mídia foram percebidos de forma similar pelo público e estão significativamente relacionados às opiniões sobre os candidatos políticos (p. 310).

Já Wanta, Golan e Lee (2004) examinaram a validade da teoria do agendamento não apenas para candidatos ou políticos, mas também nos casos em que a opinião do público sobre países era alvo de análise. Os dados obtidos pelos pesquisadores indicaram que, quanto maior a cobertura dos meios noticiosos sobre uma nação, mais entrevistados acreditavam que aquele país tinha vital importância para os Estados Unidos – o que demonstra a validade do primeiro nível de agendamento, relativo ao objeto. O trabalho também apontou que, quanto mais negativa fosse a cobertura acerca de um país, mais negativamente este país seria visto aos olhos do público estadunidense – informação que sustenta a hipótese do segundo nível de agendamento, de atributos.

Com este breve panorama, é possível perceber que a hipótese do agendamento de atributos mostrou-se válida em variados contextos e sob diferentes metodologias de análise. De maneira sintética, a ideia central do segundo nível do *agenda-setting* pode ser resumida da seguinte forma: “Se os efeitos do agendamento tradicional mostram a influência da mídia em nos dizer ‘o que pensar’, os efeitos do agendamento de atributos mostram a influência da mídia em nos dizer ‘como pensar sobre um objeto’” (Kim & McCombs, 2007, p. 300).

3.4. O AGENDA-BUILDING

Até o início da década de 1980, os estudos sobre o agendamento tinham como foco a questão da transferência de saliência, tanto de objetos quanto de seus atributos, dos meios de comunicação para o imaginário das pessoas. Deste modo, é apropriado afirmar que os pesquisadores tinham como objetivo central analisar e compreender os processos envolvidos na formação da opinião pública – um enfoque, portanto, nos receptores da mensagem. A partir de 1980, um outro paradigma foi apresentado, com o surgimento de

estudos que centravam-se na fonte da agenda dos meios de comunicação – ou seja, a atenção, agora, passa a recair sobre os emissores das mensagens noticiosas. Tal processo de construção da agenda dos media noticiosos foi definido como agenda-building.

Retornemos ao estudo de Lang e Lang (1981) sobre Watergate. No trabalho, os autores alertam que, até então, as pesquisas sobre o agendamento negligenciavam a questão de como os assuntos se originavam, sem que houvesse o reconhecimento do processo de construção das agendas ou da forma pela qual um objeto que recebeu atenção pública, por meio do noticiário, torna-se uma questão política (p. 448). Para contornar esse problema conceitual e responder a essas perguntas, os autores estruturaram o processo de construção da agenda em quatro etapas: 1) inicialmente, os media jogam luz sobre um fato, personagem, grupo, evento etc; 2) depois, o objeto desse foco é enquadrado; 3) em seguida, o objeto em questão é relacionado a símbolos secundários, de forma a se tornar parte do cenário político; 4) por fim, indivíduos que atuam como porta-vozes fazem articulações de maneira a comandar a atenção dos meios de comunicação. Dessa forma, os pesquisadores concluíram que os meios de comunicação desempenharam um papel decisivo, mas não foram os únicos agentes responsáveis pela mudança de rumo observada no caso Watergate. O desencadear dos próprios eventos e a atuação de agentes políticos também tiveram peso determinante nesse processo. Em resumo: “A construção da agenda é um processo coletivo com algum grau de reciprocidade” (Lang & Lang, 1981, p. 465).

Ao abordar a questão das fontes da agenda midiática, Rogers e Dearing (1996) observam que uma série de influências já foram alvo de investigação, tais como os marqueteiros, profissionais de relações públicas, fontes técnicas (como cientistas), além de outros meios de comunicação (p. 31). A respeito deste último elemento, os autores ilustram o caso do jornal *The New York Times*, geralmente utilizado como referência para outros veículos de comunicação norte-americanos definirem suas pautas. Uma das razões para a capacidade de influência do jornal, segundo os estudiosos, reside no fato de os jornalistas “operarem em um tipo especial de ambiente, sem muito contacto com os membros de sua audiência.” (p. 33). Por esse motivo, os jornalistas utilizariam as pistas deixadas por outros media para definir a prioridade dada a um determinado tema. É possível questionar a atual validade de uma suposta falta de interação entre os jornalistas e sua audiência, tendo em vista as possibilidades propiciadas pela internet e as redes sociais. Mas parece totalmente apropriado considerar que os grandes veículos de comunicação, ainda hoje, mantêm esse poder de agendamento da própria mídia, não apenas nos EUA, mas em todo o mundo. Tal

fato ajuda a explicar como diversos assuntos são tratados de forma uniforme, quase monotemática, pelos meios noticiosos, com pouco espaço para pluralidade de vozes e abordagens.

Wanta, Stephenson, Turk e McCombs (1989), por outro lado, analisaram a influência que o presidente dos Estados Unidos exerce na agenda dos media. A análise foi feita por meio da comparação dos temas apresentados em quatro Discursos sobre o Estado da União (relatório apresentado anualmente pelo presidente na presença do Congresso) com os assuntos cobertos pelos media noticiosos antes e depois dessas cerimônias. Os resultados indicaram conclusões contraditórias. Verificou-se tanto que o presidente influenciou a agenda subsequente da imprensa quanto o contrário, ou seja, que o conteúdo dos media é que agendou o discurso presidencial ao Congresso.

Os autores consideraram alguns fatores como possíveis causas para as discrepâncias observadas. Entre eles, foram mencionadas a personalidade do presidente e particularidades relacionadas aos contextos históricos em que cada discurso foi feito (como a existência de outras pautas relevantes competindo pela atenção dos media). Também foram encontradas disparidades relativas aos diferentes meios de comunicação, isto é, sentidos inversos de influência entre as emissoras de TV (que, em 1982, influenciaram a agenda de Reagan) e os jornais impressos (que, no mesmo ano, tiveram sua agenda influenciada pelo presidente). Segundo os investigadores, os achados “apontam para a necessidade de se estudar sistematicamente as possíveis variáveis que podem afetar o relacionamento entre o presidente e a imprensa, como a popularidade do mandatário ou circunstâncias históricas” (p. 541).

Kiousis et al (2006) depreendem que as atividades de relações públicas são as grandes responsáveis por influenciar a agenda dos media. Com base na literatura sobre o assunto, os autores avaliam que o impacto pode variar, indo de 25% até 80% do conteúdo noticioso (p. 267). O trabalho ainda encontra evidências que sustentam a hipótese de a saliência dos atributos dos *releases* dos profissionais de relações públicas ser transferida para a agenda dos media e do público. Em outras palavras, os autores propõe um alargamento do conceito, postulando a existência de um segundo nível também no processo de *agenda-building* (atributos), assim como já havia sido atestado para o *agenda-setting*.

3.5. QUINTA FASE DOS ESTUDOS SOBRE AGENDAMENTO

O primeiro nível do agendamento trata da capacidade de as mensagens dos meios de comunicação dizerem ao público sobre o que pensar; no segundo nível, a questão passa a ser como pensar sobre os assuntos. Durante décadas, pesquisas sobre a validade desses dois níveis de *agenda-setting* em variados contextos e com as mais diversas metodologias foram dominantes neste campo de estudo, com poucas novidades ou atualizações sobre o assunto. Isto mudou entre o final da década de 2000 e início da década de 2010, com a introdução da hipótese de um terceiro nível de agendamento: o agendamento em rede, ou *network agenda-setting* (Guo, Vu & McCombs, 2012).

Marca da quinta fase das pesquisas sobre o agenda-setting (Castro, 2014), esta nova abordagem teórica explora a ideia de que “os meios noticiosos podem realmente agrupar diferentes objetos e atributos e tornar esses pacotes de elementos salientes na mente do público simultaneamente” (Guo et al., 2012, p. 55). O conceito pode parecer confuso à primeira vista, mas os autores esclarecem a ideia com um exemplo simples, porém eficaz: se os meios de comunicação sempre noticiarem a Segunda Guerra do Iraque e os atentados de 11 de setembro juntos em suas reportagens, a audiência tenderá a associar esses dois eventos em suas mentes.

3.6. EVOLUÇÃO E DESMEMBRAMENTO DA HIPÓTESE DO AGENDAMENTO

Traçado o percurso histórico dos estudos sobre o agendamento – desde o surgimento da do termo, em 1972, com os trabalhos de McCombs e Shaw, até as pesquisas mais recentes acerca do agendamento em rede –, o presente estudo abordará, a partir de agora, ideias que surgiram como ramificações da hipótese original do agendamento, tais como o contra-agendamento, o *visual agenda-setting* e o *agendamelding*, além de conceitos correlatos como o *framing*, o *priming* e o *newsmaking*, também de extrema pertinência para a análise que o presente trabalho pretende realizar.

3.6.1. O CONTRA-AGENDAMENTO

A hipótese do contra agendamento trabalha com a ideia central de que a transferência de saliência não ocorre em um sentido único, no qual somente os meios de

comunicação influenciam o público, mas sim em uma via de dupla na qual a sociedade também tem a capacidade de agendar os media. Segundo os pressupostos do conceito, introduzidos por Silva (2007), setores organizados da sociedade civil têm a capacidade de articularem-se de maneira a obter espaço na mídia para a inclusão de suas reivindicações ou pautas. Dessa maneira, o contra-agendamento

compreende um conjunto de atuações, que passam, estrategicamente, pela publicação de conteúdos na mídia e depende, para seu êxito, da forma como o tema-objeto-de-advocacia foi tratado pela mídia, tanto em termos de espaço, quanto em termos de sentido produzido. Pode-se, então, afirmar que o contra-agendamento de um tema pode ser parte de uma mobilização social; parte de um Plano de Enfrentamento de um Problema, corporativo ou coletivo (Silva, 2007. p. 85)

Considerado o principal teórico dos estudos sobre agendamento, McCombs chegou a abordar as evidências de que a sociedade também pode influenciar os meios de comunicação noticiosos, ao analisar os dados de pesquisas realizadas em Louisville, EUA, entre 1974 e 1981 (Cervi & Barreta, 2014). Apesar de reconhecer a ocorrência desse sentido inverso de *agenda-setting*, o estudioso não desenvolveu o assunto em pesquisas futuras, motivo pelo qual a literatura sobre esse conceito ainda é relativamente recente, com poucos estudos sobre a validade de seus pressupostos.

De forma a preencher essa lacuna, Rossy (2007) analisou a inclusão das pautas de três Organizações Não Governamentais (ONGs) – nomeadamente, VIVA RIO, CONVIVE e SOU DA PAZ – voltadas à promoção da cultura da paz no Brasil, com destaque para o tema do desarmamento da população. Por meio de artifícios como a organização de eventos com apelo midiático, a divulgação de pesquisas sobre números de vítimas de armas de fogo no país e a publicação de livros e estudos sobre armas de fogo e violência, essas organizações se mostraram bem-sucedidas em realizar um trabalho de contra-agendamento, segundo a autora. Tal movimento acabou por ter impactos, inclusive, na agenda política, já que a pressão dessas ONGs levou o Congresso brasileiro a aprovar um decreto legislativo autorizando a realização de um referendo sobre o Estatuto do Desarmamento. Dessa forma, a sociedade teria a capacidade de influenciar não apenas a agenda dos media, mas também dos políticos.

A validade da hipótese de contra-agendamento também foi investigada por Cervi e Barretta (2014), que analisaram a relação entre as pesquisas de intenção de voto e a cobertura da Folha de S. Paulo durante as eleições presidenciais de 2006 e 2010. De acordo com os dados obtidos pelos estudiosos, os efeitos de contra-agendamento nesse contexto foram mais intensos que os de agendamento – isto é, verificou-se uma maior propensão de o jornal seguir as tendências das preferências eleitorais do que o inverso (p. 104). Apesar disso, há um certo grau de inconsistência nos resultados, que não permitem conclusões mais assertivas sobre os motivos para a ocorrência desse fenômeno.

Ainda é necessário um maior número de estudos sobre o contra-agendamento, além de um refinamento teórico-metodológico, para que a validade de suas hipóteses seja atestada, mas os primeiros passos já foram dados. Cabe aos pesquisadores da área avançarem nesse sentido nos próximos anos.

3.6.2. O VISUAL AGENDA-SETTING

Como o presente trabalho se propõe a avaliar, entre outras coisas, o conteúdo noticioso de dois telejornais brasileiros, é preciso levar em consideração a natureza visual desse meio não apenas no processo de construção das narrativas jornalísticas, mas também nos efeitos que esse tipo de mensagem pode exercer nos espectadores. O conceito do *visual agenda-setting* trata justamente disso. Para Wanta e Alkazemi (2017), esse componente imagético, via de regra, tem sido ignorado pelas pesquisas, que enfatizam quase que exclusivamente o conteúdo textual, seja ele escrito ou falado.

Entre as pesquisas que abordam essa ideia, podemos destacar o trabalho de Coleman e Wu (2010), que propõe a ideia de que as emoções e os sentimentos também devem ser explorados como partes do processo de *agenda-setting*. Para isso, foi testada a hipótese de que a comunicação não-verbal de George W. Bush e John Kerry apresentada pela mídia afeta a resposta emocional dos espectadores a esses candidatos. As conclusões indicam que o componente visual do noticiário televisivo está correlacionado às emoções negativas do público a respeito dos candidatos.

De forma similar, Coleman e Banning (2006) mostraram que a cobertura televisiva durante a eleição norte-americana de 2000 apresentava Al Gore de forma mais positiva do que George W. Bush quando os aspectos não-verbais eram levados em consideração. O

estudo ainda revela que as pessoas que assistiram ao noticiário tinham maiores chances de apresentar um posicionamento que refletisse a abordagem visual desses telejornais.

Ainda durante as primeiras fases dos estudos sobre o agendamento, McClure e Patterson (1976) já ressaltavam a importância do elemento visual no potencial impacto das notícias televisivas. Em uma pesquisa sobre as eleições norte-americanas de 1972, os autores destacam o fato de telespectadores revelarem a capacidade de descrever, com riqueza de detalhes, a aparência dos candidatos que apareciam na TV, muito embora não lembrassem de nada do que esses mesmos candidatos haviam falado (p. 26). Ao abordar as semelhanças e diferenças existentes entre as notícias de jornal e as notícias de televisão, Weaver (2016) ressalta que o noticiário televisivo

ênfatiza o espetáculo, o seu apoio ao simples observador onisciente, e o seu empenhamento na noção de uma descrição unificada e temática dos acontecimentos são fatores que fazem da televisão um mobilizador extraordinariamente poderoso da atenção do público e da opinião pública (p. 311)

Dessa maneira, é possível afirmar que, no caso da televisão, o enquadramento visual de determinados objetos ou assuntos também pode influenciar a percepção do público. Por isso, os estudos sobre os impactos dos meios noticiosos audiovisuais na audiência não podem mais ignorar ou subestimar a relevância desse componente.

3.6.3. A INTERCONEXÃO ENTRE AGENDAS

Como visto anteriormente, os estudos sobre o agendamento costumam tratar da relação entre as agendas dos meios de comunicação e do público. Existe, no entanto, um terceiro componente que, apesar de essencial, muitas vezes é deixado de lado nos estudos sobre o assunto: a agenda política. Já na década de 1980, Leff, Protess e Brooks (2000) criticavam a escassez dos estudos sobre a influência dos meios de comunicação nas agendas dos decisores políticos, motivo que os levou a estudar os efeitos do jornalismo de investigação sobre o campo político nos EUA.

Wanta e Alkazemi (2017, p. 4) definem como *policy agenda-setting* o processo de influência da agenda midiática e da opinião pública na tomada de decisão política. Os autores argumentam que esse grau de influência pode variar consideravelmente de acordo

com o nível de liberdade de imprensa verificado em um determinado país. Onde a imprensa é livre, a probabilidade de os media exercerem algum impacto nas políticas governamentais será grande. De maneira oposta, para as nações que exercem um intenso controle sobre os meios de comunicação, haverá uma reduzida influência da agenda dos meios de comunicação nas decisões dos agentes políticos.

Liedtke (2007) propõe a existência de um agendamento mútuo entre as forças políticas e os meios de comunicação. Por um lado, o governo pautaria os media, influenciando o conteúdo noticioso; por outro, os meios de comunicação exerceriam influência nas políticas governamentais. Nesse contexto, o estudioso aponta o oficialismo – isto é, a prevalência de fontes oficiais no noticiário – como um dos elementos mais marcantes dessa relação entre as agendas dos meios de comunicação e do universo político. Assim, os governantes utilizariam os media como uma espécie de mediadores entre eles e os eleitores. Já a imprensa se beneficiaria desse processo ao receber, diretamente da assessoria de imprensa de atores e organizações políticas, material que possa preencher seus espaços informativos. O principal problema desse tipo de relação reside no fato de os demais agentes sociais serem, frequentemente, aliçados desse processo. Há demasiado espaço para fontes oficiais privilegiadas, em detrimento de outros personagens ou instituições essenciais ao debate público, que não encontram as mesmas facilidades por não gozarem de tanto prestígio junto aos meios de comunicação.

As inter-relações existentes entre as dimensões midiática, pública e governamental no processo de agendamento também são um fator de destaque no trabalho de Cervi, Massuchin e Tavares (2012), ao sustentarem que “ao mesmo tempo em que a imprensa agenda o debate público, a própria agenda midiática é formada pelas interferências do público e dos políticos” (p. 238), no que os autores chamam de “processo circular”. Similarmente, Rogers, Dearing e Bregman (1993) veem limitações no modelo básico de estudo de agendamento, baseado, usualmente, na análise da relação entre o conteúdo dos meios de comunicação e as pesquisas de opinião pública. Por isso, eles propõem um paradigma de análise mais amplo e abrangente, no qual os três componentes (agendas do público, dos meios de comunicação e da política) são levados em consideração. A Figura 1 abaixo sintetiza esse processo de retroalimentação.

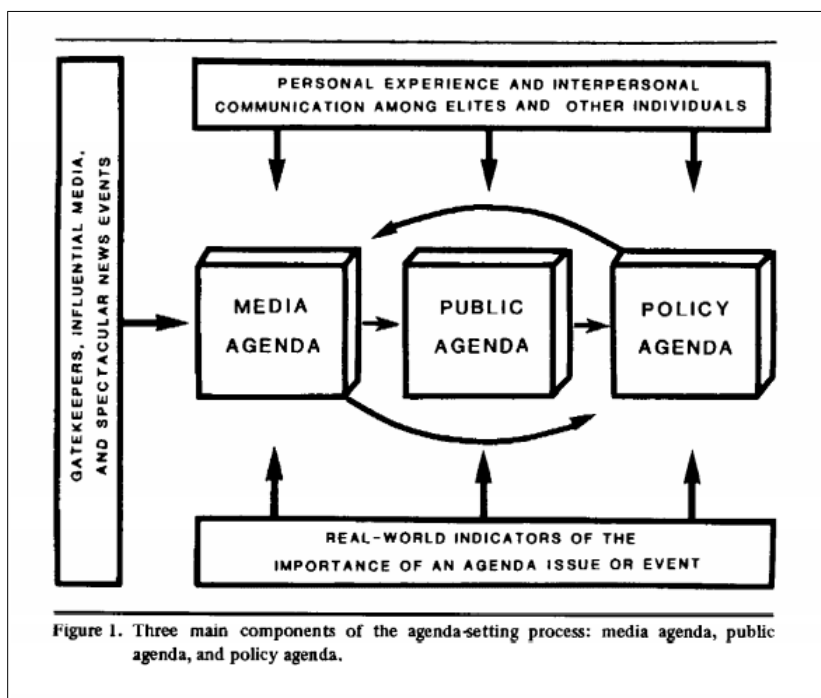


Figura 1 – Elementos do processo de agendamento (Fonte: Rogers e Dearing, 1988, p. 557)

Há, ainda, um tipo específico de cruzamento entre agendas que trata exclusivamente do fenômeno no qual a agenda de um determinado meio noticioso sofre influência de um outro media (Sweetser, Golan & Wanta, 2008). Denominado de agendamento intermédio (McCombs, 2000) – ou *intermedia agenda-setting*, em inglês –, este componente da hipótese do agendamento busca compreender as conexões existentes entre as agendas de diferentes meios, tais como a TV, jornais, agência de notícias etc. Nos últimos anos, um dos principais focos desse tipo pesquisa tem sido as inter-relações entre as agendas de propaganda política desenvolvida por órgãos de relações públicas e os meios de comunicação noticiosos, como a televisão.

A noção de que há uma interconexão e influência mútua entre agendas será uma importante referência para a abordagem de análise que este trabalho pretende realizar. A evolução das pesquisas leva à necessidade de se levar sempre em consideração todos os elementos no processo de *agenda-setting*. Não se pode mais discutir os impactos dos meios noticiosos sem levar em consideração que eles próprios são, também, passíveis de serem alvo de agendamento.

3.6.4. O AGENDAMELDING

Na esteira da mais nova etapa de estudos sobre o agendamento, McCombs et al. (2014) introduziram a noção do *agendamelding* (fusão de agendas, na tradução livre). A

formulação central do conceito sustenta a ideia de que os indivíduos “fundem agendas de várias fontes, incluindo outras pessoas, para criar imagens do mundo que se encaixem em nossas experiências e preferências” (p. 794). O mundo no qual McCombs conceituou a hipótese do agendamento, durante as eleições de 1968, já não é mais o mesmo. Na atualidade, existe uma variedade quase infindável de fontes informativas à disposição, e tamanha pluralidade de opções se reflete na maneira como o público encontra ou cria as comunidades pessoais nas quais escolhe viver (p. 782).

De maneira sintética, os autores dividem essas fontes em dois tipos: as que impactam as pessoas de forma vertical, como as emissoras de televisão, que falam para uma vasta comunidade, geralmente cobrindo e refletindo as instituições básicas de nossa sociedade; e, de outro lado, meios de comunicação como revistas e sites especializados, canais de TV a cabo e redes sociais, que operam horizontalmente, conectando as pessoas de acordo com interesses mais específicos e pessoais (p. 793 e 794).

McCombs et al. (2014, p. 795) definem três elementos do processo de *agendamelding*: 1) informação sobre a comunidade cívica; 2) informação sobre as comunidades pessoais; e 3) nossos interesses, experiência e crenças pessoais. A correlação entre esses fatores é demonstrada da seguinte forma na Figura 2:

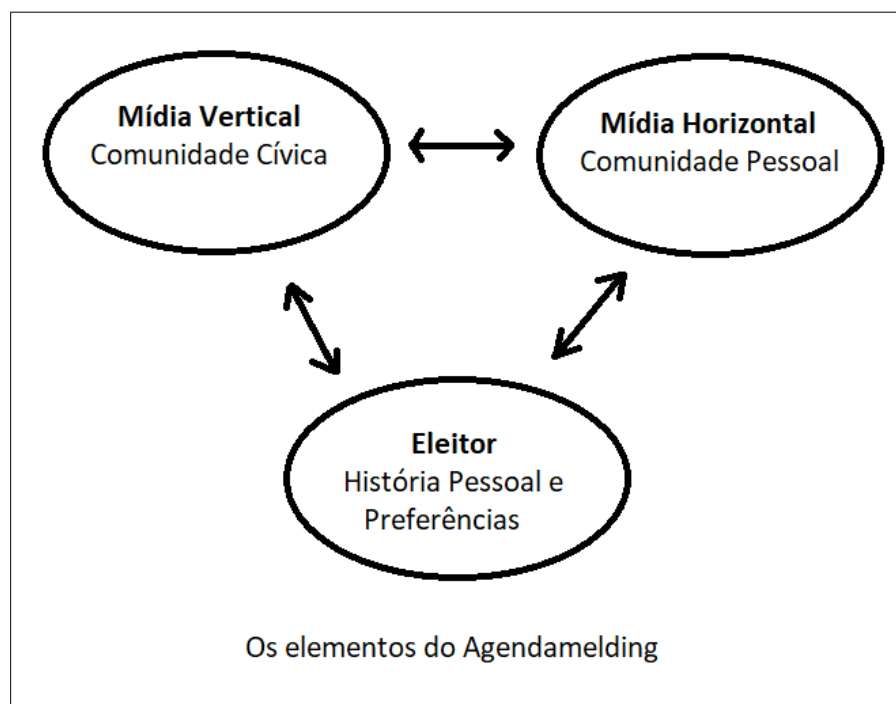


Figura 2 - Elementos do Agendamelding (Fonte: Adaptado de McCombs et al. 2014, p. 795)

Cada pessoa seleciona as notícias e mensagens para as quais dá atenção de uma forma muito particular, baseada em predisposições pessoais explicadas por fatores de

ordem psicológica. Nesse contexto, a já mencionada necessidade de orientação desempenha um papel central no processo de seleção de fontes noticiosas. Assim, o modelo proposto pelos autores relaciona uma elevada necessidade de orientação (altos índices de relevância e incerteza) a uma probabilidade maior de procurar informações nos media verticais; por outro lado, uma moderada necessidade de orientação levaria a uma maior atenção aos meios de comunicação horizontais. Obviamente, o público utiliza uma ou outra dessas dimensões não de forma excludente, mas combinada, sendo desejado um certo equilíbrio entre essas esferas. De que maneira o público funde essas fontes de informação deve ser o foco dos estudos futuros sobre o *agendamelding*.

3.6.5. O ENQUADRAMENTO NOTICIOSO (*FRAMING*)

Considerada uma extensão natural do agendamento, o conceito de *framing* (enquadramento) aborda a ideia de que certos atributos devem ser escolhidos pelos meios de comunicação ao apresentarem um determinado assunto ao público (Scheufele, 2000). Dessa forma, enquadrar um objeto significaria “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição de problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o item descrito” (Entman, 1993, p. 52).

Assim, ao escolher quais atributos de um determinado objeto devem ser enfatizados, os meios de comunicação teriam a capacidade de transferir ao público esses mesmos elementos. Em uma cobertura eleitoral, por exemplo, a forma como os media realçam algumas características de um candidato, enquanto omitem outras, pode orientar a interpretação do público sobre esses políticos, segundo os mesmos critérios utilizados pelos media.

Por tratar do conceito da transferência de saliência de atributos, o conceito de *framing* é frequentemente confundido com o segundo nível de *agenda-setting*. De fato, tratam-se de conceitos correlatos, mas há diferenças. A maior delas reside no fato de as pesquisas sobre o *framing* terem como foco os próprios enquadramentos feitos pela mídia, enquanto que os estudos sobre segundo nível de agendamento analisam o impacto desses enfoques na agenda do público (Wanta & Alkazemi, 2017). Além disso, os enquadramentos podem ser considerados os atributos dominantes, que definem o tema apresentado em um determinado conteúdo noticioso (McCombs, 2005; Wanta & Alkazemi, 2017). Ou seja, nem

todo atributo relacionado a um assunto será considerado como enquadramento. Para que isso ocorra, é necessário que esse atributo tenha uma posição central na representação feita pelos media.

Na visão de Gitlin (1980), os enquadramentos realizados pela mídia servem como forma de organização do mundo não somente para o público, mas também para os jornalistas, sendo “padrões consistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais manipuladores de símbolos rotineiramente organizam o discurso, tanto verbal como visual” (p. 7). Ou seja, o processo de enquadramento não deve ser encarado apenas sob a ótica da influência sobre a opinião pública, já que os enquadramentos são, também, integrantes de um processo comunicativo pelo qual os agentes sociais fazem sentido de suas próprias experiências (Pan & Kosicki, 2001, p. 60, como citados por Porto, 2004, p. 94). Além disso, eles são necessários por razões organizacionais da própria prática de produção de notícias, pois permitem aos jornalistas processar grandes quantidades de informação de forma rápida e rotineira (Gitlin, 1980, p. 7).

Gamson e Modigliani (1989, p. 3) elencam cinco dispositivos de enquadramento utilizados pelos meios de comunicação: metáforas, exemplos, bordões, descrições e imagens visuais. Segundo os autores, esses elementos seriam utilizados para sugerir ao público como pensar sobre um determinado assunto. Os autores alertam, contudo, que os enquadramentos não devem ser confundidos com eventuais posições a favor ou contra alguma determinada política, que podem ser observadas de forma muito mais explícita por meio de editoriais ou comentários, por exemplo. Os enquadramentos, por outro lado, seriam “quase totalmente implícitos”, aparecendo como “atributos naturais das ocorrências que o jornalista se limita a transmitir” (Traquina, 2000, p. 29).

Enquadrar um assunto, portanto, não pressupõe, necessariamente, a ocorrência de uma parcialidade intencional do jornalista, resultado de um posicionamento ideológico preestabelecido que tenha como objetivo manipular a opinião pública. Como salienta Hackett (2016), um determinado enquadramento pode representar o “resultado da absorção inconsciente de pressuposições acerca do mundo social no qual a notícia tem que ser embutida de modo a ser inteligível para o seu público pretendido” (p. 174). Dessa forma, o enquadramento proposto em uma reportagem pode ser encarado como um reflexo direto do contexto social no qual o jornalista está inserido.

Como dito anteriormente, os enquadramentos revelam-se não apenas por meio do destaque dado a certos atributos, mas também pela omissão. Essa característica é abordada por Porto (2004), ao citar pesquisas na área da Psicologia Cognitiva sobre como o comportamento das pessoas pode mudar de acordo com a forma que uma questão é abordada. No estudo, conduzido por Kahneman e Tversky (1984 e 1986, como citados por Porto, 2004. p. 78), foi pedido aos participantes que imaginassem que os Estados Unidos deveriam se preparar para uma doença que deveria matar 600 pessoas. Eles eram, então, apresentados a duas possibilidades de programas distintos como forma de resposta a esse cenário hipotético. Em um desses grupos, a primeira alternativa é um programa que salva 200 pessoas (de um total de 600); no segundo, o programa é apresentado indicando o total de mortos (400), e não mais de salvos. Apesar de se tratarem de opções idênticas, 72% das pessoas do primeiro grupo selecionaram o programa; já no segundo, somente 22% dos entrevistados fizeram tal escolha. Dessa forma, fica claro que a forma como a questão é enquadrada – ou seja, quais características são destacadas e são omitidas – afeta diretamente a resposta do público.

Um último ponto a ser destacado a respeito dos estudos sobre o enquadramento é a variedade de abordagens utilizadas pelos pesquisadores (Rossetto & Silva, 2012; Macêdo, 2018; Scheufele, 1999; Porto, 2004). Este último autor menciona a existência de um forte um “indeterminismo conceitual” como um dos principais problemas dessa área de investigação, motivo que o leva a propor alguns direcionamentos para as pesquisas futuras. O primeiro passo para superar esse tipo de obstáculo, segundo o estudioso, é fazer a distinção entre os conceitos de enquadramentos noticiosos – criados por jornalistas como forma de organizar relatos – e enquadramentos interpretativos – elaborados por atores políticos e sociais (Porto, 2004, p. 91-92).

Tal diferenciação é importante no presente estudo, que tem como um dos objetos de investigação o processo de *framing* dos veículos de imprensa, ou seja, o enquadramento do tipo noticioso. Apesar de ser, também, uma área de estudo extremamente relevante, o enquadramento interpretativo realizado por atores políticos, movimentos sociais, organizações civis etc não será alvo de análise. Assim, será estudada somente a ênfase dada a determinados atributos por parte dos media noticiosos.

3.6.6. O EFEITO PRIMING

O efeito *priming* é um conceito trazido da psicologia segundo o qual as notícias de TV, ao chamarem a atenção a algumas questões enquanto ignoram outras, influenciam os padrões com os quais governantes, presidentes, políticas e candidatos a cargos públicos são julgados pelo público (Iyengar & Kinder, 1987). Dessa forma, a hipótese sobre o *priming* é considerada como uma extensão dos estudos do efeito de agendamento. No final da década de 1980, os estudos de Iyengar e Kinder ajudaram a demonstrar a validade das noções defendidas por McCombs e Shaw na década anterior, destacando que a análise empírica corrobora a ideia de que, de fato, o noticiário televisivo influencia a maneira pela qual o público norte-americano atribui prioridades aos problemas de ordem nacional.

Ao realizar seus experimentos, os autores elencaram três características dos eleitores norte-americanos que teriam a capacidade de condicionar o agendamento: educação, partidarismo e envolvimento político. Os resultados demonstraram que, como era esperado, os indivíduos com menores índices de educação formal, interesse partidário e envolvimento político estão mais suscetíveis aos efeitos do *agenda-setting*.

Sob o escrutínio dos dados observados, no entanto, os pesquisadores identificaram que a capacidade de agendamento do noticiário de TV “depende menos de atributos fixos dos espectadores, como os níveis de educação, do que de qualidades que mudam com as circunstâncias, como partidarismo, interesse e ativismo” (Iyengar & Kinder, 1987). Dessa forma, um maior grau de educação não constituiria, por si só, uma capacidade maior de defesa contra o agendamento.

Identificada pelos autores como a característica mais relevante para se evitar a ocorrência do agendamento, o envolvimento político, por outro lado, não ofereceria proteção contra o *priming*.

Esse contraste pode refletir a natureza mais sutil do *priming* em comparação com o agendamento. Enquanto um *agenda-setting* eficaz requer apenas que o noticiário da televisão chame a atenção do telespectador, o *priming* requer uma segunda etapa. Os espectadores não devem apenas focar em um problema específico, mas também perceber que o problema tem implicações nas suas avaliações do presidente. (Iyengar & Kinder, 1987, p. 95)

Os contrastes entre os dois conceitos também são apontadas por Cervi (2010), que identifica como diferença principal o fato de que “enquanto *agenda-setting* preocupa-se com as histórias selecionadas para o debate público, *priming* olha para as avaliações que o público faz dos governantes a partir dos temas debatidos publicamente” (p.148).

Em uma análise similar sobre os efeitos do *priming* no campo da comunicação política, Nowak (2012) destaca, em conformidade com a maior parte dos estudiosos sobre o tema, que tanto *priming* quanto o *agenda-setting* assumem que as pessoas formulam suas opiniões e tomam decisões baseadas em fatores de fácil acesso. Segundo a autora, “pode ser dito, com algum grau de simplicidade, que o agendamento define o que é importante, e o *priming*, o que é o mais importante para o público” (2012, p. 12).

Scheufele (2000), por sua vez, sinaliza que tanto o “*agenda-setting* quanto o *priming* se baseiam na suposição da acessibilidade atitudinal” (p. 300). Segundo o dicionário online da *American Psychological Association* (APA), a ideia exprime a possibilidade de uma atitude ser automaticamente ativada pela memória ao encontrar-se com o objeto da atitude. Assim, o autor é mais um entre inúmeros estudiosos a salientar o poder da mídia de influenciar as percepções da audiência em relação a atores políticos com base em informações mais salientes na memória.

3.6.7. PÚBLICO, UMA VÍTIMA DO EFEITO *PRIMING*?

Miller e Krosnick (2000, p. 302) observam que a teoria do *priming* enxerga as pessoas como vítimas da arquitetura de suas mentes. Dessa forma, os autores afirmam que o *priming* ocorreria “não por causa de uma escolha consciente, mas simplesmente porque a informação sobre uma questão política aparece automaticamente e sem esforço na consciência”. Os mesmos estudiosos ressaltam também o papel que a confiança dos indivíduos nos meios de comunicação desempenham nesses processos, de maneira que tanto o agendamento quanto o *priming* ocorreriam com maior frequência nos casos das pessoas que mais confiam na competência e na motivação dos profissionais de comunicação (p.303).

Ao contrário do que fizeram Iyengar e Kinder (1987), Miller e Krosnick (2000) veem as pessoas que manifestaram os efeitos do *priming* não como vítimas, mas como indivíduos que aparentemente escolheram contar com uma fonte em que confiam para realizar julgamentos políticos (p. 312). Em resumo, esses estudiosos entendem o *priming* mais como

uma troca consciente do que como um instrumento de manipulação por parte dos *mass media*.

O *agenda-setting* e o *priming* pareciam ser, à primeira vista, evidências da manipulação do segmento mais vulnerável do eleitorado. Mas, através das lentes da psicologia política, aprendemos que esses efeitos constituem trocas entre instituições e pessoas que podem, em vez disso, refletir escolhas feitas conscientemente pelos cidadãos mais competentes e responsáveis (Miller & Krosnick, 2000, p.314)

De forma similar, outros estudos buscaram questionar alguns dos pressupostos defendidos pelos autores clássicos do *priming*, traçando possíveis novos caminhos para o estudo deste tema.

3.6.8. ALTERNATIVAS E POSSÍVEIS ATUALIZAÇÕES À HIPÓTESE DO *PRIMING*

De maneira geral, é possível afirmar que os estudos e pesquisas que abordam o *priming* e suas consequências buscam aferir se a avaliação de um governante por parte da população é influenciada pelos meios de comunicação e sua escolha pelos temas mais importantes do debate público. Assim, se o desemprego, por exemplo, for frequentemente tratado pelos media como o principal problema nacional, é mais provável que o público avalie o desempenho geral de um presidente com base no julgamento da performance deste governante diante do problema da geração de empregos.

Existe, no entanto, uma interpretação reversa, que aponta para a possibilidade de os indivíduos ajustarem seus julgamentos sobre o desempenho específico de um presidente em relação a um determinado problema à avaliação geral deste governante (Iyengar & Kinder, 1987). Tal hipótese, chamada de projeção, apontaria para resultados e consequências completamente diferentes daquelas indicadas pelo *priming*.

Se o *priming* se sustentar, o noticiário da televisão possui a capacidade de alterar os padrões pelos quais um presidente é julgado e, portanto, o grau de popularidade pública que um presidente desfruta e o poder que pode exercer. Se a projeção se mantiver, então teremos descoberto que as pessoas interpretam novos eventos ou

reinterpretam eventos antigos para manter consistência com suas predisposições existentes – uma descoberta interessante, embora dificilmente nova (i.e, Abelson, 1959) e, o mais importante, uma que implica um papel drasticamente reduzido para o noticiário da televisão como formador de opinião (Iyengar & Kinder, 1987, p. 70)

Apesar de Iyengar e Kinder (1987) demonstrarem em seus experimentos que o efeito *priming* são mantidos mesmo quando a possibilidade de projeção é levada em consideração, outros autores alertam que aquilo que geralmente é considerado *priming* pode não o ser. Lenz (2009), por exemplo, ressalta que as descobertas observadas nos testes usados por pesquisadores para detectar o *priming* são vulneráveis a diversas explicações alternativas. Por isso, o estudioso analisou a possibilidade de os efeitos do *priming* serem causados, na realidade, por dois outros fenômenos: a já mencionada projeção e o *learning* (doravante citado como aprendizagem, para facilidade de compreensão), que atribui eventuais mudanças nos assuntos mais salientes no debate público ao fato de os cidadãos simplesmente aprenderem a posição dos partidos e políticos sobre os temas e usarem essas novas informações para realizarem suas avaliações.

Seja no caso de a aprendizagem ser validada, seja na hipótese de a projeção se sustentar, o autor observa que os resultados teriam a capacidade de indiciar quase todos os estudos sobre *priming* até então publicados (Lenz, 2009, p. 823 e 830), trazendo outras implicações para a democracia diferentes daquelas indicadas pelos estudiosos que identificaram a ocorrência do *priming*. Os indícios mais fortes encontrados pelo estudioso em sua análise sobre este fenômeno apontaram para a existência da projeção.

Assim, em vez de causar o *priming*, as análises revelam que a campanha e a atenção da mídia a uma questão levaram os indivíduos a conhecer as posições dos candidatos ou partidos sobre a questão e, então, adotar a posição de seu partido ou candidato preferido como sua (Lenz, 2009, p. 834)

É importante mencionar que, enquanto Lenz (2009) encontrou indícios da não validade do *priming* ao testar a hipótese alternativa da projeção, outros autores contemporâneos não obtiveram os mesmos resultados em experimentos de natureza similar. Neste contexto, é extremamente relevante destacar os achados de Hart e Middleton (2014), cuja pesquisa obteve resultados que demonstraram que a exposição às notícias

levaria o eleitor norte-americano a alinhar sua avaliação sobre o então presidente Barack Obama à aprovação prévia relativa aos temas da educação e do meio-ambiente. Ou seja, os pesquisadores detectaram a ocorrência de *priming* (p.9). Por outro lado, os estudiosos não constatarem evidências do fenômeno inverso, da projeção.

Deve-se alertar, no entanto, que apesar dos resultados, o estudo não rechaçou por completo a hipótese da validade da projeção defendida por Lenz (2009). Hart e Middleton (2014) especulam que as diferenças entre as conclusões obtidas nos dois estudos podem ser explicadas por duas possibilidades distintas. A primeira delas é que a exposição ao noticiário pode produzir *priming* para um subgrupo de assuntos e projeção para outro. A outra opção seria a de que o grau de visibilidade do objeto da análise por parte dos indivíduos (um presidente, por exemplo) desempenha um papel ativo neste processo. Assim, a probabilidade de se verificar o *priming* seria maior quando os candidatos são “menos visíveis” aos olhos do público (p. 10).

Takens, Kleinnijenhuis, Van Hoof e Van Atteveldt (2015) também demonstraram a atual validade do efeito *priming* diante de hipóteses alternativas, com o primeiro estudo que examinou os efeitos do *priming*, da aprendizagem e da projeção simultaneamente. Ao analisar o cenário eleitoral holandês de 2010, a obra trouxe conclusões que demonstram que os media “têm o poder de aumentar a proeminência de líderes partidários no processo eleitoral de uma democracia parlamentar multipartidária” (p.15). Com os resultados da pesquisa, estes estudiosos conseguiram desconsiderar as possibilidades de aprendizagem e projeção, confirmando, mais uma vez, o efeito do *priming* no campo político.

Para testar a validade do *priming* no ambiente midiático contemporâneo, Kobayashi, Miura e Inamasu (2017), replicaram diretamente o estudo *The Evening News and Presidential Evaluations*, de Iyengar, Kinder, Peters e Krosnick (1984), buscando verificar se as descobertas feitas mais de 30 anos antes eram válidas também para o Japão contemporâneo. No estudo, os pesquisadores nipônicos testaram a hipótese do *priming* ao verificar a relação entre a avaliação do primeiro-ministro do Japão, Shinzō Abe, e a cobertura sobre a realocação das bases norte-americanas em Okinawa.

Por meio de tal abordagem, os estudiosos afirmaram não terem encontrado evidências estatisticamente significantes do *priming* no país. Entre os fatores apontados como possíveis responsáveis por tal resultado, os autores deram maior peso ao fato de o ambiente midiático ser “dramaticamente diferente” daquele verificado durante o pioneiro experimento realizado em 1984 nos Estados Unidos. Em relação a essas distinções,

Kobayashi et al. (2017) ressaltam que o estudo original foi conduzido muito antes do uso generalizado da TV a cabo e da internet, com participantes presumivelmente integrados a um ambiente midiático relativamente homogêneo e com reduzido número de opções – um cenário muito diferente do contexto em que a replicação se insere. Em relação a isto, os autores salientam que

Se a heterogeneidade em termos de consumo de notícias e sofisticação política for maior entre os participantes na replicação do que entre aqueles no estudo original, um efeito de tratamento significativo pode ter sido menos provável de ser detectado devido à eficiência reduzida de estimativa. Além disso, a rápida difusão de dispositivos móveis está tornando mais comum o uso de uma segunda tela para multitarefa ao assistir TV; portanto, pode ter sido mais difícil para os universitários contemporâneos se concentrarem em assistir às notícias por mais de 30 minutos (Kobayashi et al., 2017, p. 13)

Lee e Min (2019) e Kim, Han, Choi e Kim (2012) também conduziram estudos sobre o *priming* no contexto oriental, cujas características geográficas, culturais e midiáticas, como registrado por Kobayashi et al. (2017), podem resultar em conclusões diferentes daquelas encontradas por Iyengar e Kinder (1987). Este tipo de experimento é extremamente válido para este trabalho pelo fato de testar o fenômeno em cenários distantes do norte-americano e do europeu, o que o presente estudo busca justamente fazer, mas analisando a conjuntura brasileira, que também apresenta diversas particularidades.

Nesse sentido, Kim et al. (2012) realizaram um dos primeiros experimentos a explorar o agendamento e o *priming* na Coreia do Sul, país que, segundo os autores, fornece uma oportunidade de examinar se a teoria pode ser aplicada em outro país com uma tradução cultural única”1 (p.45). O estudo trabalhou com o conceito de *attribute priming*, cunhado pelos autores para tratar da avaliação que o público faz de assuntos sociais, sejam eles políticos ou não.

Em particular, a teoria aborda a influência da mídia na forma como as questões são julgadas. Certos atributos enfatizados na cobertura de notícias tornam-se salientes na mente das pessoas (agendamento de atributos) e, portanto, funcionam como

dimensões importantes de avaliação de questões entre o público (*priming* de atributos). (Kim et al., 2002, p.45)

O estudo identificou que os processos de *attribute agenda-setting* – conceito que se preocupa com a saliência das características das questões (p. 45) – e de *priming* podem desempenhar um papel central para “moldar a opinião pública e criar um consenso público em torno de temas controversos”¹ (p. 54). Ao analisar de que maneira o noticiário televisivo influenciou a forma como o público avaliou o plano do governo sul-coreano de transferir sua capital administrativa, os estudiosos afirmaram que as descobertas trazem uma “demonstração empírica convincente de que o *attribute agenda-setting* e o *priming* podem seguir formas similares na Coreia do Sul, nos Estados Unidos e em outros países (p.55).

Já Lee e Min (2019) trabalham com o conceito de *affective priming*, termo cunhado por Sheaffer (2007) para demonstrar, além da força da mensagem, o *priming* depende ainda da direção desta mesma mensagem (p.21). Ou seja, não apenas os assuntos mais salientes na mídia, mas também o tom da cobertura do noticiário podem influenciar a forma como o público forma suas avaliações. Assim, o autor argumenta que uma apresentação negativa da mídia sobre o estado da economia provavelmente levará a avaliações sobre a performance econômica do governante em questão muito diferentes daquelas que seriam feitas no caso de uma apresentação positiva da economia (p.24)

Com experimentos realizados durante as eleições majoritárias de Seul em 2011, Lee e Min (2019) confirmaram a ocorrência do *affective priming*. Os resultados atestaram que os eleitores, de fato, baseiam suas decisões de votação de acordo com os tons dos atributos de candidatos mais salientes em suas memórias. Além disso, o trabalho demonstrou que os eleitores mais frequentemente expostos às notícias apresentavam maior tendência a basear sua decisão de voto nos atributos enfatizados pela mídia (p. 13). Desta forma, a obra revelou que

as campanhas políticas mediadas influenciam a opinião pública e o comportamento não apenas por meio do *priming* cognitivo, mas também do afetivo. Ou seja, as notícias da campanha podem preparar semanticamente certos aspectos das imagens dos candidatos, ao mesmo tempo em que provocam reações afetivas a esses aspectos por meio de seus tons avaliativos. Nesse processo, cognições e tons

afetivos enfatizados na mídia noticiosa em relação aos traços dos candidatos influenciam interativamente os julgamentos políticos. (Lee & Min, 2019, p.14)

Assim, o trabalho não apenas mostrou, mais uma vez, a validade do efeito *priming* na Coreia do Sul, como também atestou a ocorrência do *affective priming*. A ocorrência do fenômeno também foi observada por Balmas e Sheaffer (2010) em um estudo sobre as eleições de Israel em 2006. Resultados como estes demonstram que a hipótese do *priming* não pode ser descartada mesmo em contextos muito diferentes dos pioneiros estudos conduzidos por Iyengar e Kinder em 1987.

4. O ESTUDO DOS EMISSORES

Muito foi falado, ao longo de todo o capítulo anterior, sobre o que define a agenda pública e de que maneira ela é influenciada pelos meios de comunicação. Apesar de constituir um arcabouço teórico-metodológico fundamental à análise que o presente estudo tenciona desenvolver, a hipótese do agendamento (e conceitos correlatos como *framing* e *priming*) não nos fornece elementos suficientes para que possamos responder a questões mais básicas, porém não menos relevantes, sobre o fazer jornalístico e seus impactos na sociedade. É preciso saber, por exemplo, o que transforma um fato em notícia; o que leva os jornalistas a escolherem realçar alguns fatos e ignorar outros no processo de construção da realidade; e qual é a lógica produtiva por trás das mensagens dos meios de comunicação. Questionamentos como esses e muitos outros fazem parte do campo de estudos relacionados à sociologia dos emissores, focados, fundamentalmente, nos produtores do conteúdo noticioso (Wolf, 1992).

Para que possamos compreender como o processo de construção de notícias é realizado no atual ambiente comunicacional, devemos, antes, traçar um breve percurso histórico do estudo dos mecanismos responsáveis pela criação desse tipo de conteúdo.

4.1. O GATEKEEPING

O psicólogo Kurt Lewin foi responsável por apresentar o conceito do *gatekeeper* em 1947, por meio de uma pesquisa focada nas dinâmicas responsáveis pela modificação de hábitos alimentares (Wolf, 1992). O estudioso propôs a ideia de que, nos canais por onde fluem a sequência de determinados comportamentos, há zonas que atuam como “portões”, nas quais a figura do *gatekeeper* (porteiro, em tradução livre) teria a capacidade de permitir ou bloquear a passagem de informação. Esta ideia foi levada ao campo dos estudos comunicacionais em 1950 por David Manning White, que examinou o método de seleção e rejeição de notícias por meio da análise do trabalho realizado pelo editor de um jornal dos EUA. As conclusões observadas por White (1950) indicavam que este *gatekeeper* não identificado utilizava critérios “altamente subjetivos” para recusar quase 90% das notícias diariamente enviadas por agências, e que esse processo era baseado no próprio conjunto de experiências, atitudes e expectativas do profissional (p. 390).

Como destaca Wolf (1992), esse caráter exageradamente individualista do processo de seleção e rejeição de notícias executado pelo gatekeeper acabou por ser superado em estudos posteriores, focados na ideia de uma filtragem de conteúdo hierarquicamente estruturada. Um dos exemplos dessa nova abordagem pode ser verificado em Breed (1955), que destacou a existência de um controle social na redação, diretamente responsável pela definição e manutenção das linhas editoriais dos jornais.

Breed (1955, p. 327) salienta que todos os jornais têm uma política editorial (*policy*), mesmo que não admitam deliberadamente. Ela pode transparecer nas inclinações demonstradas pelo jornal, tanto pela forma como apresenta um tema favorável às suas orientações, como também pela maneira pela qual “esconde” ou ignora os assuntos que as contrariam. Essas políticas são definidas por executivos e internalizadas pelos jornalistas, que acabam por selecionar as pautas não de acordo com suas preferências pessoais, como indicava White, mas segundo as normas internas do veículo em que trabalham. Mesmo que o profissional tenha opiniões e visões de mundo profundamente distintas das do jornal, ele tenderá a se conformar a essas diretrizes. Breed (1955, p. 330-331) elenca seis razões para que isso ocorra:

- Autoridade institucional e sanções;
- Sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores;
- Aspirações à mobilidade profissional;
- Ausência de grupos lealdade em conflito
- Natureza agradável da atividade jornalística
- Notícia ter o caráter de valor

Por outro lado, existiriam formas de os jornalistas “driblarem” as diretrizes de seu jornal. Breed (1955, p. 333-334) cita cinco fatores que permitem essa possível transgressão. O primeiro dele seria o fato de as normas da política da empresa não serem totalmente claras; o segundo, o fato de os executivos serem ignorantes sobre determinado assunto, o que permitiria ao jornalista usar seu maior conhecimento para subverter a política empresarial; o terceiro seria a possibilidade de o jornalista “plantar” determinado assunto em outro jornal por meio de um colega de profissão, nos casos em que o tema desagrade aos seus superiores. Assim, ele poderia, posteriormente, alegar que a história tomou tamanha dimensão a ponto de não mais poder ser ignorada; a quarta acontece nos casos em

que o repórter inicia histórias originais por meio de apuração própria, sem ter sido orientado por seus superiores. Dessa forma, ainda não haveria uma política definida sobre esse novo tema, e o jornalista poderia aproveitar esse “vácuo” para escolher como abordar o assunto, criando, assim, uma nova política; o quinto e último fator diz respeito aos repórteres que detêm o status de “estrela” e que, por isso, teriam uma autonomia maior do que novatos para transgredir as normas vigentes do jornal.

É interessante notar que, nesse contexto, o público não tem nenhum impacto na decisão do jornalista sobre que matérias publicar ou qual abordagem utilizar. Todo o referencial do repórter estaria dentro da própria redação, sem que houvesse relevantes fatores externos que pudessem influenciar a sua atuação.

A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, que são manifestamente seus clientes, mas entre seus colegas e superiores. Em vez de aderir aos ideais sociais e profissionais, ele redefine seus valores ao nível mais pragmático do grupo redacional. Assim, ele ganha não apenas recompensas de status, mas também aceitação em um grupo solidário engajado em um trabalho interessante, variado e, por vezes, importante. Assim, os padrões culturais da redação produzem resultados insuficientes para as mais vastas necessidades democráticas (Breed, 1955, p. 335)

Ao lado de outros trabalhos, a obra de Breed marca um importante avanço nos estudos relativos aos mecanismos de produção jornalística. Assim, as investigações orientadas sob a ótica de que uma manipulação deliberada rege a escolha das notícias dão lugar a estudos focados no que Wolf (1992) classifica como “distorção involuntária”. Nesta nova etapa dos estudos sobre o processo de construção da realidade pelos meios noticiosos, a ênfase está nas rotinas diárias do trabalho jornalístico e na forma como os meios de comunicação são organizados e estruturados. Como ressalta o autor, esta “pesquisa tem presentes não só os factores organizativos, burocráticos, ligados à estruturação dos processos produtivos, mas também os elementos mais especificamente comunicativos, isto é, intrínsecos à peculiaridade da ‘matéria-prima’ trabalhada” (Wolf, 1992, p. 164).

Golding e Elliott (1979, p. 13) citam pesquisas bem-sucedidas não apenas em documentar a distorção involuntária dos meios de comunicação noticiosos, mas também em mostrar como essa ideia age como modelo que guia a seleção de eventos e sua subsequente

apresentação no noticiário. Ambos as obras, vale ressaltar, tiveram como foco a análise da cobertura midiática de acontecimentos específicos, limitados no tempo e no espaço. Segundo Wolf (1992), essa característica é exatamente o que marca a distinção entre tais estudos e o campo do *newsmaking*, no qual a análise da produção jornalística se dá por longos períodos.

4.2. O NEWSMAKING

Como ressalta Wolf (1992), o *newsmaking* aborda a produção de notícias sob a ótica de dois parâmetros: o da cultura profissional dos jornalistas e o da organização do trabalho e dos processos produtivos. O foco central das pesquisas da área seria justamente as ligações que existem entre esses dois elementos e de que forma eles impactam nos critérios de noticiabilidade de um determinado fato.

Antes de elencar tais critérios e demonstrar como eles são constituídos, devemos deixar claro que a noticiabilidade “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (Wolf, 1992, p. 168).

Dessa forma, podemos considerar que é por meio da noticiabilidade que os jornalistas definem o que será publicado (e, conseqüentemente, que será ignorado) e de que forma esse conteúdo será veiculado (se com grande destaque, “escondido” em uma página do interior do jornal etc). Não se trata mais de uma abordagem exageradamente individualista como a de White, na qual o editor seleciona o conteúdo de acordo com suas vivências e opiniões pessoais, nem tampouco sob a ótica de Breed, cujo enfoque está nas relações – e pressões – sociais do ambiente redacional, exercida não apenas por chefes e editores, mas também por colegas que se conformam à política editorial da empresa ao escolherem que assuntos noticiar. Agora, o ponto focal seriam justamente os processos de rotinização e estandardização das práticas de produção de notícias (Wolf, 1992), o que sugere, pelo menos em teoria, uma abordagem muito mais objetiva do que as até então utilizadas.

Destacar esse caráter mais pragmático da produção jornalística não significa dizer que trata-se de um processo rigidamente constituído. O que é considerado notícia pode variar de acordo com fatores culturais (Galtung & Ruge, 1965) e interesses e necessidades

tanto de jornalistas quanto dos veículos em que trabalham, havendo uma considerável margem de maleabilidade. Dessa forma, a notícia resulta de uma “série de negociações, pragmaticamente orientadas, que têm por objecto o que é publicado, e o modo como é publicado, no jornal e o que é transmitido, e o modo como é transmitido, no noticiário ou no telejornal” (Wolf, 1992, p. 171).

Um dos principais elementos que possibilitam a já citada rotinização dos processos de produção jornalística é a adoção de valores-notícia (Wolf, 1992), fatores utilizados para selecionar quais eventos poderão ser transformados em notícia, de acordo com critérios relativos à sua relevância, interesse e significância. É com base neles que o jornalista poderá decidir, de maneira ágil e esquematizada, se determinado assunto poderá ou não ser incluído no noticiário e com qual destaque deverá ser abordado.

Como destacam Golding e Elliot (1979), três elementos são centrais na avaliação dos valores-notícia de determinado acontecimento. O primeiro deles é a audiência. Ao avaliar a relevância de um certo fato, o jornalista deve considerar se o assunto gerará interesse e se será entendido e apreciado pelo público; o segundo fator é a acessibilidade, avaliada tanto pela proeminência (basicamente, se tal assunto é ou não de conhecimento das organizações jornalísticas) quanto pela facilidade de captura (por exemplo, se é possível para o jornalista estar fisicamente presente para realizar a cobertura); por fim, o último fator é o encaixe, ou seja, se o evento está de acordo com as práticas rotineiras de produção, se adequa-se às limitações do meio em questão etc.

Uma importante observação a ser feita sobre os valores-notícia é que eles não são estanques ou imutáveis, mas dinâmicos, fluidos. O que não gerava interesse na década passada pode provocar fascínio agora, simplesmente por se tratar de um novo tema, que antes não existia, ou porque dinâmicas sociais, culturais, ideológicas, etc permitiram essa alteração. O inverso também pode ocorrer, isto é, um assunto pode deixar de ser atrativo pelos mais variados motivos. “Em geral, pode dizer-se que cada novo sector, tema, argumento ou assunto que represente uma ampliação da esfera informativa, se torna regularmente ‘noticiado’, na medida em que se verifica um reajustamento e uma redefinição dos valores-notícia” (Wolf, 1992, p. 176)

Além da dinamicidade do que é considerado jornalisticamente relevante, Wolf (1992) destaca que os critérios de noticiabilidade de um determinado veículo de comunicação têm a tendência de se adequar à estrutura temática da redação. Ou seja, se em um jornal

predominar certo tipo de especialistas e correspondentes, a escolha do que deverá ser publicado deverá seguir essa organização.

4.3. CATEGORIAS DE VALORES-NOTÍCIA

Estabelecido o conceito de noticiabilidade (e de que forma o que é considerado notícia pode variar), destacaremos, a partir de agora, os critérios dos quais os valores-notícia são derivados. Utilizaremos a classificação definida por Wolf (1992), considerada uma das principais referência nesse tipo de estudo. Segundo este autor, os valores-notícia podem ser agrupados de acordo com as características substantivas das notícias; a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; o meio de comunicação; o público; a concorrência.

O primeiro critério diz respeito ao conteúdo noticioso, ou seja, ao fato que será transformado em notícia. Para determinar a importância de um determinado acontecimento, o jornalista deve levar em conta quatro variáveis:

- O grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável;
- O impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional
- A quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve
- Relevância e significatividade do acontecimento de acordo com a evolução futura de uma determinada situação

A segunda categorização trata dos critérios relacionados ao produto, nos quais entram na balança os seguintes fatores: 1) disponibilidade do material, ou seja, se determinado fato é acessível à cobertura jornalística; 2) a brevidade do conteúdo; 3) a atualidade da notícia; 4) a qualidade da história; 5) o equilíbrio da notícia, isto é, se existe a capacidade de dar voz a todos os lados envolvidos na história (um exemplo é a cobertura partidária).

A terceira variável definida por Wolf diz respeito aos próprios meios de comunicação. Na cobertura televisiva, por exemplo, o conteúdo audiovisual é de extrema relevância, sendo, em muitos casos, tão importante quanto o texto que o acompanha. No entanto, é

importante ressaltar, como aponta Gans (1979), que os componentes visuais, sozinhos, não sustentam uma notícia televisiva caso o fato alvo de cobertura não for relevante, ou seja, os critérios substantivos também devem estar presentes. Em várias ocasiões, o oposto ocorre, isto é, um acontecimento de grande importância não é acompanhado por imagens suficientemente interessantes, sendo necessário recorrer a imagens de arquivo, gráficos, artes, entre outros, para torná-lo minimamente apresentável em um meio como a televisão. A frequência é outro relevante critério relativo aos meios de comunicação. Wolf (1992) cita o exemplo do noticiário radiofônico, que privilegia acontecimentos pontuais, que não se estendem por um longo período de tempo. Revistas semanais, por outro lado, não estão interessadas em fatos únicos, relevantes somente por um breve período. Por fim, há o critério do formato. Só pode ser noticiado um acontecimento que tenha início, meio e fim logicamente estruturados sob a forma de uma narrativa adequada ao meio em questão.

O quarto critério identificado por Mauro Wolf trata das variáveis relativas ao público, no qual são levados em conta fatores como a capacidade de entreter, a importância de não se noticiar um fato que possa provocar traumas ou ansiedade na audiência, a relevância das informações de serviço, entre outros fatores. Imaginemos, por exemplo, que um determinado acontecimento gere impactos sobre o interesse nacional (critério substantivo), seja atual (critério do produto), tenha boas imagens de apoio (critério do meio), mas não gere nenhum tipo de interesse por parte da audiência (critério do público). Dessa forma, o veículo muito provavelmente não noticiará esse fato, mesmo que em todas as outras categorias os valores-notícia se façam presentes.

Por fim, há os critérios referentes à concorrência. Wolf elenca três desses fatores de acordo com os estudos de Gans (1979). O primeiro refere-se ao fato de a atividade jornalística ter se desenvolvido de tal forma que a possibilidade de se obter um grande furo é cada vez menor, uma vez que os repórteres de diferentes veículos estão, basicamente, nos mesmos locais. Assim, a competição faz com que os jornalistas pensem em histórias originais, batalhem por exclusivas e focalizem os pequenos detalhes de um fato (Gans, 1979, p. 177). A segunda consideração aborda a ideia de que as expectativas mútuas influenciam a escolha do conteúdo a ser noticiado. Em resumo, trata-se da concepção de que um veículo pode cobrir um determinado evento, mesmo que não o considere relevante, simplesmente por achar que um rival assim o fará. Por fim, Gans salienta que, em algumas situações, um acontecimento pode ser deixado de lado (ou receber um destaque reduzido) quando um veículo percebe que a mesma história já fora publicada antes por um rival. Seria apropriado

considerar, no entanto, que a validade desse pressuposto é aplicável muito mais nos casos dos meios de maior periodicidade, como as revistas semanais, do que para a internet, por exemplo, que permite maior agilidade na veiculação do conteúdo noticioso. Como destaca Bruns (2011, p. 131), as redes sociais acabam por “acelerar ainda mais a velocidade em que as matérias noticiosas são compartilhadas, debatidas e às vezes desacreditadas; elas tornam sempre mais difícil que uma única organização noticiosa reivindique a propriedade de uma matéria ou que mantenha uma agenda noticiosa”.

Vale destacar que diversos estudiosos propuseram suas próprias categorizações de valores-notícia, tais como Gans (1979), Galtung e Ruge (1965), Golding e Elliot (1979), entre muitos outros. Segundo Silva (2005, p. 102-103), ao menos 12 classificações de critérios diferentes de noticiabilidade já foram elencadas, várias delas com diversos pontos em comum. Saber especificamente o que cada uma delas determina não é o foco do presente estudo, mas sim mostrar que o que é considerado notícia pode variar de acordo com uma série de fatores.

Evidentemente, alguns requisitos são universais à prática jornalística e se fazem presentes independentemente da definição utilizada. É o que Silva (2005, p. 103) chama de macro-valores-notícia, quais sejam: atualidade (novidade), importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão. Sem a observância desses elementos, os chamados micro-valores-notícia, critérios mais específicos para seleção do conteúdo a ser noticiado, sequer serão considerados. Jorge (2006, p. 10), por sua vez, com base na recompilação dos pressupostos de uma série de autores, dividiu os valores-notícia em três grupos: a) valores fundamentais: atualidade e impacto; b) valores da profissão: proximidade e notoriedade; c) valores temáticos: sexo, poder, violência, educação, governo, etc.

Determinar quais critérios são utilizados para definir o produto noticioso é essencial, mas também devemos nos atentar ao processo de construção desse conteúdo, ou seja, às etapas que permitem que um determinado acontecimento público se transforme em notícia. Molotch e Lester (2016) apresentam três agências principais nesse processo. Em primeiro lugar, agem os promotores de notícias (*news promoters*), indivíduos que identificam um determinado acontecimento como especial e transmitem essa informação para outrem. Em geral, são responsáveis pela promoção do acontecimento, seja para proveito pessoal (caso, por exemplo, da atuação de um profissional de relações públicas ou de assessoria de imprensa) ou em prol do bem público (como quando algum cidadão

denúncia alguma irregularidade). Em seguida, atuam os jornalistas (*news assemblers*), que recebem o material passível de se transformar em material publicável. São responsáveis pela montagem e produção do conteúdo jornalístico, levando em consideração os critérios de noticiabilidade acima descritos. Por fim, o produto final é veiculado consumido pelo público (*news consumers*). Como destacam os autores, cada um desses três pontos “bloqueia ou inibe um grande número de possibilidades de criação. Neste bloqueio de possibilidades reside o poder do trabalho jornalístico e toda a atividade de informação” (p. 66).

Em resumo, o *newsmaking* trata da sistematização do processo de produção de notícia, com base em planejamentos e práticas que se assemelham aos de uma rotina industrial, muito embora os meios de comunicação tenham seus próprios procedimentos e limites organizacionais (Pena, 2005). Isso não significa tratar os mecanismos de construção do conteúdo noticioso como algo rígido, imutável, determinado por critérios totalmente objetivos. Há espaço para subjetividades, adaptações e recontextualizações nesse processo de construção da realidade, desde que sejam seguidos os critérios básicos para a produção da notícia.

5. METODOLOGIA

O processo de agendamento é composto por três esferas: midiática, pública e política (Aruguete, 2005). Seria incorreto, portanto, pensar no impacto de um desses componentes sem levar em consideração a presença e a influência dos demais. Com esse entendimento, o presente estudo busca analisar se há, no Brasil, uma convergência entre as agendas dos media, do público, e dos políticos (neste caso, do presidente da República, Jair Bolsonaro).

Em resumo, a principal questão de investigação do presente estudo pode ser definida da seguinte maneira: os meios de comunicação influenciaram as agendas pública e política durante a pandemia do novo coronavírus? Adicionalmente, este trabalho tem um objetivo secundário, sumarizado pela questão a seguir: quais são os critérios de noticiabilidade e os enquadramentos utilizados pelo principal telejornal do Brasil ao realizar a cobertura relativa à Covid-19?

Para verificar tais hipóteses, primeiro foi definido o recorte temporal. No caso deste estudo, buscou-se um quadro que englobasse episódios de impacto na cobertura da Covid-19, tanto em termos do noticiário de saúde quanto do político. Assim, definiu-se que a análise teria como objeto a cobertura relativa às semanas em que foram anunciadas as saídas dos três ministros da Saúde demitidos durante a pandemia (Luiz Henrique Mandetta, em abril de 2020; Nelson Teich, em maio de 2020; e Eduardo Pazuello, em março de 2021).

Para verificar a agenda dos media nesses episódios, a metodologia utilizada será a análise de conteúdo (tanto em termos quantitativos como qualitativos), definida por Bardin (1977, p. 42) como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. O material examinado será composto pelo conteúdo noticioso das edições diárias do Jornal Nacional nas semanas em que foram anunciadas as demissões dos três ministros da Saúde anteriormente citados. Esta abordagem foi selecionada pois permite não apenas a categorização objetiva do conteúdo do JN, de acordo com os principais enfoques encontrados nas matérias (critérios quantitativos), mas também a análise discursiva deste conteúdo noticioso (critérios qualitativos), de acordo com os enquadramentos e estruturas textuais utilizados.

De forma a analisar a agenda política do presidente no mesmo período, examinaremos as *lives* semanais realizadas por Bolsonaro em seus canais oficiais nas redes

sociais. Por fim, a agenda do público será verificada por meio de duas variáveis distintas: a primeira (mais generalista) será baseada nas respostas dadas pelos brasileiros ao questionário *What Worries the World*, levantamento mensalmente divulgado pelo Instituto Ipsos com estatísticas de dezenas de países; a segunda variável será baseada em uma análise dos *Trending Topics* brasileiros no Twitter nos mesmos dias selecionados para a análise do conteúdo do noticiário televisivo.

A metodologia utilizada no presente estudo tem como inspiração, com algumas particularidades, a análise realizada por Cervi, Massuchin e Tavares (2012), que investigaram as correlações entre as agendas pública, midiática e política na campanha eleitoral brasileira de 2010. De forma similar, os autores também recorreram à análise de conteúdo noticioso para examinar a agenda dos media; à observação dos resultados das pesquisas de opinião sobre os temas que mais incomodavam o brasileiro ao longo do tempo, de forma a analisar a agenda pública; e à exploração do conteúdo abordado por políticos (no caso, os candidatos ao cargo de presidente) em seus blocos diários do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral.

O trabalho de Crespo e del Barrio (2016) também é uma importante referência para a análise que este trabalho se propõe a fazer. As autoras examinaram a coincidência entre os tópicos de tendência (*Trending Topics*) no Twitter e as temáticas das notícias em destaque nas páginas iniciais dos portais espanhóis El mundo.es, El país.com y el ABC.es. O objetivo da obra, assim como o do presente estudo, foi verificar se existe uma consonância de temas ou se, pelo contrário, há uma disparidade entre a seleção de temas dos media e aqueles que os usuários do Twitter elevaram à categoria de *trending topic*.

Por fim, outra relevante contribuição é o célebre estudo de Funkhouser (1973) sobre as dinâmicas da opinião pública na década de 1960, um dos primeiros trabalhos a comparar a agenda dos meios de comunicação noticiosos com os assuntos que mais preocupavam a população, segundo pesquisas de opinião pública.

Além de verificar se há uma convergência entre os três componentes do processo de agenda-setting, o presente trabalho tem, ainda, dois objetivos secundários: o primeiro deles é examinar os critérios de noticiabilidade e os enquadramentos (*framing*) adotados pelo Jornal Nacional. O segundo objetivo secundário é observar se a abordagem da imprensa está de alguma forma relacionada com a forma pela qual o público avalia Jair Bolsonaro (*priming*). Para isso, utilizaremos pesquisas sobre o desempenho do presidente realizadas por diversos institutos de sondagem brasileiros.

6. ANÁLISE

Antes da análise, é importante destacar os contextos das saídas dos três ministros da Saúde demitidos por Jair Bolsonaro até o momento. O primeiro deles, Luiz Henrique Mandetta, deixou o cargo cerca de um mês após o início da pandemia, no dia 16 de abril de 2020. Nesse curto período, os dois acumularam episódios públicos de desavenças, geralmente pelo fato de Mandetta defender o isolamento social, enquanto Bolsonaro mostrava-se contrário a essa política, indicando a necessidade de o país “não poder parar” e argumentando que o desemprego seria “muito pior do que o próprio coronavírus vem causando no Brasil e pode causar ainda”⁴⁰. Outra razão foi a falta de um consenso sobre medicamentos sem comprovação científica, como a cloroquina, cujo uso foi, e ainda é, recomendado por Bolsonaro⁴¹. Assim, a desarmonia em relação às medidas de combate à Covid-19 pode ser considerada a principal causa para a demissão de Mandetta.

Após o anúncio da saída de Mandetta, o oncologista Nelson Teich foi anunciado como novo ministro no mesmo dia. Apesar de assumir o cargo afirmando ter um “alinhamento completo com Bolsonaro”⁴² e que “saúde e economia não competem entre si”⁴³, o médico deixou a função sem completar sequer um mês. Novamente, as razões foram, essencialmente, desavenças com o presidente em relação ao uso da cloroquina no tratamento contra a Covid-1 e às medidas de isolamento social, além de desentendimentos a respeito de um decreto de Bolsonaro que incluía salões de beleza, barbearias e academias de ginástica na lista das atividades essenciais no período da pandemia⁴⁴.

Com a saída de Teich, o general Eduardo Pazuello assumiu o comando da pasta logo em seguida, mas apenas de forma interina. Ele só foi oficialmente efetivado no cargo cerca de quatro meses mais tarde, em 16 de setembro de 2020. Ao contrário de seus antecessores, defendeu o chamado “tratamento precoce” com medicamentos não recomendados e se mostrou sempre alinhado às posições do presidente da República. Sua demissão, ao contrário das anteriores, não teve relação com algum tipo de discordância com

⁴⁰ Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/03/22/interna_politica,835990/desemprego-e-crise-muito-pior-do-que-coronavirus-diz-bolsonaro.shtml. Acesso em 18 set. 2021

⁴¹ Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52316728>. Acesso em 18 set. 2021

⁴² Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/saude/nelson-teich-destaca-alinhamento-completo-com-bolsonaro/>. Acesso em 18 set. 2021

⁴³ Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/04/16/interna_politica,845343/em-discurso-teich-afirma-que-saude-e-economia-nao-competem-entre-si.shtml. Acesso em 18 set. 2021

⁴⁴ Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/15/teich-deixa-o-ministerio-da-saude-antes-de-completar-um-mes-no-cargo.ghtml>. Acesso em 18 set 2021

Bolsonaro. As principais causas apontadas pela imprensa brasileira têm relação com o desgaste político gerado pela atuação de Pazuello, apontado com um dos principais culpados pelo atraso na compra de vacinas⁴⁵. A saída teria sido motivada, entre outras causas, por pressões do Centrão, bloco parlamentar de sustentação do governo no Congresso⁴⁶. Pazuello foi o ministro de maior longevidade no cargo até o momento, ficando cerca de 10 meses no cargo, entre o período de interinidade e a posterior efetivação. Quando assumiu, o Brasil tinha menos de 15 mil mortos pela Covid-19. Em sua saída, o país já contabilizava quase 280 mil mortes pela doença⁴⁷. Foi substituído em março de 2021 por Marcelo Queiroga, que até a realização do presente estudo continua ocupando o cargo.

6.1 A AGENDA MIDIÁTICA

Como dito anteriormente, o conteúdo da agenda midiática será examinado por meio das matérias veiculadas pelo Jornal Nacional, da TV Globo, nas semanas em foram registradas mudanças no cargo de ministro da Saúde. Uma vez que as trocas ocorreram em fases distintas da pandemia, a investigação permitirá uma análise mais dispersa no tempo, evitando, assim, que eventuais desvios de padrão prejudiquem os resultados obtidos. O objeto de análise serão as edições exibidas de segunda a sexta-feira, seguindo-se a ordem cronológica de transmissão. Todo o material analisado está disponível no site do Jornal Nacional⁴⁸. O conteúdo foi categorizado de acordo com seu formato, como propõem Coutinho e Oliveira Filho (2015), da seguinte forma:

- 1) Notas: conteúdos, geralmente de curta duração, apresentados pelos próprios âncoras, sejam elas cobertas por imagens ou não. Nestes casos, não há texto do repórter ou sonoras⁴⁹.
- 2) Reportagens completas: conteúdos de média ou longa duração, compostos por locução do repórter, sonoras e passagem⁵⁰.
- 3) Ao vivo: conteúdos em que os repórteres são chamados pelos apresentadores e entram em tempo real no noticiário. Usualmente, o

⁴⁵ Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/mpf-processa-pazuello-por-omissao-na-compra-de-vacinas-1-25087108>. Acesso em 18 set. 2021

⁴⁶ Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/07/15/interna_politica,872207/centrao-quer-saida-de-pazuello.shtml. Acesso em 18 set. 2021

⁴⁷ Disponível em <https://veja.abril.com.br/blog/thomas-traumann/o-que-levou-bolsonaro-a-demitir-pazuello/>. Acesso em 18 set. 2021

⁴⁸ Disponível em <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>. Acesso em 22 ago. 2021

⁴⁹ Falas de uma fonte entrevistada

⁵⁰ Jargão do telejornalismo para o momento em que o repórter “aparece” em cena

repórter está no local do acontecimento em questão e tem alguma novidade sobre o assunto apresentado

- 4) Somente sonora: conteúdos apresentados por meio de uma “cabeça”⁵¹ e a subsequente entrada da sonora de um entrevistado, sem que haja um texto em *off*⁵².

Além disso, foi realizada, ainda, uma categorização temática das notícias, de acordo com o principal assunto abordado. Por exemplo: se a matéria tratar do Produto Interno Bruto do país, será categorizada como “Economia”. Como houve, por motivos óbvios, uma predominância de pautas sobre a Covid-19, foi feita uma subdivisão, indicada por parênteses, de forma a deixar claro qual foi o principal enquadramento utilizado. Por exemplo: se uma matéria destacar o desenvolvimento de uma vacina contra a Covid-19, será categorizada como “Pandemia (saúde)”. Se, por outro lado, tratou do aumento do desemprego em decorrência da pandemia, a classificação será “Pandemia (economia)”. O objetivo é verificar quais foram os principais vieses da cobertura noticiosa do JN.

6.1.1. ANÁLISE SEMANA 1 (DEMISSÃO DE LUIZ HENRIQUE MANDETTA)

Durante toda a semana da demissão de Mandetta (13 a 17 de abril de 2020), o Jornal Nacional deu amplo destaque à cobertura sobre a Covid-19. As edições privilegiaram as pautas de Saúde no Brasil, mas também houve espaço considerável para questões políticas e econômicas relacionadas à pandemia. A edição de segunda-feira (13) foi iniciada por uma reportagem de 5min47 sobre as dificuldades encontradas pelos brasileiros para regularizarem o CPF (Cadastro de Pessoa Física) e pedirem o auxílio emergencial criado para amenizar os efeitos da pandemia. Houve grande destaque ao quadro da Covid-19 em diferentes estados brasileiros, com cinco reportagens dedicadas à apresentação das situações em São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso, Ceará e Amazonas. Duas reportagens com cerca de 2min45 cada destacaram o estágio da Covid-19 nos EUA e na Europa. O presidente Jair Bolsonaro só foi mencionado em dois momentos: em uma nota sobre a decisão do Governo Federal de não usar dados de celular para monitorar movimentação de pessoas nas ruas; e no fim de uma reportagem sobre a aprovação de um projeto de socorro a estados e municípios. Já Mandetta não foi citado nesta edição. O único conteúdo de

⁵¹ Texto de abertura lido pelo âncora do telejornal

⁵² Texto narrado pelo repórter

destaque sem qualquer relação com a pandemia foi uma reportagem sobre a morte do cantor e compositor Moraes Moreira após um infarto.

O destaque à cobertura da Covid-19 prosseguiu na edição de terça-feira (14), aberta por uma reportagem de 6min06 que destacou que o número de mortes por coronavírus pode ser maior por causa da falta de testes. Chama atenção o destaque dado por esta edição à situação internacional da pandemia, com reportagens sobre o relaxamento de medidas de combate ao coronavírus na Europa; o anúncio de que os EUA suspenderão a contribuição anual que dão à Organização Mundial da Saúde (OMS); e as ações adotadas pela Finlândia para enfrentar a pandemia. No total, essas três matérias ocuparam quase nove minutos do telejornal. O conteúdo de maior duração desta edição, com mais de 11 minutos, foi uma reportagem do quadro especial Solidariedade S/A que deu destaque a ações solidárias de empresas e empresários durante a pandemia. Tratou-se uma edição mais informativa sobre a situação do coronavírus no Brasil e no mundo, com pouco espaço dedicado à política. Bolsonaro foi citado em duas oportunidades: em uma reportagem sobre um plano alternativo do governo para socorrer estados e municípios na crise; e em reportagem acerca da exoneração de diretor de Proteção Ambiental do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama). Neste segundo caso, o presidente foi citado por, segundo o jornal, apoiar a prática do garimpo em terra indígena. Mandetta foi mencionado em dois momentos, ambos no início do telejornal, ao destacar que pretende ampliar a quantidade de testes para a Covid-19, além de salientar a importância de dados mais precisos sobre a quantidade de brasileiros infectados.

O teor político se fez mais presente na edição de quarta-feira (15), diante da iminência da saída de Mandetta do Ministério da Saúde. O jornal foi aberto com uma reportagem de mais de sete minutos destacando que o então ministro não aceitava a demissão de seu Secretário de Vigilância em Saúde, e que só sairia do cargo se o presidente o demitisse. Em seguida, o Jornal Nacional deu ênfase à situação da pandemia no Brasil, com reportagens sobre assuntos como a lotação de UTIs em hospitais públicos de São Paulo e o desenvolvimento de uma pesquisa sobre a propagação do coronavírus no país. A edição também teve como destaque uma reportagem de 7min28 sobre a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de que estados e municípios têm poder para estabelecer regras sobre isolamento. No cenário internacional, a pauta de maior ênfase foi a mudança de postura do presidente dos EUA, Donald Trump, em relação à atuação da OMS no combate à pandemia.

A única reportagem completa – de um total de 12 – sem qualquer tipo de relação com a Covid-19 foi uma matéria sobre a morte do escritor Rubem Fonseca.

A edição de quinta-feira (16) foi completamente orientada pela demissão de Mandetta. O noticiário foi iniciado com trechos da entrevista coletiva em que Bolsonaro anunciou a saída do então ministro. Antes da exibição do conteúdo, a “cabeça” lida pelos apresentadores ressalta que o “presidente ignorou as recomendações de isolamento social, passeou por Brasília e cumprimentou apoiadores durante uma manifestação”. Em contraste, o jornal salienta que “Mandetta sempre defendeu o distanciamento como forma mais eficiente de enfrentar a doença, a mesma postura adotada por líderes de vários países e pela Organização Mundial da Saúde”. Em seguida, foram apresentadas declarações do novo ministro, Nelson Teich, durante a mesma coletiva. Os âncoras observam que o novo ministro não “citou o nome de nenhum medicamento, nem da cloroquina, defendida pelo presidente Bolsonaro”. Na primeira reportagem completa da edição, o texto destaca o histórico de Teich, ressaltando que, antes de se tornar ministro, apresentava um posicionamento “mais enfático” sobre o isolamento social do que o demonstrado em sua entrevista de apresentação. Já em reportagem sobre o percurso de Mandetta como ministro, o JN enfatizou o histórico de conflitos com o presidente. Em determinado trecho, o texto narra episódios em que Bolsonaro desrespeitou as medidas de isolamento social: “Foi a um hospital, a uma farmácia e a um prédio residencial, em Brasília, provocando aglomerações. Antes de encerrar o passeio, esfregou o nariz com o pulso e cumprimentou três pessoas com apertos de mão”, informa o repórter. Em seguida, observa que, em outra ocasião, Bolsonaro, “em meio à aglomeração provocada pela presença dele, retirou a máscara e cumprimentou quem se aproximava. Ganhou até beijo na mão”. Como contraponto, a reportagem diz que Mandetta apenas “acompanhou de longe”. Ou seja, há uma oposição clara entre as posturas adotadas por Bolsonaro e Mandetta.

Um outro momento de destaque desta edição foi uma reportagem de quase cinco minutos sobre a repercussão da demissão de Mandetta entre políticos e a sociedade civil. A maioria absoluta das manifestações evidenciadas pelo JN mostravam lamentações pela saída de Mandetta, agradecimentos por sua atuação no combate à pandemia ou o desejos de boa sorte ao ministro recém-empossado, Nelson Teich. Nenhuma declaração de aliados de Bolsonaro foi exibida. Após a reportagem, o Jornal Nacional exibiu cerca de dois minutos de um compilado de “painelaços” realizados em diversas cidades do Brasil em protesto contra a demissão de Mandetta. Em toda a edição, apenas duas reportagens completas não

apresentavam qualquer relação com a pandemia: Uma anunciava a morte do Escritor Luiz Alfredo Garcia-Roza; a outra relatava o aumento da violência contra a mulher em quatro estados brasileiros no mês de março.

Por fim, na sexta-feira (17), o Jornal Nacional abriu sua edição com reportagem de quase sete minutos sobre a cerimônia de posse de Nelson Teich como novo ministro. Em seguida, o jornal destacou, durante cerca de dois minutos, as “demonstrações de desrespeito às medidas de distanciamento social” dadas por autoridades durante a solenidade. Sobre Bolsonaro, a matéria ressalta que o presidente “voltou a provocar aglomeração, contrariando as recomendações da OMS” e que, após a posse, o chefe do Executivo “usou a mão esquerda para cobrir a boca ao falar - antes de tocar o braço do novo ministro”. Em uma reportagem de 2min24, o jornal informa que a Organização Mundial da Saúde agradeceu o trabalho do ex-ministro Mandetta. Antes, o jornal já havia informado que, segundo uma pesquisa do Instituto Datafolha, 64% das pessoas reprovaram a demissão. No noticiário internacional, a reportagem de maior realce foi sobre a troca de acusações sobre a origem do novo coronavírus entre os governos da China e dos EUA. Entre as 15 reportagens completas exibidas nesta edição, 14 estavam de direta ou indiretamente relacionadas com a pandemia do coronavírus, tanto por questões de saúde quanto por aspectos econômicos ou políticos. A única exceção foi vista em reportagem sobre a criação de um projeto para geração de empregos entre jovens.

De maneira geral, o conteúdo do Jornal Nacional durante a semana da demissão de Luiz Henrique Mandetta⁵³ deu amplo destaque à pandemia do coronavírus. No período, dos 109 materiais noticiosos exibidos (entre reportagens completas, notas, sonoras e quadros especiais), somente 13 (aproximadamente 11,9%) não tinham qualquer relação com a Covid-19. Estes casos, usualmente, foram retratados por meio de notas de curta duração, sem maior profundidade de cobertura. As exceções foram verificadas em reportagens sobre as mortes de importantes figuras públicas brasileiras, casos do cantor Moraes Moreira e dos escritores Rubem Fonseca e Luiz Alfredo Garcia-Roza.

A cobertura sobre a Covid-19 privilegiou a questão da saúde pública, com boletins diários sobre a situação da doença em diversas regiões do Brasil. Houve também um considerável destaque ao cenário internacional, restrito, no entanto, às notícias sobre os EUA, China e Europa. O JN tentou balancear, de certa forma, o viés mais negativo da cobertura por meio dos quadros Solidariedade S/A (exibido diariamente) e Recado Especial (veiculado em três dos cinco dias), de tom mais otimista.

⁵³ Disponível no Anexo 1 desde trabalho

Em relação à cobertura política, o maior destaque foi dado, como era de esperar, à demissão do então ministro, Luiz Henrique Mandetta. Em diversos momentos, o JN deu ênfase à dicotomia ciência (Mandetta) vs economia (Bolsonaro). O espaço dado ao presidente, contudo, foi restrito. Apenas as reportagens sobre a saída de Mandetta e a posse de Teich tiveram falas diretas do chefe do Executivo. Por outro lado, as fontes técnicas e científicas foram amplamente utilizadas, especialmente nos conteúdos de caráter educativo, até pelo fato de tratar-se de um período inicial da pandemia, no qual as informações eram mais escassas e a população não sabia ao certo como se comportar. O resumo dos principais enquadramentos verificados em cada um dos conteúdos noticiosos dessa semana pode ser visto no gráfico a seguir:

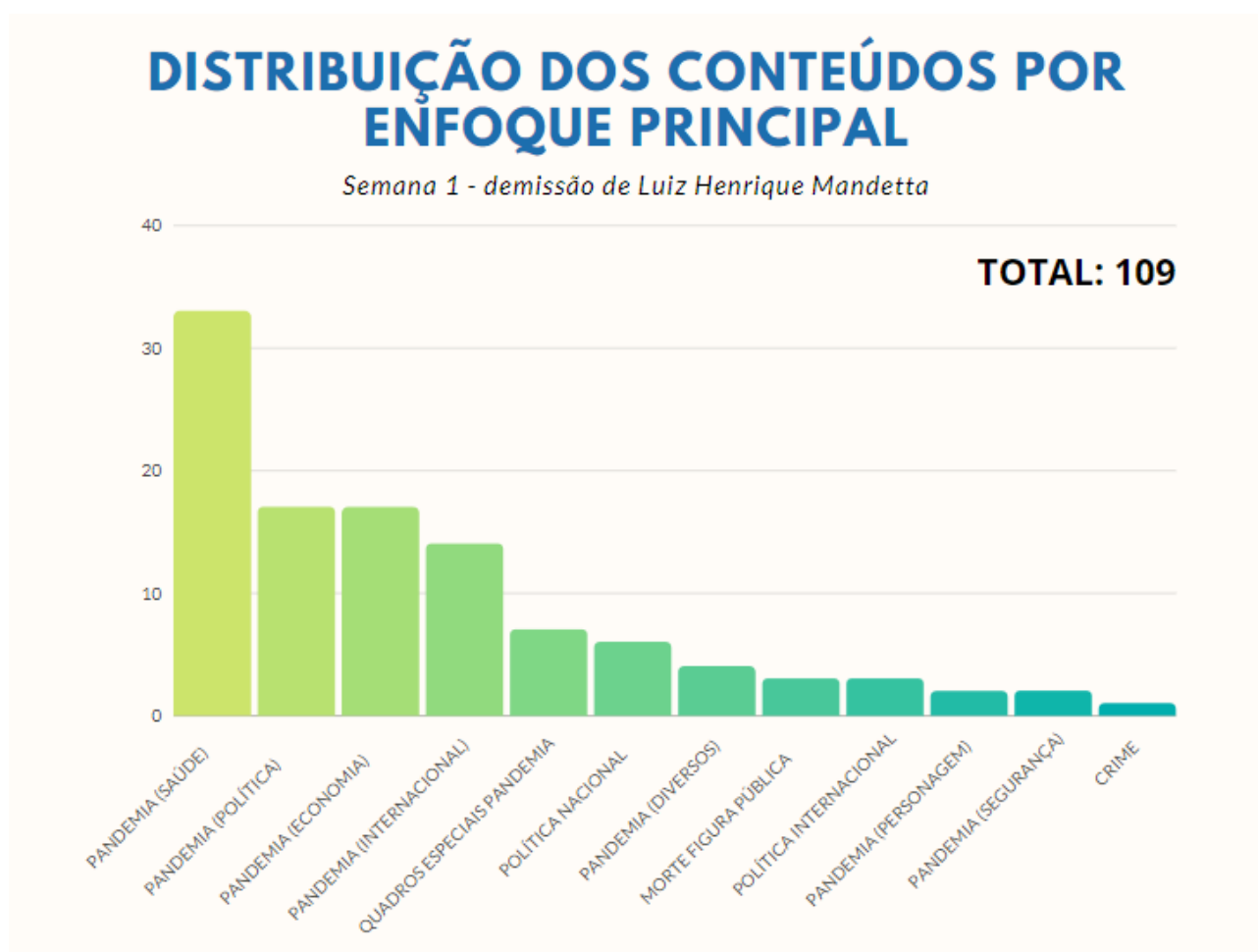


Figura 3 – Gráfico de distribuição de conteúdos do JN por enfoque principal; Semana 1 (Elaboração autoral)

6.1.2 ANÁLISE SEMANA 2 (DEMISSÃO DE NELSON TEICH)

De maneira similar ao que foi verificado durante o período que antecedeu a saída de Luiz Henrique Mandetta, o Jornal Nacional iniciou a semana da demissão de Nelson Teich (11 a 15 de maio de 2020) com uma cobertura focada em atualizações diárias sobre a situação da pandemia no Brasil. Na segunda-feira (11), após o noticiário ser aberto com informações sobre o número total de mortos e infectados pela doença no país, foram apresentadas cinco reportagens completas abordando as medidas adotadas por diferentes cidades e estados no combate à Covid-19. O presidente foi mencionado pelo fato de ter afirmado “pela primeira vez que lamenta cada morte que ocorre no país”, apesar do destaque dado pelo âncora de que, “em vez de nota de pesar, o presidente acha que é preciso ter zelo pelos recursos públicos”. O chefe do Executivo foi brevemente citado, ainda, por ter incluído salão, barbearia e academia como atividades essenciais durante a pandemia; e em nota sobre uma ação apresentada pelo jornal O Estado de S. Paulo pedindo que Bolsonaro apresentasse testes de Covid-19.

O grande destaque da cobertura noticiosa sobre o presidente neste dia, entretanto, não teve nenhuma relação com a pandemia. Trata-se de uma reportagem de mais de 8 minutos acerca do inquérito sobre a suposta tentativa de interferência política de Bolsonaro em investigações da Polícia Federal (PF). O presidente foi utilizado como fonte apenas nos segundos finais da matéria. Esta foi a única reportagem de destaque exibida pelo JN no dia sem nenhum tipo de relação com o coronavírus.

Na terça-feira (12), o jornal foi iniciado diferentemente do habitual. Os primeiros sete minutos foram dedicados aos enfermeiros, que comemoravam o seu Dia Internacional naquela data. O JN informou, por meio de nota lida pelos apresentadores, o número total de profissionais dessa categoria mortos pela Covid-19. Em seguida, explicou, em reportagem, a origem da data, além de destacar a pioneira da enfermagem no Brasil e abrir espaço à mensagem do papa em homenagem à categoria. Após a exibição desse material, o primeiro bloco foi dedicado à habitual cobertura referente ao coronavírus. Em seguida, o jornal da TV Globo deu destaque à informação de que os governadores não vão autorizar o funcionamento de serviços liberados por Bolsonaro, por acreditarem que “é preciso reforçar as medidas de isolamento”. A reportagem, de quase quatro minutos de duração, ressaltou que o presidente “ficou irritado com a reação”, dando ênfase ao fato de Bolsonaro não ter consultado o ministro Nelson Teich para tomar a decisão. Na sequência, o noticiário exibiu

um VT de três minutos sobre um estudo que demonstrou que a hidroxicloroquina pode não ser eficaz contra a Covid-19. A reportagem lembra que o uso de medicamento é defendido por Bolsonaro.

O presidente foi destaque também em reportagem sobre uma fake news, compartilhada por Bolsonaro, sobre as mortes causadas por doenças respiratórias. O texto ressalta não ser a primeira vez que ele divulga mensagens falsas nas redes sociais. Na sequência, o telejornal exibiu reportagem de 5min25 sobre os gastos com cartão corporativo da Presidência para os primeiros quatro meses serem os mais altos dos últimos oito anos.

A cobertura sobre os desdobramentos das investigações sobre a suposta interferência de Bolsonaro foram o grande destaque do último bloco do Jornal Nacional. Quase 22 minutos desta edição foram dedicados ao assunto, num dos raros momentos em que a cobertura da pandemia foi completamente deixada de lado pelo principal Jornal da Rede Globo durante o período analisado no presente trabalho.

O padrão voltou a repetir-se no último bloco da edição do dia seguinte, quarta-feira (13), com quase 20 minutos voltados exclusivamente ao caso. Antes disso, no entanto, o presidente já havia sido destaque por conta de desentendimentos com o ministro Teich a respeito do uso da cloroquina para pacientes com sintomas leves de Covid-19 e das medidas de isolamento como forma de combate ao coronavírus. Fora do universo das pautas diretamente relacionadas à pandemia e às denúncias contra Bolsonaro, houve destaque para o tema Educação com uma reportagem de cerca de três minutos sobre as dificuldades encontradas por estudantes mais pobres na preparação para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Na quinta-feira (14), a estrutura do jornal foi muito similar. Reportagens sobre a pandemia no primeiro bloco, com um giro de notícias em vários estados do Brasil; em seguida, notícias mais gerais sobre a Covid-19; e o fim da edição dedicado à cobertura sobre as suspeitas de interferência de Bolsonaro na PF. Um dos destaques da edição é uma reportagem de aproximadamente seis minutos sobre os mais recentes ataques do presidente às medidas de isolamento social. Na ocasião, o presidente citou a Suécia como exemplo de país bem-sucedido ao adotar o chamado isolamento vertical (no qual são isolados apenas as pessoas do grupo de risco). A reportagem do JN contrapõe o argumento do presidente, ressaltando que o país tem, proporcionalmente, altos índices de morte por Covid-19. Outra reportagem, de mais de sete minutos, traz informações sobre a publicação de medida provisória que livra agentes públicos de punições por omissões e equívocos nas

ações de combate ao coronavírus. Assinada por Bolsonaro, a medida é associada à facilitação de irregularidades e seria uma forma de “encobrir atos e omissões do governo”. Tais afirmações não são feitas na voz direta do repórter, mas sim por meio de entrevistas com especialistas e autoridades.

Por fim, na sexta-feira (15), o anúncio da demissão de Nelson Teich foi o grande destaque da edição. Logo na cabeça do primeiro VT, o âncora chama a matéria salientando que “mais uma vez, a saída do ministro da Saúde se dá depois de o presidente Jair Bolsonaro insistir na adoção de medidas sem amparo da comunidade científica internacional e da Organização Mundial da Saúde”. Assim como ocorreu com Mandetta, o JN narrou a sequência de fatos que levaram à saída de Teich, ressaltando as reações negativas de políticos, entidades médicas e sociedade civil à decisão. Exceção feita ao posicionamento do líder do governo no Congresso, senador Eduardo Gomes, todas as manifestações apresentadas pelo JN mostraram contrariedade à nova troca no comando da pasta. A edição exibiu, no segundo bloco, a situação da Covid-19 em diversos estados brasileiros, deixando mais uma vez para o fim o material sobre a interferência do presidente na PF. O grande destaque foi dado a uma reportagem de mais de dez minutos com transcrições da reunião ministerial de 22 de abril, na qual Bolsonaro teria reclamado de não poder intervir na Polícia Federal.

Diferentemente do que ocorreu quando Luiz Henrique Mandetta foi demitido, a semana da saída de Nelson Teich teve dois grandes assuntos concorrendo pela atenção do noticiário: de um lado, todas as pautas relacionadas à pandemia de Covid-19, sejam elas tratadas sob o viés da saúde pública, política ou economia; do outro, a cobertura envolvendo as investigações acerca da tentativa de Bolsonaro intervir na Polícia Federal.

Entre os 123 conteúdos noticiosos⁵⁴ exibidos (entre reportagens completas, notas, sonoras, entradas ao vivo e quadros especiais), ao menos 34 não tinham relação com a pandemia, o que equivale a 27,6% do total. Apesar da óbvia prioridade dada às pautas relacionadas à Covid-19, verificou-se uma maior variedade na cobertura. Essa diversidade, contudo, não alterou o teor do noticiário, ainda fortemente orientado para a cobertura da pandemia. Praticamente todo o conteúdo noticiosos que não dizia respeito ao coronavírus tinha relação com as acusações contra Bolsonaro interferir na Polícia Federal. A maioria das exceções a essa tendência foram assuntos de cobertura muito resumida, geralmente notas rápidas com duração inferior a 45 segundos.

⁵⁴ Disponível no Anexo 1 deste trabalho

O resumo dos principais enquadramentos verificados em cada um dos conteúdos noticiosos da segunda semana analisada pode ser visto no gráfico a seguir:

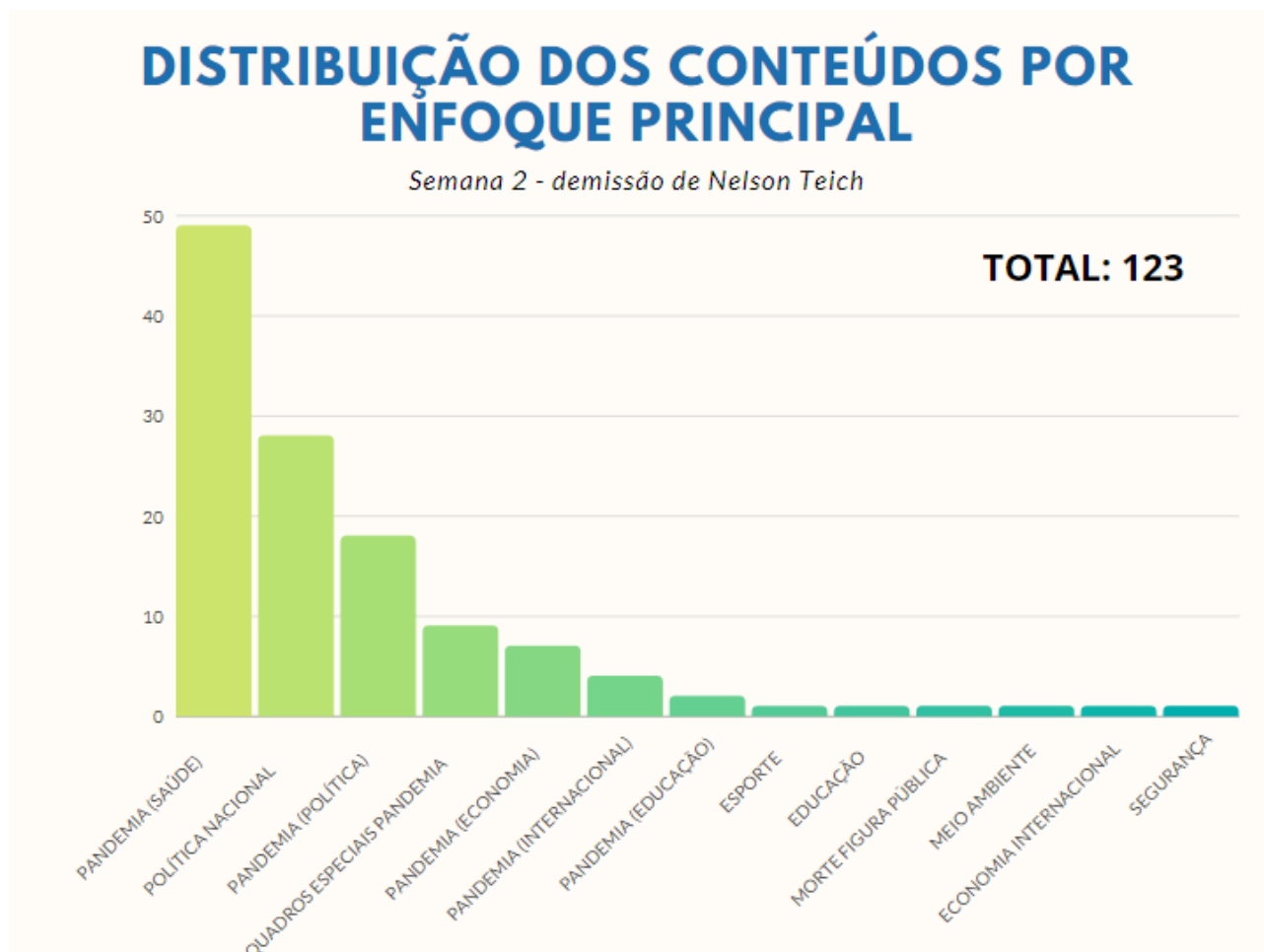


Figura 4 – Gráfico de distribuição de conteúdos do JN por enfoque principal; Semana 2 (Elaboração autoral)

6.1.3. ANÁLISE SEMANA 3 (DEMISSÃO EDUARDO PAZUELLO)

Duas peculiaridades relevantes distinguem as circunstâncias da demissão do ministro Eduardo Pazuello dos contextos das saídas de Luiz Henrique Mandetta e Nelson Teich. A primeira delas refere-se à situação da pandemia no Brasil e no mundo. Enquanto que nos casos de Mandetta e Teich as demissões ocorreram em um estágio inicial da pandemia, com um número de mortes ainda relativamente baixo, Pazuello deixou o cargo vendo o país à beira das 280 mil mortes, apesar de já haver vacinas para imunizar a população. A segunda especificidade está diretamente relacionada à relação dos ministros com Bolsonaro: tanto Mandetta quanto Teich saíram por um não alinhamento às políticas desejadas pelo chefe do

Executivo, Jair Bolsonaro. Já Pazuello deixou a pasta por pressões externas, apesar de ser um fiel escudeiro do presidente. Um fator adicional de diferenciação entre os três casos pode vir, ainda, da própria cobertura jornalística. Será que, após mais de um ano abordando diariamente a pandemia, o Jornal Nacional ainda reservaria quase todo o espaço de seu noticiário a pautas relacionadas à Covid-19, ou haveria agora uma maior pluralidade de assuntos e abordagens? A análise que se seguirá ajudará a responder a essa e outras perguntas.

A demissão de Pazuello foi confirmada logo na segunda-feira (15 de abril de 2021). Assim, o JN abriu sua edição com uma reportagem factual de quase quatro minutos informando que o médico Marcelo Queiroga aceitou o convite de Bolsonaro para assumir o Ministério da Saúde. Em seguida, a edição deu destaque à entrevista coletiva em que Pazuello se despediu do cargo, com ênfase no anúncio da compra de mais de 100 milhões de doses de imunizantes contra a Covid-19. A terceira reportagem do dia, entretanto, relembrou os escândalos em que Pazuello esteve envolvido desde que assumiu o comando da pasta, ressaltando o fato de ele ser investigado em várias frentes, com suspeitas “sobre ações e omissões na pandemia”. Desta vez, diferentemente que ocorreu nas demissões anteriores, o JN não apresentou as reações de entidades médicas, civis e do mundo político à saída do ministro.

A cobertura sobre a demissão foi interrompida pela apresentação do quadro da Covid-19 no Brasil, que na altura apresentava média de mortes até então recorde, com 1.855. Depois de uma nota curta sobre um relatório do governo Trump mostrando que os EUA tentaram persuadir o Brasil a não comprar a vacina russa, o JN voltou a dar destaque à demissão de Pazuello. No maior VT daquele dia, com 7min17, a edição relembrou a passagem dos dois ministros anteriores, salientando que ambos foram demitidos por discordâncias com Bolsonaro a respeito do distanciamento social e do uso de medicamentos como a cloroquina. Sobre Pazuello, por outro lado, o texto da reportagem frisa que tratava-se de alguém “sem nenhuma experiência na área”, que “pôs em prática um discurso alinhado ao do presidente Bolsonaro”. A matéria observa, ainda, que Pazuello apareceu, “em diversos momentos, sem usar máscara ao lado de autoridades”, e que sua gestão “ficou marcada pela lentidão nas negociações para comprar vacinas”. Já ao apresentar as credenciais do novo ministro, Queiroga, o telejornal diz que “ele é próximo da família Bolsonaro, mas já defendeu o isolamento social e a vacinação”. Um outro assunto de destaque da edição deste dia foi a recusa da cardiologista Ludhmila Hajjar ao convite para

assumir o comando do Ministério da Saúde por divergências sobre a condução da pandemia por parte do governo. O tema foi abordado em uma reportagem de mais de 5min30, completamente estruturada de acordo com os comentários (de tom crítico ao governo federal) que a médica teceu sobre a condução da pandemia no país. No fim do jornal, mais um conteúdo com críticas à atuação do governo federal no combate à pandemia. Desta vez, por meio de uma reportagem de cerca de 3min30 com sonoras de quatro governadores – Renato Casagrande, Flávio Dino, Eduardo Leite e João Dória, considerados adversários políticos de Bolsonaro – com críticas a atuação do governo Bolsonaro.

Na terça-feira (16), a cobertura foi voltada muito mais à situação da Covid-19 pelo país, com três matérias consecutivas sobre os quadros vividos por São Paulo, Minas Gerais e Paraná, além de entrada ao vivo do estúdio sobre o novo recorde diário de mortes. O primeiro grande destaque desta edição foi a suspensão da vacinação em cinco capitais por falta de imunizantes. Na reportagem, de mais de sete minutos, o JN utilizou majoritariamente fontes técnicas e especialistas, que destacaram a lentidão e a falta de organização e de planejamento do governo na compra de imunizantes. Além disso, o texto do repórter ressalta que “a situação estaria ainda mais difícil não fosse o esforço do Instituto Butantan em parceria com a chinesa Sinovac, de onde saíram mais de 70% das doses aplicadas em todo o país”. Vale destacar que Bolsonaro, em diversas ocasiões, atacou diretamente o imunizante desenvolvido pelo Butantan, chegando a chamá-lo, inclusive, de “vacina chinesa de João Doria”⁵⁵. Na matéria, nenhum fonte do governo foi ouvida. Somente uma nota do Ministério da Saúde foi citada ao fim da reportagem.

Outro enquadramento que recebeu grande atenção por parte do JN foram as opiniões de especialistas sobre os desafios do novo ministro, os quais, segundo o jornal, “consideram que o novo ministro precisa ouvir a ciência para combater o caos no sistema de saúde brasileiro.”. Em reportagem de quase nove minutos, a maior da edição, o noticiário fez uma recapitulação da gestão de Pazuello e de seu relacionamento com Bolsonaro, com grande ênfase no atraso para compra de vacinas e os inúmeros episódios de aglomeração causados pelo presidente, “quase sempre sem máscara”, enquanto “o mundo pregava o uso de máscaras e o isolamento social”.

Fora do noticiário relacionada à Covid-19, o JN deu destaque apenas a dois assuntos, ambos investigações envolvendo filhos de Bolsonaro. Na primeira das reportagens, de cerca de 4 minutos, o telejornal da Globo revela que Flávio Bolsonaro “sofreu duas derrotas no

⁵⁵ Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/veja-10-vezes-em-que-bolsonaro-criticou-coronavac-24843568>. Acesso em 18 set. 2021

caso das rachadinhas”, que investiga indícios de que funcionários de Flávio devolviam parte dos salários que recebiam em um esquema de corrupção. Na outra matéria, de duração similar, o Jornal Nacional informa que um inquérito foi aberto para investigar Jair Renan Bolsonaro, o filho mais novo do presidente, e a suposta atuação da empresa dele junto ao governo federal”.

Na edição de quarta-feira (17), o padrão de abertura do telejornal repetiu-se, com exibição de conteúdos sobre o quadro enfrentado pelo Brasil na pandemia, descrito como a “maior crise sanitária e hospitalar da história” do país logo na primeira reportagem. Nesta mesma matéria, uma das principais fontes ouvidas é um médico sanitário, cuja sonora escolhida para ilustrar a reportagem diz o seguinte: “O governo federal rejeitou a ciência, rejeitou a saúde pública, brigou contra as evidências. Nós nunca tivemos uma política de comunicação pesada, orientando, esclarecendo, mobilizando. E o resultado macabro e dramático é essa crise humanitária que nós vivemos hoje”.

Após dar destaque a esse conteúdo da área de saúde, com ênfase nos novos recordes negativos atingidos pelo Brasil (neste dia, o país ultrapassou, pela primeira vez, a média diária de 2 mil mortos), o noticiário reservou quase nove minutos de sua edição à exibição dos resultados da última pesquisa realizada pelo Datafolha, que registrava, à época, a maior rejeição ao desempenho de Bolsonaro na pandemia. O JN não se limitou a indicar os dados mais superficiais do inquérito, como costuma fazer ao abordar esse tipo de assunto, traçando todo um histórico das avaliações do presidente desde abril de 2019, no estágio inicial da pandemia. Além disso, o Jornal Nacional também deu destaque às respostas dos brasileiros sobre questões sobre o principal culpado pela situação atual da pandemia, o desempenho do Ministério da Saúde em relação ao coronavírus, a possibilidade de abertura de um processo de impeachment contra o presidente e a capacidade de Bolsonaro de liderar o país, entre outros tópicos. Em todos estes casos, com números extremamente negativos para o chefe do Executivo.

Fora do universo da pandemia, o único assunto tratado com destaque pelo JN foram, mais uma vez, as investigações contra Flávio Bolsonaro no esquema das rachadinhas, com uma reportagem completa de 4min39 sobre o tema. Todas as demais pautas não relacionadas à Covid-19 foram tratadas de maneira superficial, por meio de notas curtas lidas pelos apresentadores, com duração média de 40 segundos.

A edição de quinta-feira (18) teve como destaque, além do habitual noticiário de saúde, uma reportagem sobre a derrubada, por parte do Câmara dos Deputados, de vários

vetos de Jair Bolsonaro ao pacote anticrime. Outro tema destacado pelo JN foi a criação, pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), de um grupo para monitorar o combate à corrupção no Brasil. Uma das causas para a formação desse grupo, segundo a matéria, seriam “as decisões judiciais que até agora protegem Flávio Bolsonaro” na investigação do esquema das rachadinhas. O assunto de maior realce nesta edição, entretanto, foi a morte do Senador Major Olímpio por Covid. A reportagem ressalta que, apesar de ser um aliado de Bolsonaro no início da gestão, Olímpio “foi um crítico do governo no combate à pandemia”, reclamando do presidente “em relação às falhas na compra de vacina e às críticas à CoronaVac”. Em outra reportagem, sobre as preocupações do Congresso com a piora da crise sanitária após a morte de Olímpio, o JN informa que o “presidente não se manifestou sobre a morte do ex-aliado político”. Além disso, pelo segundo dia consecutivo, o noticiário exibiu dados de pesquisa Datafolha sobre a condução da pandemia, desta vez com enfoque no isolamento social. Sem citar Bolsonaro, a matéria foi bem mais curta do que a do dia anterior, com duração de 2min31.

Por fim, a edição de sexta-feira (19) foi a que reservou o maior espaço às pautas não relacionadas à pandemia, com três reportagens completas sobre temas relativos a crimes e corrupção, sem qualquer tipo de envolvimento de Bolsonaro ou seus familiares. O presidente foi destaque no entanto, na principal reportagem da edição, uma matéria de mais de oito minutos sobre uma ação, apresentada por ele, pedindo o fim das medidas restritivas no Distrito Federal, na Bahia e no Rio Grande do Sul. A reportagem apresentou especialistas para rebater as acusações feitas por Bolsonaro. Em uma das sonoras apresentadas, um infectologista afirma que o questionamento judicial feito pelo presidente “chocou a todos nós da comunidade científica” e é “absolutamente absurdo”. O JN também apresenta estatísticas dos EUA e da Inglaterra para mostrar a importância do lockdown no combate ao coronavírus, contrapondo os argumentos utilizados pelo chefe do Executivo.

Outra matéria de destaque abordou a suspensão da investigação pedida pelo vereador Carlos Bolsonaro, filho do presidente, contra o influenciador digital Felipe Neto, que havia se referido a Jair Bolsonaro como genocida em razão da postura do governo em relação à pandemia. Além disso, assim como nos dois dias anteriores, o jornal abriu espaço a mais uma pesquisa do instituto Datafolha sobre a pandemia.

De maneira geral, o conteúdo noticioso durante a semana de demissão de Pazuello ainda esteve muito centrado nas pautas relacionadas à pandemia. Entre os 81 conteúdos noticiosos⁵⁶ exibidos (entre reportagens completas, notas e entradas ao vivo), apenas 21

⁵⁶ Disponível no Anexo 1 deste trabalho

(cerca de 26%) não tinham ligação com a Covid-19. No caso destas, a maior ênfase foi dada às investigações envolvendo Flávio Bolsonaro no caso das rachadinhas. Outro fator que chama a atenção é que, nesta semana, o JN já não reservava mais espaço para matérias especiais sobre personagens notáveis ou ações de solidariedade na pandemia. Quase todo o conteúdo foi formado por pautas quentes, as chamadas *hard news*, estivessem elas relacionadas à pandemia ou não.

O resumo dos principais enquadramentos verificados em cada um dos conteúdos noticiosos da terceira semana analisada pode ser visto no gráfico a seguir:

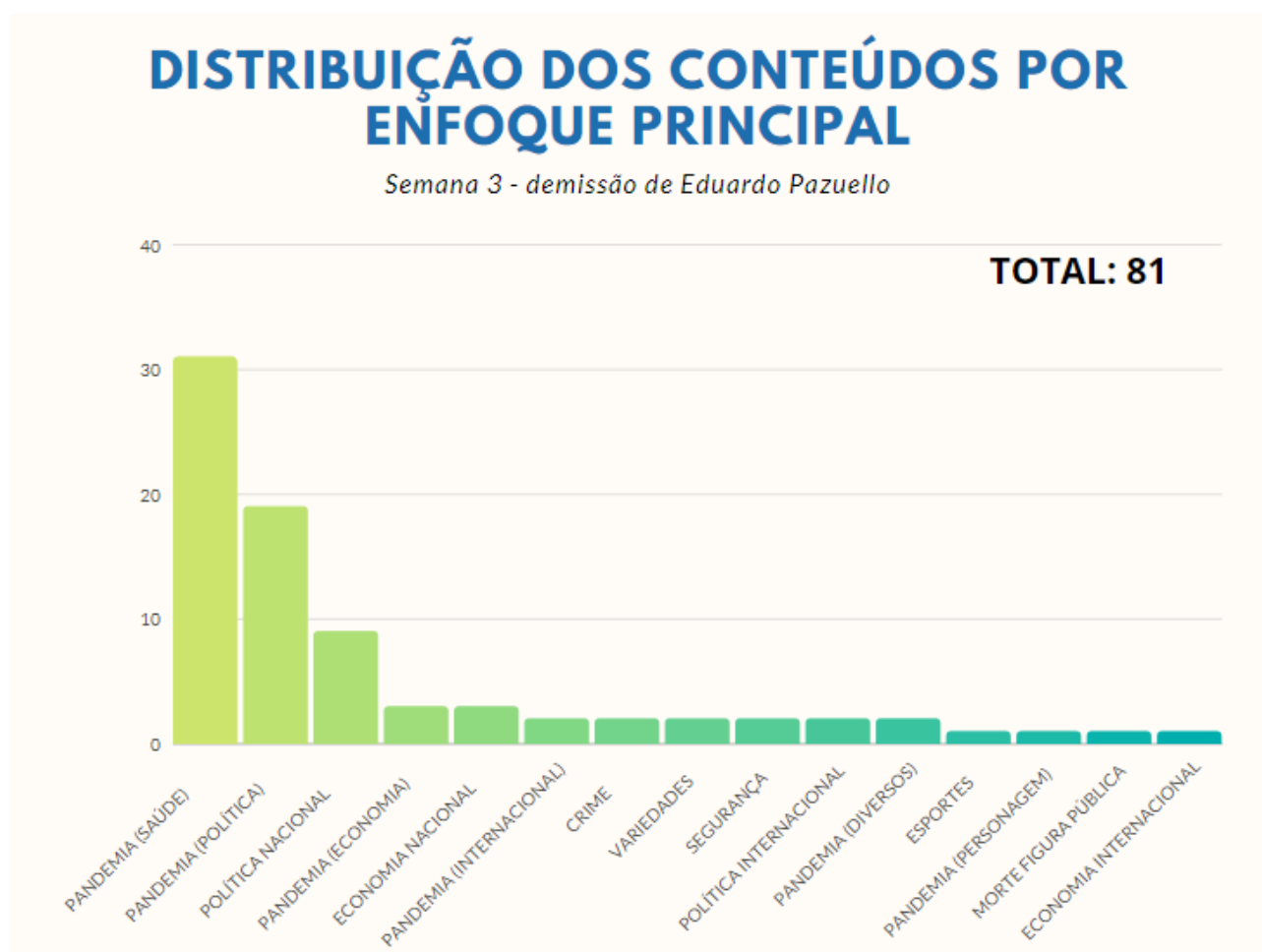


Figura 5 – Gráfico de distribuição de conteúdos do JN por enfoque principal; Semana 3 (Elaboração autoral)

A observação combinada dos três gráficos de distribuição temática das matérias do JN durante as semanas de análise deixa claro que a pandemia foi, como era de se esperar, o assunto de grande destaque da cobertura. O principal enquadramento verificado foi o da saúde, ou seja, o predomínio foi dado às pautas relacionadas ao número total de mortos e infectados, orientações sobre isolamento, desenvolvimento de vacinas, compra de

equipamentos etc. Houve grande destaque, também, para o aspecto político da pandemia, enquadramento motivado, sobretudo, pelas saídas dos ministros; e para o viés econômico, no qual estão incluídas reportagens sobre auxílios emergenciais para a população, quedas nos indicadores econômicos em razão da pandemia etc.

É possível dizer que houve grande prioridade à cobertura noticiosa sobre a Covid e seus desdobramentos, mas houve alguns poucos assuntos de grande interesse nacional que tiveram a capacidade de “furar” esse bloqueio. Durante as três semanas analisadas, isso ocorreu, sobretudo, nos casos das pautas de política nacional com algum envolvimento do presidente Jair Bolsonaro. Praticamente não houve espaço para assuntos que, historicamente, fazem parte da pauta do JN, mesmo que de maneira mais tímida. São os casos, por exemplo, de esportes, cultura e entretenimento, entre outros. Algumas das raras exceções ocorreram nas datas em que figuras públicas morreram, dias nos quais o JN reservou um maior espaço a conteúdos dessas editorias. Em resumo, toda a agenda do Jornal Nacional esteve condicionada pela cobertura da pandemia. Além disso, é possível afirmar que o jornal se colocou, desde o princípio, como um defensor da ciência, questionando a postura do presidente em relação à pandemia; destacando os riscos do uso de medicamentos sem comprovação científica; e estimulando a população a cumprir medidas de isolamento e distanciamento social. Postura diferente, por exemplo, da adotada em alguns momentos pela Record TV, emissora muito mais alinhada às pautas bolsonaristas, que por mais de uma vez veiculou reportagens favoráveis ao uso desses medicamentos⁵⁷, chegando até a destacar que a “cloroquina é esperança” para a população⁵⁸.

6.2. A AGENDA DO PÚBLICO

No presente estudo, a agenda do público foi mensurada de duas formas: por um lado, examinamos os temas que mais preocupam a população brasileira, a exemplo do que fez Funkhouser (1973) em suas pesquisas na década de 1960; por outro, buscamos verificar também sobre o que o público brasileiro fala, para compreender se há alguma relação com os principais temas da agenda dos media.

⁵⁷ Ver <https://recordtv.r7.com/domingo-espetacular/videos/pacientes-curados-com-hidroxicloroquina-falam-sobre-o-tratamento-29032020>. Acesso em 20 set. 2021

⁵⁸ Ver <https://recordtv.r7.com/videos/idosa-e-curada-da-covid-19-em-tratamento-com-uso-de-cloroquina-27032020>. Acesso em 20 set. 2021

6.2.1. O QUE PREOCUPA OS BRASILEIROS (ANÁLISE DAS PESQUISAS DE OPINIÃO PÚBLICA)

Para verificar o primeiro desses dois aspectos, recorreremos às pesquisas de opinião pública *What Worries the World*, realizadas mensalmente pelo Instituto Ipsos em diversos países ao redor do mundo. No mês de abril de 2020 (demissão de Luiz Henrique Mandetta), ainda durante o estágio inicial da pandemia, os temas que geravam maior preocupação entre os brasileiros eram os seguintes:

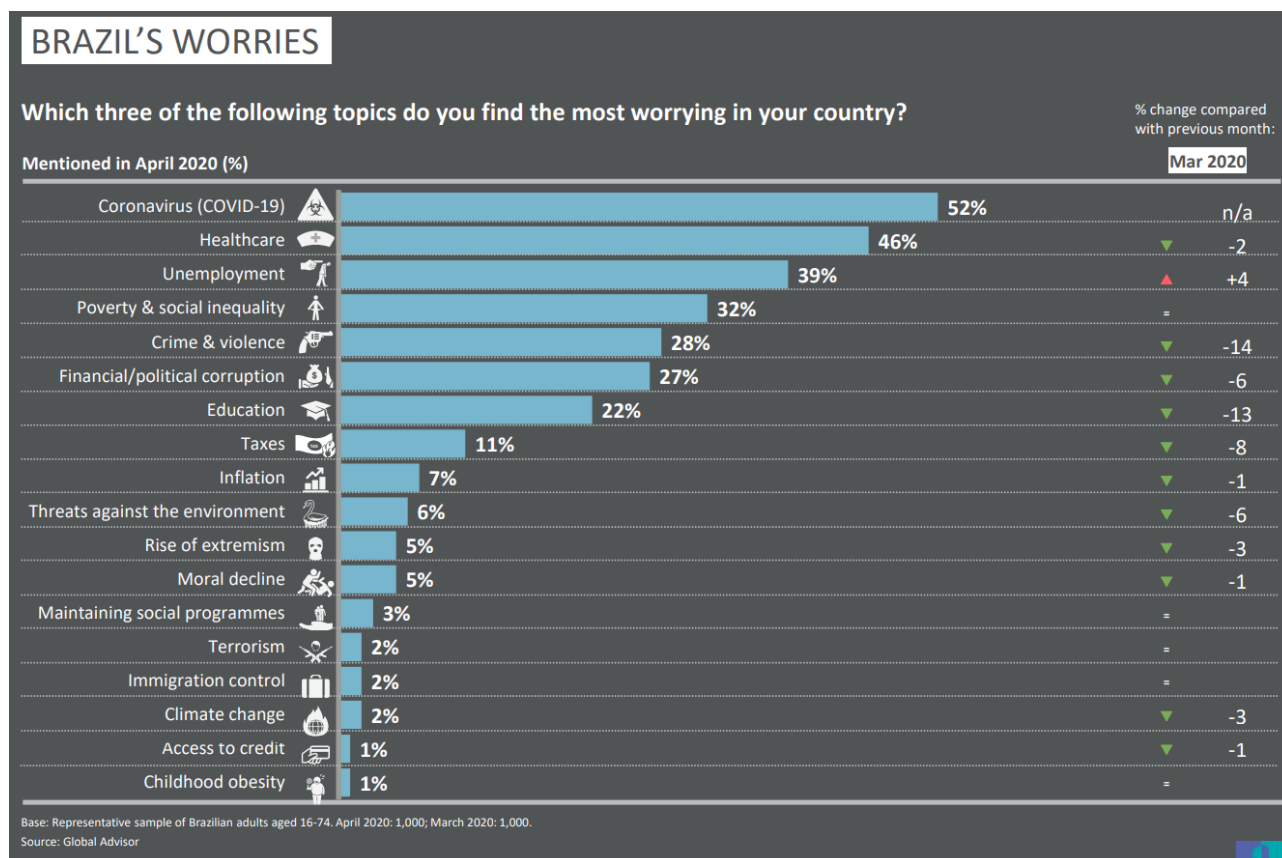


Figura 6 – Maiores preocupações dos brasileiros em abril de 2020 (Fonte: Instituto Ipsos⁵⁹)

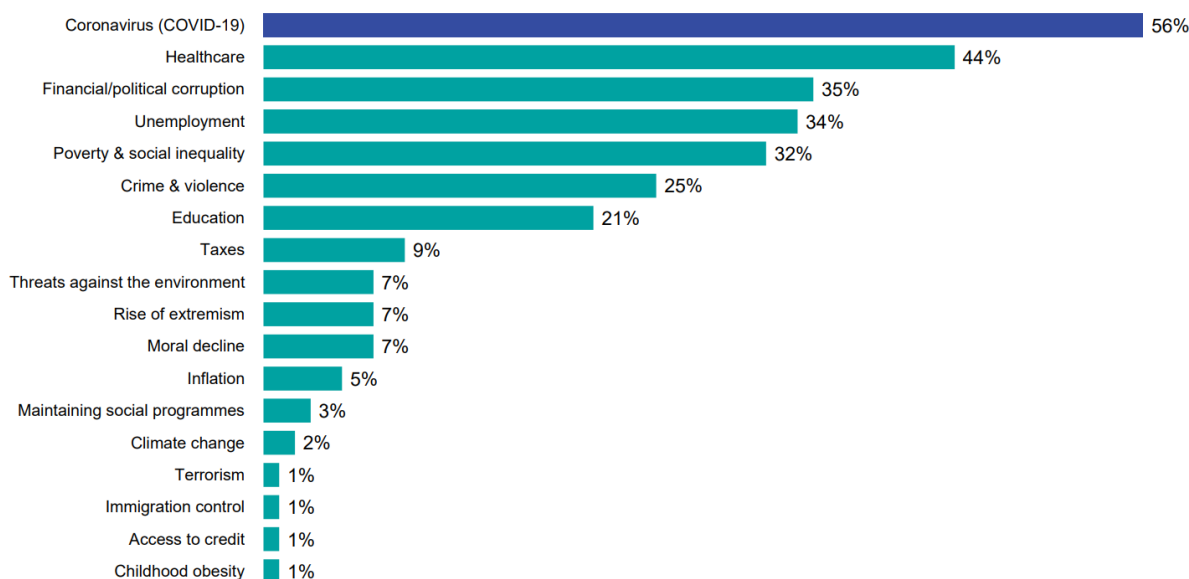
A pesquisa do Instituto Ipsos é realizada da seguinte forma: pergunta-se ao entrevistado, entre a lista de assuntos acima, quais são os três temas que mais geram preocupação em seu país na avaliação dele. Por esse motivo, a soma dos percentuais ultrapassa os 100%. No caso brasileiro, como a tabela nos mostra, a Covid-19 foi o tema mais citado, sendo mencionado por 52% das pessoas. Em seguida, aparecem os cuidados em saúde (*healthcare*), tópico citado por 46% dos entrevistados, que também pode estar diretamente relacionado às preocupações geradas pela pandemia. Outros assuntos de

⁵⁹ Disponível em <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-04/what-worries-the-world-april-2020-ipsos.pdf>. Acesso em 22 jul. 2021

destaque são desemprego (*unemployment*), com 39%; pobreza e desigualdade social (*poverty & social inequality*), com 32%; crime e violência (*crime & violence*), com 28%; corrupção financeira/política (*financial/political corruption*), com 27%; e educação (*education*), com 22%. O Brasil, assim, seguiu a tendência mundial. Considerando todas as 28 nações em que a pesquisa foi feita, o coronavírus também foi o assunto mais citado, com 61%.

No segundo mês de análise (maio de 2020, período de demissão de Nelson Teich), os resultados foram muito similares. É possível notar, entretanto, um crescimento da preocupação com o tema coronavírus, citado agora por 56% dos entrevistados. Além disso, a corrupção subiu para o terceiro lugar no ranking, passando a ser mencionada por 35% das pessoas, como é possível ver na figura abaixo.

BRAZIL



21 - Source: Ipsos Global Advisor
Base: 1000 Brazilian adults aged 16-74. May 2020



Figura 7 – Maiores preocupações dos brasileiros em maio de 2020 (Fonte: Instituto Ipsos⁶⁰)

Em março de 2021 (mês da demissão de Eduardo Pazuello), quando o Brasil já ultrapassava a marca dos mais de 300 mil mortos pela Covid-19 no país, o coronavírus seguia na primeira colocação entre os assuntos que mais preocupavam a população, sendo mencionado por 51% dos entrevistados. Até então, tratava-se do mês com o maior número de mortes por covid-19 no Brasil: 66.573⁶¹. À época, o país liderava de forma absoluta o

⁶⁰ Disponível em <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-06/what-worries-the-world-may-2020-ipsos.pdf>. Acesso em 11 ago. 2021

⁶¹ Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/1-a-cada-5-brasileiros-vitima-da-covid-19-morreu-em-marco-de-2021/>. Acesso em 15 ago. 2021

ranking de mortes diárias por Covid-19, com 3,8 mil a cada 24h⁶². Para efeito de comparação, os Estados Unidos, que ocupavam a segunda posição da lista, registravam cerca de 800 óbitos por dia, apesar de terem uma população superior à brasileira em mais de 100 milhões de pessoas. Outros assuntos de destaque apontados pelos brasileiros foram corrupção financeira e política (34%), desemprego e trabalho (33%), pobreza e desigualdade social (30%) e crime e violência (26%). O que chama a atenção, no entanto, é que apesar de liderar com folga o índice de mortes por Covid-19 no planeta, o Brasil aparecia apenas na 12ª posição (de um total de 27 países) no ranking de países em que a população mais se preocupava com o coronavírus, atrás de diversos países com taxas de morte muito inferiores à brasileira, como revela a figura abaixo.

1 | CORONAVIRUS (COVID-19)

(%) worried in March 2021 in each country

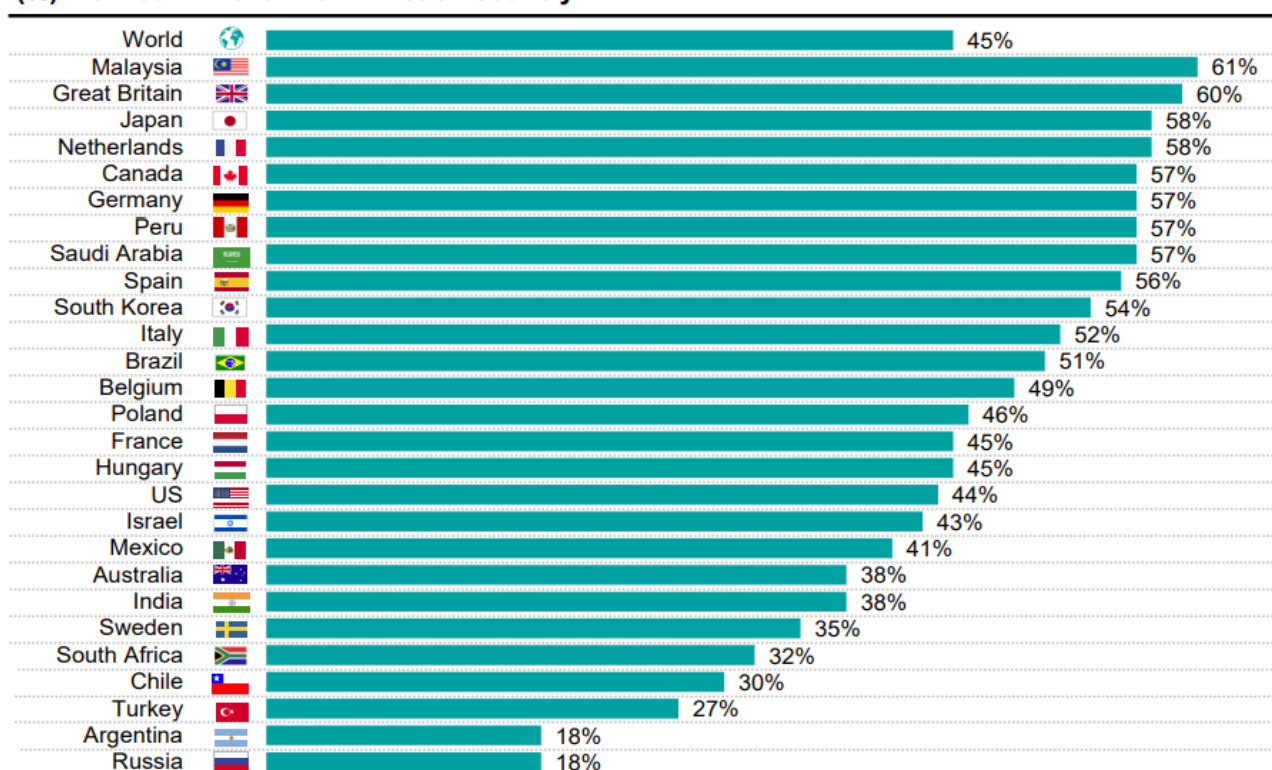


Figura 8 – Percentual da população preocupada com a Covid-19, por país, em março de 2021 (Fonte: Instituto Ipsos⁶³)

⁶² Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/brasil-tem-quase-metade-das-mortes-por-covid-19-entres-os-10-primeiros-paises/>. Acesso em 15 ago. 2021

⁶³ Disponível em https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-06/Global-summary_WhatWorriestheWorld-June2021.pdf. Acesso em 15 ago. 2021

Por meio desses dados, portanto, é possível perceber que a agenda noticiosa do Jornal Nacional estava alinhada àquilo que a população brasileira considerava mais relevante, com destaque absoluto para o tema coronavírus, seguido, com algumas variações, pelos tópicos de corrupção, desemprego e pobreza. Isso significa afirmar, com algum grau de segurança, que existia uma consonância entre as agendas midiática e pública. Mas será que os media conseguiram ter alguma influência nos tópicos sobre os quais o público pensa e fala? Para isso, examinamos, como dito anteriormente, os *trending topics* do Twitter durante os mesmos dias em que a cobertura noticiosa do JN foi avaliada, de forma a verificar se há ou não alguma relação nessas agendas. Os achados serão apresentados a seguir.

6.2.2. SOBRE O QUE OS BRASILEIROS FALAM (ANÁLISE DOS TRENDING TOPICS DO TWITTER)

O Brasil tinha, em julho deste ano, 17,25 milhões de usuários registrados no Twitter, segundo informações da Statista⁶⁴, empresa especializada em dados de mercado e consumidores. Isso faz do país o quinto no ranking global de utilizadores desta rede social, atrás apenas de Estados Unidos, Japão, Índia e Reino Unido. Este universo representa uma fonte relevante para sobre o que o público fala, como destacam Crespo e del Barrio (2015).

As redes sociais permitem um vasto leque de manifestações informativas, desde a promoção de manchetes de jornais com links para as suas edições digitais, até as anedotas mais implausíveis e sem vocação informativa. Mas entre os dois extremos, existem milhões de publicações que nos dizem, todos os dias, quais são os reais interesses dos leitores (Crespo e del Barrio, 2015, p. 23).

Como ressalta Recuero (2016), a audiência do Twitter (e das redes sociais, de modo geral) só tem contato com determinado conteúdo se intermediários (os próprios usuários, que influenciam os demais) realizarem o trabalho de *gatekeeping*, replicando as mensagens por meio de *tweets* e *retweets*. Em outras palavras, um tópico abordado pelos media tradicionais só será tendência na rede se os usuários, ativamente, discutirem esse conteúdo.

⁶⁴ Disponível em <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>. Acesso em 20 set. 2021

Como aponta a estudiosa, “a opinião pública, assim, também é construída e compartilhada na mídia social” (Recuero, 2016, p. 162).

Por conta disso, consideramos, no presente estudo, o Twitter como uma importante ferramenta para avaliar a agenda do público em tempo real, algo inimaginável nos primeiros estudos sobre o agendamento. Para traçar um panorama dos principais tópicos discutidos na rede durante o período analisado, foi feito um levantamento e categorização dos *trending topics* – os assuntos ou termos do momento, de acordo com o total de menções pelos usuários. Para essa análise, foi utilizada a ferramenta ExportData, que compila os *trending topics* por país e faixa horária. No caso do presente estudo, os assuntos do momento foram coletados sempre às 21h (horário de Brasília), de forma a coincidir com a exibição do Jornal Nacional. Para reduzir o já vasto universo de tópicos, foram reunidos apenas os cinco assuntos mais citados por dia na hora selecionada.

É importante chamar atenção, no entanto, para a existência de uma certa distorção da realidade operada pelos *trending topics*, uma vez que eles são, muitas vezes, impulsionados de forma coordenada, de forma a elevar a saliência de determinados tópicos. Em diversas ocasiões, esse trabalho é desempenhado por contas robôs, como no caso de um usuário que fez 65 mil *tweets* de apoio ao governo Bolsonaro em um período de apenas dez meses⁶⁵. O Twitter reconhece o problema e tem adotado medidas para frear o uso desse tipo de expediente, como quando suspendeu temporariamente, em junho deste ano, milhares de contas consideradas suspeitas⁶⁶. Apesar da possível interferência desse tipo de ação, consideramos válida a análise do Twitter como uma espécie de espelho virtual da opinião pública.

A análise dos cinco tópicos de maior destaque⁶⁷ mostra que, de modo geral, não houve grande correlação entre os temas em destaque no principal jornal do país e aquilo que era motivo de debate no Twitter. Na primeira semana examinada (13 a 17 de abril de 2020), do total de 25 termos presentes entre os *trending topics*, somente um (Mandetta) tinha algum tipo de relação com o conteúdo noticioso do JN, justamente no dia em que foi anunciada a saída do ministro. A maior parte dos registros restantes tinha ligação com reality shows brasileiros ou apresentações de artistas em *lives* na internet. Em alguns casos, os assuntos. Houve exceções, como a presença dos termos “Lula” – em referência ao ex-

⁶⁵ Disponível em <https://poligrafo.sapo.pt/sociedade/artigos/investigacao-como-funciona-um-perfil-robo-no-twitter>. Acesso em 21 set. 2021

⁶⁶ Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/em-acao-contra-o-uso-de-robos-twitter-suspende-contas/>. Acesso em 21 set. 2021

⁶⁷ Disponível no Anexo 2 deste trabalho

presidente Luiz Inácio da Silva, que havia feito uma transmissão ao vivo pelas redes sociais – e “#AbortoNao” – tema que, a princípio, não apresentou nenhum fato relevante no país durante a semana.

Na segunda semana analisada (11 a 15 de maio de 2020), houve correlação entre os temas em destaque no Jornal Nacional e os *trending topics* no Brasil em três dos cinco dias. Na segunda-feira (11), dia da demissão de Nelson Teich, o termo “#ForaTeich” aparecia na segunda posição entre os principais tópicos da rede social, atrás apenas de “#MostraAFaturaBolsonaro”, em referência ao gastos do presidente com cartão corporativo, os mais altos dos últimos oito anos, assunto abordado com grande destaque pelo JN na edição do dia seguinte. Na terça (12), segundo dia em que se observou essa correspondência temática, o termo “Jornal Nacional” era o mais comentado na rede às 21h. Em segundo lugar, aparecia “#DivulgaTudoCelsodeMello”. A *hashtag* referia-se ao decano Celso de Mello, do Supremo Tribunal Federal (STF), responsável por decidir sobre o sigilo do vídeo da reunião ministerial em que Jair Bolsonaro era acusado de tentar interferir na Polícia Federal. O assunto foi alvo de ampla cobertura do Jornal Nacional naquela semana. Por fim, na sexta-feira (15) o termo “#AdiaEnem” era o segundo mais comentado, em referência à decisão do Superior Tribunal de Justiça, que determinou a rejeição do pedido de entidades estudantis para adiar o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). Na semana, o assunto foi abordado pelo JN em dois dias, com direito a uma reportagem de mais de três minutos, num dos raros momentos em que pautas de educação foram alvo de cobertura do telejornal durante o período de análise.

Já na terceira semana (15 a 19 de março de 2021), verificou-se, na segunda-feira (15), grande correspondência entre as pautas do JN e os assuntos em destaque no Twitter, com algum tipo de correspondência entre quatro dos cinco tópicos observados: “#BolsonaroGenocida”, em referência ao elevado número de mortes registradas por Covid-19 no país e a política negacionista do presidente; “Marcelo Queiroga”, o ministro recém-anunciado; “Felipe Neto”, influenciador digital brasileiro alvo de investigação por ter se referido ao presidente como “genocida”; e “Plantão da Globo”, em menção ao quadro estilo *breaking news* da TV Globo que noticiou o anúncio do novo ministro.

Nos dias restantes da semana, chamou a atenção o destaque dado ao termo “#CalaABocaMajuHipócrita”, em alusão à apresentadora Maju Coutinho, da TV Globo, que havia afirmado que “o choro é livre” para aqueles que reclamam das medidas de isolamento social. O tópico liderou as discussões no Twitter na quarta-feira (17). Já na quinta (18), o

termo “#VaiPraCimaPresidente” foi um dos mais mencionados pelos usuários do Twitter, em referência à tentativa de Bolsonaro de derrubar as medidas restritivas em dois estados e no Distrito Federal. O assunto teve o maior destaque na edição de sexta-feira (19) do JN.

Em linhas gerais, é válido afirmar que os temas debatidos no Twitter não são aqueles que recebem destaque dos meios de comunicação. Com exceção aos pontuais dias em que houve trocas no Ministério da Saúde, os debates realizados na rede social são muito mais focados em temas relacionados à reality shows, artistas, novelas e memes, mesmo em um cenário de pandemia. Do total de 75 *trending topics* (cinco por dia, durante 15 dias), apenas 13 (cerca de 17%) apresentavam algum tipo de correlação com os temas em destaque no noticiário.

Essa análise permite mostrar que, embora o Jornal Nacional tenha dado grande ênfase aos temas que mais preocupam os brasileiros (demonstrados pelas pesquisas mensais do Instituto Ipsos), apenas uma pequena parte dos tópicos que foram alvo de sua cobertura entraram na “bolha” do Twitter. Algumas conclusões podem ser tiradas desses resultados. A primeira aponta para a ideia das redes sociais como um espaço para fuga da realidade (Mordi, 2015). Assim, o Twitter seria utilizado para dar destaque justamente aos assuntos mais leves, típicos da internet, que por motivos óbvios não são alvo de cobertura dos grandes veículos de comunicação. Ou seja, o principal objetivo seria o entretenimento, e não a informação, salvas as raras exceções em que é impossível ignorar os temas em destaque no noticiário. A segunda dedução aponta para uma saturação do noticiário sobre a pandemia. Por mais que as práticas jornalísticas determinem que a imprensa deva destacar, diariamente, assuntos potencialmente “repetitivos” – como o total de mortos no país, a chegada de novos lotes de vacinas e as declarações do presidente sobre a pandemia –, é possível que o público não sinta compelido a discutir rotineiramente tais tópicos. Por fim, pode-se considerar ainda que, na era digital, o público não baseie-se mais no que a televisão diz para definir sua agenda.

6.3. A AGENDA POLÍTICA

A última etapa de análise sobre a correspondência entre as agendas tratará da agenda política, representada, neste trabalho, pelos assuntos abordados pelo presidente Jair Bolsonaro em suas *lives* semanais no YouTube. Novamente, por questões de coesão

metodológica, o período examinado corresponde às três semanas em que houve trocas no comando do Ministério da Educação.

Em diversos momentos, como ressaltado anteriormente, o presidente fez ameaças e críticas ao trabalho da imprensa brasileira, repetindo à exaustão um mantra segundo o qual “quem não lê jornal está sem informação, quem lê está desinformado”⁶⁸. Revelou, ainda antes da pandemia, ter mandado seu governo cancelar a assinatura do jornal Folha de S. Paulo, por não se tratar, segundo ele, de um veículo “confiável”⁶⁹. Por isso, seria válido esperar que os enfoques e temas abordados por Bolsonaro sejam diferentes daqueles vistos na imprensa tradicional. A análise a seguir busca identificar a validade de tal hipótese.

A primeira dessas três transmissões⁷⁰, realizada em 16 de abril do ano passado, é a mais curta entre as *lives* analisadas, com apenas 20 minutos. Na ocasião, o presidente aproveitou a transmissão para apresentar o então novo ministro, Nelson Teich, ressaltando as discordâncias que teve com o antigo ministro, Luiz Henrique Mandetta, em relação ao lockdown e às medidas de distanciamento social. Defendeu, sem embasamento científico, não apenas a ideia de que somente os mais idosos e os portadores de comorbidades deveriam estar isolados, mas também a adoção do “tratamento precoce” como forma de combate à Covid-19, sugerindo o uso de medicamentos sem qualquer tipo de comprovação. Em resumo, Bolsonaro voltou a tratar de alguns dos temas mais frequentes em seu discurso durante as fases iniciais da pandemia: ataques ao isolamento social, promoção de remédios sem eficácia comprovada e defesa da necessidade de economia não parar. A não ser por um breve momento em que elogiou o trabalho de jornalistas da Jovem Pan, rádio brasileira associada ao pensamento de direita, o presidente não citou ou fez alusão a nenhum veículo de imprensa.

Na segunda *live* analisada⁷¹, no dia 14 de maio de 2020, os tópicos abordados por Bolsonaro, em diversos casos, são os mesmos: defesa de tratamentos sem eficácia comprovada e críticas ao *lockdown*. Desta vez, no entanto, o presidente abordou várias das questões levantadas pelo noticiário daquela semana, tais como o pagamento indevido do auxílio emergencial a militares; a divulgação do vídeo ministerial com possíveis provas de sua tentativa de interferir na Polícia Federal; e a revelação dos resultados de seus exames,

⁶⁸ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/08/05/bolsonaro-volta-a-atacar-imprensa-para-dizer-que-fux-esta-desinformado.htm>. Acesso em 22 ago. 2021

⁶⁹ Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-manda-governo-cancelar-assinaturas-do-jornal-folha-de-paulo-24055009>. Acesso em 22 ago. 2021

⁷⁰ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=vNyBRsVZ0gg&ab_channel=JairBolsonaro. Acesso em 22 ago. 2021

⁷¹ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=S28DvOuB6cM&ab_channel=JairBolsonaro. Acesso em 22 ago. 2021

com resultado negativo para o novo coronavírus. Isso não significa dizer que Bolsonaro concordou com as abordagens noticiosas ou que citou jornais como fontes confiáveis de informação. Muito pelo contrário: basicamente, o que ele fez foi citar “a imprensa” (de forma generalizada, na maior parte dos casos) para rebater fatos apresentados por veículos que não o agradam. Por exemplo: quando abordou a questão do pagamento irregular do auxílio emergencial a militares, afirmou que “a imprensa bateu muito” nesse assunto justamente pelo fato de ele próprio ser militar. Em outro momento do vídeo, ao falar sobre “vários contratos sendo cancelados por estados para o combate ao coronavírus” (sem entrar em detalhes sobre a que se referia), fez a seguinte afirmação: “fiquei sabendo do assunto pela mídia, não sei se é verdade, mas deve ser verdade. De vez em quando a mídia acerta”. Ou seja, é possível perceber uma intenção de desacreditar o trabalho jornalístico.

Isto só não ocorre nos casos em que o conteúdo jornalístico é benéfico à narrativa de Bolsonaro sobre a pandemia, o que pode ser visto logo no início da transmissão, quando o presidente cita uma notícia (sem identificar a fonte) sobre um suposto alerta feito pela Unicef de que os *lockdowns* poderiam aumentar a mortalidade infantil em 45%. Naquele dia, o único grande veículo brasileiro a apresentar tais dados foi a Gazeta do Povo, jornal simpático ao bolsonarismo e às pautas de direita⁷².

A última⁷³ das três *lives* analisadas é a quem mais contém ataques proferidos por Bolsonaro à imprensa brasileira. Em certo momento, afirma que “tem gente da Folha de S. Paulo, da Globo e de O Antagonista assistindo e anotando ‘frase perdida’ para o massacrar na imprensa”. Em outro, diz que “se der R\$ 500 mil de propaganda para a Globo e a Folha de S. Paulo, acabam as notícias ruins” sobre seu governo, insinuando que as críticas desses veículos à sua gestão resultariam de uma suposta falta de verbas publicitárias. Em seguida, ao ler trecho de coluna da jornalista Mariliz Pereira Jorge a seu respeito, declara que a crítica seria “resultado do fim da corrupção”. “Fim da teta. Acabou dinheiro público jogado fora”, completou. Ou seja, o conteúdo noticioso da imprensa brasileira, para Bolsonaro, não serviria como uma referência sobre o que deve ser considerado importante no debate público, mas sim como um meio de potencializar seus ataques ao jornalismo. Apesar de Bolsonaro tratar, por motivos óbvios, dos mesmos temas abordados pela imprensa – nomeadamente, a pandemia do coronavírus – ele o faz de forma a desacreditar o trabalho dos media noticiosos. Uma eventual convergência em relação aos assuntos tratados, neste

⁷² Disponível em <https://theintercept.com/2018/12/09/gazeta-do-povo-guinada-direita-bolsonaro/>. Acesso em 22 ago. 2021

⁷³ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=xVWLIFdRNt8&ab_channel=JairBolsonaro. Acesso em 22 ago. 2021

caso, não deve ser encarada como resultado de um processo de *agenda-setting*, mas sim de uma tendência de Bolsonaro invalidar, constantemente, as informações publicadas pelos veículos de imprensa brasileiros, questionando, a todo momento, suas motivações.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Algumas observações podem ser feitas a partir da análise realizada. Em primeiro lugar, é possível destacar que a cobertura do Jornal Nacional buscou privilegiar as pautas relacionadas à área de saúde, mesmo em momentos de grande turbulência no cenário político de Brasília. Durante os 15 dias examinados, dos 313 conteúdos distintos apresentados pelo JN, 245 (cerca de 78,2%) estão direta ou indiretamente relacionados à pandemia. Entre os 68 restantes, a maior parte (43, ou 63,2%) têm como ênfase a política nacional, com destaque especial para os episódios com algum tipo de envolvimento do presidente Jair Bolsonaro. Ou seja, o Jornal Nacional priorizou um conteúdo quase que de serviço à população, sem deixar de lado os valores-notícia, levando em consideração, sobretudo, critérios como o grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos e o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional.

Dentro do universo de pautas sobre a Covid-19, houve uma grande variedade de enquadramentos. O jornal informou a população sobre assuntos como os riscos da Covid-19; atualizou diariamente o número total de mortos e infectados; destacou a importância do distanciamento; e denunciou eventuais irregularidades, entre outras abordagens. Por vezes, o JN ainda teve de contestar falsas alegações feitas por Bolsonaro sobre o uso de medicamentos sem comprovação científica. É possível dizer, no entanto, que o espaço dado ao presidente pelo principal telejornal da Globo foi relativamente reduzido. Parece ter havido um cuidado para que o jornal não se tornasse um veículo de reprodução de *fake news* propagadas tanto por Bolsonaro quanto por aliados.

Também é válido afirmar que, à medida que o tempo avançou, o Jornal Nacional reduziu o espaço destinado às pautas mais frias e ao noticiário internacional sobre a pandemia, focando seus esforços em uma cobertura quase toda composta por notícias mais quentes, as *hard news*. Assim, foram praticamente eliminados os quadros especiais e os conteúdos de menor impacto imediato.

Já a agenda do público apresentou movimentos contraditórios. Por um lado, pesquisas de opinião pública mostraram que as maiores preocupações do brasileiro estavam fortemente correlacionadas aos assuntos que eram objeto de cobertura noticiosa. Por outro, a análise dos *trending topics* do Twitter revelou que o público praticamente não fala sobre os mesmos temas abordados pelos media. Dessa forma, parece haver uma agenda própria da internet, na qual os principais gostos e interesses do público praticamente não sofrem

qualquer tipo de influência dos media noticiosos. Nesse ambiente, a atuação dos *influencers*, que assemelham-se aos líderes de opinião descritos por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1948, parece ter um impacto muito mais relevante no comportamento do público.

Por fim, é pertinente avaliar que a agenda do presidente Jair Bolsonaro é composta por temas e assuntos muito similares aos abordados pelos meios de comunicação, mas com uma orientação diametralmente oposta. Ou seja, os media parecem dizer a Bolsonaro **sobre o que** pensar (primeiro nível de agendamento), mas claramente não influenciam **como** o presidente pensa sobre esses assuntos (segundo nível de agendamento). Em diferentes momentos, Bolsonaro mostra um desprezo pela informação jornalística, tratando a imprensa como tendenciosa e colocando-se como vítima de uma suposta manipulação.

A postura observada durante a pandemia é coerente com o posicionamento de Bolsonaro desde as eleições de 2018, quando evitou a participação em debates e buscou a comunicação direta com o eleitor por meio das redes sociais. Agora, esse contato se dá, sobretudo, por intermédio das já citadas *lives* no YouTube e também em frequentes aparições em uma área externa do Palácio da Alvorada, residência oficial do governo, onde recebe constantemente apoiadores de diversas regiões do Brasil. Nessas ocasiões, as conversas de Bolsonaro com seus adeptos são, via de regra, transmitidas pela internet e publicadas em páginas oficiais do presidente ou de seus simpatizantes⁷⁴, o que ajuda a estender o alcance de suas mensagens. Entrevistas dadas aos media tradicionais, por outro lado, são raras, especialmente quando tratam-se de veículos de imprensa não alinhados ao discurso bolsonarista. No caso do Grupo Globo, Bolsonaro concedeu somente duas entrevistas exclusivas durante os dois primeiros anos de seu mandato, segundo um levantamento realizado pelo portal Poder 360⁷⁵. Assim, os resultados da análise feita com base em três *lives* do presidente pode ser considerado totalmente compatível com sua postura desde antes de assumir o cargo de Chefe do Executivo.

Por meio desta análise, não pretendemos comprovar, de forma indubitável, se os meios de comunicação influenciam diretamente ou não as agendas pública e política – algo que diversos estudiosos já fizeram, por meio de métodos muito mais sofisticados de coleta de dados e avaliação de resultados. A proposta deste estudo foi verificar se há uma correlação entre os três componentes do processo de agendamento, ou seja, se existe uma

⁷⁴ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/08/portaria-do-alvorada-vira-balcao-de-pedidos-de-apoiadores-e-bolsonaro-perde-a-paciencia.shtml>. Acesso em 23 set. 2021

⁷⁵ Disponível em <https://www.poder360.com.br/midia/bolsonaro-deu-135-entrevistas-exclusivas-desde-a-posse-jovem-pan-e-a-mais-atendida/>. Acesso em 23 de set. 2021

convergência entre os assuntos mais importantes para a mídia, para o público e para o presidente, em um contexto de forte polarização política, no qual o próprio chefe do Executivo e uma parcela significativa de seus apoiadores desqualificam as informações publicadas pelos media.

Pelos resultados obtidos, é válido afirmar que a imprensa já não detém mais o mesmo espaço central de definição da agenda pública. Nesse contexto, a facilidade de acesso à internet e às redes sociais (apesar de seus inúmeros benefícios à sociedade) pode representar riscos, sobretudo por se tratar de um ambiente no qual as falsas informações ainda se propagam com extrema facilidade e velocidade. No Brasil, pesquisas indicam que 73% das pessoas acreditam em notícias falsas⁷⁶, e a imprensa tem um papel essencial no combate à desinformação, sobretudo durante uma pandemia. No entanto, o fato de o presidente descredibilizar reiteradamente a atuação da imprensa e, ele próprio, ser um vetor de *fake news*, torna essa missão ainda mais árdua.

Por fim, devemos salientar que a pandemia de Covid-19 segue sendo uma realidade global, cujos impactos e consequências ainda não são inteiramente compreendidos. A análise aqui realizada, portanto, não pretende apontar resultados definitivos ou conclusões apressadas, mas sim sugerir discussões e possíveis abordagens de pesquisa na área de comunicação. O contexto singular proporcionado pela pandemia pode e deve ser explorado por estudos futuros, que com o passar do tempo certamente terão a capacidade de entender, com maior clareza, os reflexos deste período vivido pela humanidade.

⁷⁶ Disponível em https://avaazimages.avaaz.org/brasil_infodemia_coronavirus.pdf. Acesso em 23 set. 2021

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aruguete, N. (2005). Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública. *Verso e Reverso*, 19(41).

Balmas, M., & Sheafer, T. (2010). Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions. *International Journal of Public Opinion Research*, 22, 204-229.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Breed, W. (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces*, 33(4), 326–335. <https://doi.org/10.2307/2573002>

Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 119-140.
DOI:10.25200/BJR.v10n2.2014.750

Castells, M. (2003). *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. Zahar.

Castro, D. (2014). Agenda-setting: hipótese ou teoria? Análise da trajetória do modelo de Agendamento ancorada nos conceitos de Imre Lakatos. *Intexto*, 31, 197-214.

Cervi, E. (2010). Priming: hipótese teórica que relaciona estudos de recepção com julgamentos sobre governantes. In J. C. Correia, G. B. Ferreira, & P. do Espírito Santo (Eds.), *Conceitos de Comunicação Política* (pp. 145-154). Livros Labcom.

Cervi, E., & Barreta, L. (2014). Contra-agendamento na Folha de São Paulo: opinião pública e presença dos candidatos a presidente do PSDB e PT no jornal (2006 e 2010). *Eptic Online*, 16(1), 135-151.

Cervi, E., Massuchin, M., & Tavares, C. (2012). Agenda da mídia, dos políticos e do público na campanha eleitoral de 2010. *Revista Debates*, 6(1), 237-261.

Cohen, B. (1993). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.

Coleman, R., & Banning, S. (2006). Network TV News' Affective Framing of the Presidential Candidates: Evidence for a Second-Level Agenda-Setting Effect through Visual

Framing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2), 313–328.

<https://doi.org/10.1177/107769900608300206>

Coleman, R., & Wu, H. D. (2010). Proposing Emotion as a Dimension of Affective Agenda Setting: Separating Affect into Two Components and Comparing Their Second-Level Effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(2), 315–327.

<https://doi.org/10.1177/107769901008700206>

Coutinho, I., & Oliveira Filho, J. (2015). A cobertura televisiva da corrupção em anos eleitorais: uma análise do enquadramento do caso Petrolão nos noticiários de emissoras pública e comercial. *Imprensa da Universidade de Coimbra*, 14(1), 149-166.

DOI:http://dx.doi.org/10.14195/2183-5462_26_9

Crespo, M. A., & del Barrio, E. A. (2016). El ‘trending topic’ frente a la ‘agenda setting’. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 23-34.

https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51125

Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. Sage.

Edelstein, A. S., & Tefft, D. P. (1974). Media Credibility and Respondent Credulity With Respect To Watergate. *Communication Research*, 1(4), 426–439.

<https://doi.org/10.1177/009365027400100406>

Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communications*, 43(4), 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Flores, A. M. (2020). Ataques à imprensa no canal de Jair Bolsonaro no YouTube — um estudo no contexto da pandemia de COVID-19. *Anais do 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 1-22.

Funkhouser, G. R. (1973). The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion. *The Public Opinion Quarterly*, 37(1), 62-75.

Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37. <https://doi.org/10.1086/229213>

Gans, H. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Vintage Books.

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the New Left*. University of California Press.

Golding, P., & Elliot, P. (1979). *Making the news*. Longman.

Gortázar, N. (2021, Abril 30). *Bem-vindos à galáxia paralela de Bolsonaro no Facebook*. El País. <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-04-30/bem-vindos-a-galaxia-paralela-de-bolsonaro-no-facebook.html>

Guo, L., Wu, H. T., & McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on AgendaSetting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51-68.

Hackett, R. A. (2016). Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (pp. 147-185). Insular.

Hart, A., & Middleton, J. A. (2014). Priming under Fire: Reverse Causality and the Classic Media Priming Hypothesis. *The Journal of Politics*, 76(2), 581-592. <https://doi.org/10.1017/S0022381613001539>

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News That Matters*. University of Chicago Press.

Iyengar, S., Kinder, D. R., Peters, M. D., & Krosnick, J. A. (1984). The evening news and presidential evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 778–787. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.778>

Jorge, T. (2006). A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. *UNIrevista*, 1(3), 1-14.

Kim, S., Han, M., Choi, D. H., & Kim, J. N. (2012). Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about a controversial issue. *International Communication Gazette*, 74(1), 43-59. <https://doi.org/10.1177/1748048511426991>

Kim, K., & McCombs, M. (2007). News Story Descriptions and the Public's Opinions of Political Candidates. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(2), 299–314. <https://doi.org/10.1177/107769900708400207>

Kiousis, S., Mitrook, M., Wu, X., & Seltzer, T. (2006). First- and Second-Level Agenda-Building and Agenda-Setting Effects: Exploring the Linkages Among Candidate News Releases, Media Coverage, and Public Opinion During the 2002 Florida Gubernatorial Election. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 265-285. DOI: 10.1207/s1532754xjpr1803_4

Kobayashi, T., Miura, A., & Inamasu, K. (2017). Media Priming Effect: A Preregistered Replication Experiment. *Journal of Experimental Political Science*, 4(1), 81-94. <https://doi.org/10.1017/XPS.2017.8>

Lang, G., & Lang, C. (1981). Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. In G. Wilhoit & H. Bock (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook* (Vol. 2, pp. 447-468). Sage Publications.

Lang, K., & Lang, G. (1966). The mass media and voting. In B. Berelson & M. Janowitz (Eds.), *Reader in public opinion and communication* (2nd ed., pp. 455-472). The Free Press.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice* (2^a ed.). Columbia University Press.

Lee, Y., & Min, Y. (2019). Attribute agenda setting and affective priming in a South Korean election: how media descriptions of candidate attributes affect political decision-making. *Asian Journal of Communication*, 30(1), 20-38. <https://doi.org/10.1080/01292986.2019.1688364>

Leff, D., Protess, D., & Brooks, S. (2000). Jornalismo de cruzada: mudar atitudes públicas e agendas políticas. In Nelson Traquina (Ed.), *O Poder do Jornalismo - Análise e Textos da Teoria do Agendamento* (pp. 77-95). Minerva.

Lenz, G. S. (2009). Learning and opinion change, not priming: Reconsidering the priming hypothesis. *American Journal of Political Science*, 53(4), 821-837.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00403.x>

Liedtke, P. (2007). Governando com a mídia: o agendamento mútuo entre o Estado e os mass media na política nacional. *Anais do XVI Encontro da Compós*.

Lippmann, W. (2008). *Opinião Pública*. Vozes.

Macêdo, T. (2018). Contribuições da análise de enquadramento ao estudo sociológico da produção de notícias. In G. Pôrto Jr., N. Moraes, D. Oliveira, & V. Santi (Eds.), *Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo* (Vol. 1, pp. 87-111). Editora da Universidade Federal de Roraima.

Martino, L. (2018). Lendo “The People’s Choice” no seu 70o aniversário: do “líder de opinião” aos “influenciadores digitais”. *Intercom - RBCC*, 41(3), 1-12. DOI: 10.1590/1809-5844201831

McClure, R., & Patterson, T. (1976). Print vs. Network News. *Journal of Communication*, 23-28.

McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda - The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press.

McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557. <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>

McCombs, M., & Shaw, D. (2000). A Função do Agendamento dos Media. In N. Traquina (Ed.), *O Poder do Jornalismo - Análise e Textos da Teoria do Agendamento* (pp. 47-61). Minerva.

McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781-802.
doi.org/10.1080/15205436.2014.964871

McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

- McCombs, M., & Weaver, D. (1973). Voter's Need for Orientation and Use of Mass Communication. *Anais do Annual Meeting of the International Communication Assn*, 1-11.
- Melo, C., Siqueira, F., Cabral, L., & Sousa, M. (2020). As estratégias de combate à desinformação do Fato ou Fake no programa Combate ao Coronavírus. In F. Siqueira & P. Monteiro (Eds.), *Jornalismo em tempos de pandemia: reconfigurações na TV e na Internet* (pp. 113-143). Editora UFPB.
- Miguel, L. F. (2019). Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 46-58. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p46>
- Miller, J. M., & Krosnick, J. A. (2000). News media impact on the ingredients of presidential evaluations: Politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source. *American Journal of Political Science*, 44(2).
- Molotch, H., & Lester, M. (2016). As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (pp. 61-81). Insular.
- Mordi, A. (2015). Social Media Use and Escapism among Individuals in Lagos. *Tese de Mestrado. Pan-Atlantic University*
- Nowak, E. (2012). The concept of priming within political communication studies. *Media Studios*, 49, 1-15.
- Porto, M. P. (2004). Enquadramentos da Mídia e Política. In A. Rubim (Ed.), *Comunicação e política: conceitos e abordagens* (pp. 74-104). Editora da Universidade Federal da Bahia-Edufba e Fundação Editora UNESP.
- Pena, F. (2005). *Teoria do Jornalismo*. Editora Contexto.
- Recuero, R. (2016). O twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2º turno de 2014? *RBLA*, 16(1), 157-180. <https://doi.org/10.1590/1984-639820158796>

Renault, M. L. (2020). O telejornalismo brasileiro vai à guerra: a cobertura da pandemia de coronavírus sob ataques. *Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 1-13.

Rocha, C., & Solano, E. (2020). *Bolsonarismo em Crise?* Friedrich Ebert Stiftung. https://brasil.fes.de/fileadmin/user_upload/Bolsonarismo_em_Crise_-_Camila_rocha_e_Esther_Solano.pdf

Rogers, E., & Dearing, J. (1988). Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? *Annals of the International Communication Association*, 11(1), 555-594. DOI: 10.1080/23808985.1988.11678708

Rogers, E., Dearing, J., & Bregman, D. (1993). The Anatomy of Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*, 43(2), 68–84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01263.x>

Rossetto, G., & Silva, A. (2012). Agenda-setting e Framing: detalhes de uma mesma teoria? *Intexto*, 26, 98-114.

Rossy, E. (2007). Contra-agendamento: o Terceiro Setor pautando a mídia. *Compolítica*.

Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49, 103-122. DOI:10.1111/J.1460-2466.1999.TB02784.X

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass communication & society*, 3(2-3), 297-316. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07

Sheafer, T. (2007). How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in agenda setting and priming. *Journal of Communication*, 57(1), 21-39. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00327.x>

Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 95-107.

Silva, L. M. (2007). Sociedade, esfera pública e agendamento. In C. Lago & M. Benetti (Eds.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo* (3rd ed.). Editora Vozes.

Sweetser, K.D., Golan, G.J., & Wanta, W. (2008). Intermedia Agenda Setting in Television, Advertising, and Blogs During the 2004 Election. *Mass Communication and Society*, 11, 197 – 216. DOI: 10.1080/15205430701590267

Takens, J., Kleinnijenhuis, J., Van Hoof, A., & Van Atteveldt, W. (2015). Party Leaders in the Media and Voting Behavior: Priming Rather than Learning or Projection. *Political Communication*, 32(2), 249-267. <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.944319>

Traquina, N. (2000). A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. In *O Poder do Jornalismo - Análise e Textos da Teoria do Agendamento* (pp. 13-43). Minerva.

Wanta, W., & Alkazemi, M. (2017). Agenda-Setting: History and Research Tradition. In P. Rössler, C. Hoffner, & L. Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-14). DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0030

Wanta, W., Golan, G., & Lee, C. (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364–377. <https://doi.org/10.1177/107769900408100209>

Wanta, W., Stephenson, M. A., Turk, J. V., & McCombs, M. E. (1989). How President's State of Union Talk Influenced News Media Agendas. *Journalism Quarterly*, 66(3), 537–541. <https://doi.org/10.1177/107769908906600301>

Weaver, D., Graber, D., & McCombs, M. (1981). *Media agenda-setting in a Presidential election*. Praeger Publishers.

Weaver, D., McCombs, M., & Spellman, C. (2000). Watergate e os media: Análise de um caso de agendamento. In N. Traquina (Ed.), *O Poder do Jornalismo - Análise e Textos da Teoria do Agendamento* (pp. 63-76). Minerva.

Weaver, P. H. (2016). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (pp. 397-412). Insular.

White, D. M. (1950). The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>

Wolf, M. (1992). *Teorias da Comunicação* (2nd ed.). Editorial Presença.

Zucker, H. (1978). The Variable Nature of News Media Influence. *Anais do International Communication Association*, 2(1), 225-240. DOI: 10.1080/23808985.1978.11923728

ANEXOS

ANEXO 1 – TABELAS DE ANÁLISE DO JORNAL NACIONAL

EDIÇÃO 13-04-20 – 22 CONTEÚDOS DIFERENTES (12 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS, 2 SOMENTE SONORAS, 1 QUADRO RECADO ESPECIAL)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Dificuldade para regularizar CPF e pedir auxílio de R\$ 600 volta a provocar filas	5MIN47	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Mais de um milhão de trabalhadores tiveram salários reduzidos ou suspensão de contratos	1MIN32	SOMENTE SONORA	PANDEMIA ECONOMIA
Ministério da Saúde alerta para o uso indiscriminado da vitamina D	1MIN38	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE
Doze capitais têm número de casos confirmados da Covid-19 bem acima da média nacional	0MIN54	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil tem 23.683 casos confirmados de Covid-19	1MIN13	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Em SP, estado com maior número de casos, índice de isolamento social está abaixo de 60%	3MIN05	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo decide não usar dados de celular para monitorar movimentação de pessoas nas ruas	0MIN35	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
No Rio, cidades da Baixada Fluminense têm registrado movimento nas ruas	2MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE

Ceará é o terceiro estado com maior número de casos confirmados de Covid-19	1MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estado do Amazonas é um dos mais críticos na pandemia do novo coronavírus	2MIN36	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Uso de máscara na rua passa a ser obrigatório em Mato Grosso	1MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Cidades de Santa Catarina abrem o comércio de rua	0MIN23	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Câmara aprova projeto de socorro a estados e municípios	3MIN28	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Moraes Moreira morre aos 72 após infarto em casa	6MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	MORTE NACIONAL
OMS afirma que coronavírus é dez vezes mais mortal do que a gripe H1N1	3MIN	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
França estende isolamento, enquanto Espanha e Itália começam a liberar algumas atividades	2MIN47	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
China registra alta no número de casos de Covid-19	0MIN25	NOTA	PANDEMIA INTERNACIONAL
EUA têm o maior número de casos e de mortes de Covid-19	2MIN43	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Bernie Sanders apoia candidatura de Joe Biden para presidência dos EUA	0MIN26	NOTA	POLÍTICA INTERNACIONAL
Número de acidentes em rodovias federais cai 28% desde o início da pandemia de coronavírus	0MIN35	NOTA	PANDEMIA SEGURANÇA

Socorristas: 'Além de estarmos na linha de frente, estamos ajudando a escrever a história'	1MIN19	QUADRO RECADO ESPECIAL	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Médicos do Brasil criam serviço de atendimento online gratuito na luta contra a Covid-19	2MIN48	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE

EDIÇÃO 14-04-20 - 24 CONTEÚDOS DIFERENTES (9 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS, 6 SOMENTE SONORAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO RECADO ESPECIAL)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Número de mortes por coronavírus pode ser maior por causa da falta de testes	6MIN06	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
São Paulo recebe 725 mil testes de coronavírus	0MIN44	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Governador do Rio anuncia que está com coronavírus	0MIN33	SOMENTE SONORA	PANDEMIA PERSONAGEM
Ministério da Saúde quer ampliar a quantidade de testes para a Covid-19	1MIN35	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE
Mandetta: dados mais precisos ajudarão a entender velocidade da transmissão da Covid-19	1MIN54	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil compra 960 toneladas de equipamentos de proteção para profissionais de saúde	0MIN20	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Ministério da Saúde diz que mais da metade dos casos de coronavírus já se recuperou	1MIN13	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE

Bairro de Fortaleza tem mais casos de coronavírus do que alguns estados	2MIN07	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Recado dos padeiros: 'Somos os primeiros a chegar'	1MIN05	QUADRO RECADO ESPECIAL	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Homem mais idoso com sintomas de coronavírus no Brasil recebe alta	0MIN28	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE
Caixa e BB começam a pagar auxílio emergencial para mães chefes de família	3MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
FMI prevê encolhimento da economia mundial em 2020 por causa da pandemia de covid-19	0MIN31	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Equipe econômica apresenta plano alternativo para socorrer estados e municípios na crise	3MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Finlândia é um dos países mais bem preparados para combater o novo coronavírus	2MIN45	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Alguns países europeus começam a relaxar medidas para conter a pandemia de covid-19	3MIN10	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
EUA anunciam que vão suspender a contribuição anual que dão à OMS	2MIN53	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Obama anuncia apoio a Joe Biden na eleição presidencial de novembro	0MIN31	NOTA	POLÍTICA INTERNACIONAL
PGR pede ao STF abertura de inquérito contra Weintraub para	0MIN26	NOTA	POLÍTICA NACIONAL

investigar crime de racismo			
Ex-médico Roger Abdelmassih deixa presídio em Tremembé (SP)	0MIN20	NOTA	CRIME NACIONAL
Ministro do Meio Ambiente exonera diretor de Proteção Ambiental do Ibama	2MIN19	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Hospital de campanha de Manaus recebe os cinco primeiros pacientes com coronavírus	2MIN01	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governador do Pará anuncia que testou positivo para coronavírus	0MIN42	SOMENTE SONORA	PANDEMIA PERSONAGEM
Solidariedade S/A: conheça ações solidárias de empresas e empresários durante a pandemia	11MIN24	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Uso de máscaras vai ser obrigatório em BH a partir de sexta (17)	0MIN09	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

EDIÇÃO 15-04-20 - 20 CONTEÚDOS DIFERENTES (11 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO RECADO ESPECIAL)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Mandetta não aceita demissão de secretário e diz que equipe segue junto até deixar governo	7MIN47	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Brasil tem 1.736 mortes e 28.320 casos de coronavírus, diz ministério	0MIN16	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

Universidade de Pelotas faz pesquisa sobre propagação do coronavírus no país	2MIN42	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
UTIs de hospitais públicos estão lotadas em São Paulo	0MIN21	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Prefeitura do Recife inaugura hospital de campanha com 100 UTIs	0MIN14	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Deputados aprovam MP que cria Contrato Verde e Amarelo	2MIN32	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
G-20 suspende dívida de países pobres durante 1 ano	0MIN28	NOTA	POLÍTICA INTERNACIONAL
Senado aprova, em primeiro turno, o orçamento de guerra	3MIN25	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Caixa deve criar 30 milhões de poupanças sociais digitais para auxílio emergencial	3MIN07	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Total de casos do novo coronavírus passa de 2 milhões no mundo	1MIN06	NOTA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Trump muda discurso sobre a pandemia e ataca a OMS	3MIN	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
OMS lamenta decisão de Trump de suspender ajuda financeira à organização	2MIN22	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
STF decide que estados e municípios têm poder para estabelecer regras sobre isolamento	7MIN28	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Senado confirma a cassação do mandato da senadora Juíza Selma, do Podemos	0MIN20	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
TRF da primeira região	0MIN53	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA

suspende a exigência do CPF regular para o auxílio emergencial			
Morre, aos 94 anos, o escritor Rubem Fonseca	6MIN40	REPORTAGEM COMPLETA	MORTE NACIONAL
Solidariedade S/A: telemedicina gratuita, hospital da campanha e doação de equipamentos	2MIN59	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Caminhoneiros recebem homenagens em meio à pandemia do coronavírus	2MIN32	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA DIVERSOS
Profissional da indústria alimentícia: 'Não entendia a grandeza do que eu fazia'	1MIN18	QUADRO RECADO ESSENCIAL	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Desabafo de mestre de obras provoca a união de vizinhos em rede de solidariedade	3MIN24	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA DIVERSOS

EDIÇÃO 16-04-20 - 20 CONTEÚDOS DIFERENTES (12 REPORTAGENS COMPLETAS, 3 NOTAS, 4 SOMENTE SONORAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Bolsonaro demite Mandetta do Ministério da Saúde: 'Foi um divórcio consensual'	6MIN54	SOMENTE SONORA	PANDEMIA POLÍTICA
Nelson Teich diz que política de isolamento social não sofrerá mudanças abruptas	3MIN59	SOMENTE SONORA	PANDEMIA POLÍTICA
Antes de se tornar ministro, Nelson Teich foi mais enfático na defesa do isolamento	5MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA

Clima político em Brasília já começou o dia em alta tensão	3MIN52	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Luiz Henrique Mandetta é ortopedista e foi deputado federal por dois mandatos	5MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Representantes da sociedade civil e políticos comentam mudança no Ministério da Saúde	4MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Panelaços são registrados em todas as regiões do Brasil após demissão de Mandetta	2MIN02	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Brasil tem, oficialmente, 1.924 mortes e 30.425 casos confirmados de coronavírus	0MIN16	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Câmara aprova fim da exigência de CPF ou título de eleitor para ajuda de R\$ 600	2MIN48	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Governadores entregam ao presidente do Senado pedido de aprovação de ajuda aos estados	2MIN19	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Voluntários da Força Nacional do SUS chegam a Manaus	1MIN26	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
No Ceará, não há mais vagas nas UTIs da rede pública	1MIN27	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Reino Unido estende medidas de restrição por mais 3 semanas	0MIN40	NOTA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Presidente americano anuncia plano para reabrir economia dos EUA	3MIN15	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL

Escritor Luiz Alfredo Garcia-Roza morre aos 84 anos	2MIN03	REPORTAGEM COMPLETA	MORTE NACIONAL
Violência contra a mulher aumentou em março em quatro estados, diz levantamento	2MIN30	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SEGURANÇA
Ministro Luís Roberto Barroso é eleito para presidência do Tribunal Superior Eleitoral	1MIN17	SOMENTE SONORA	POLÍTICA NACIONAL
Grupo arrecada doações para ajudar o governo de São Paulo no combate ao coronavírus	2MIN48	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Solidariedade S/A: Vales-compra, novos leitos e respiradores, álcool em gel e máscaras	1MIN53	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Cuidadores de idosos: 'É uma troca de carinho muito grande'	1MIN27	SOMENTE SONORA	PANDEMIA DIVERSOS

EDIÇÃO 17-04-20 - 23 CONTEÚDOS DIFERENTES (14 REPORTAGENS COMPLETAS, 6 NOTAS, 2 SOMENTE SONORAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Nelson Teich assume Saúde e diz que foco da pasta será nas pessoas	6MIN58	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Autoridades dão demonstrações de desrespeito às medidas de distanciamento social	2MIN08	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Nelson Teich começa a trabalhar um mês depois da 1ª morte por coronavírus no Brasil	2MIN23	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA

Casos confirmados do coronavírus no Brasil sobem para 34,2 mil, segundo secretarias	0MIN11	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Exército pede informações sobre a capacidade diária de enterros em municípios do RJ e ES	3MIN33	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Número de militares infectados pela Covid-19 chama atenção em Roraima	1MIN52	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Coronavírus: Governo de São Paulo prorroga quarentena até o dia 10 de maio	0MIN50	SOMENTE SONORA	PANDEMIA SAÚDE
Em BH, costureiras fabricam máscaras para distribuir em hospitais e para famílias pobre	2MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Florianópolis autoriza reabertura do comércio de rua e hotéis a partir da próxima semana	0MIN25	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Pesquisa Datafolha: 64% reprovaram demissão de Mandetta	0MIN35	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Organização Mundial da Saúde agradece o trabalho do ex-ministro Mandetta	2MIN24	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Governos da China e dos EUA trocam acusações sobre a origem do novo coronavírus	2MIN54	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
China reconta o número de mortes em Wuhan, região onde surgiu a Covid-19	1MIN41	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
AGU recorre da suspensão da exigência	0MIN28	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA

de CPF regular para o auxílio emergencial			
42 milhões de brasileiros se habilitam para receber auxílio emergencial de R\$ 600	2MIN56	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Senado aprova em segundo turno o chamado Orçamento de Guerra	2MIN33	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
STF aprova redução de salário e de jornada em acordos individuais, sem o sindicato	2MIN47	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
STJ nega recurso de Flávio Bolsonaro para parar investigações sobre suspeita de rachadinha	0MIN47	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Pesquisadores da Fiocruz que testaram efeitos da cloroquina recebem ameaças	4MIN13	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Terapias já testadas contra outras doenças podem ajudar pacientes da Covid-19	4MIN31	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Solidariedade S/A: doação de produtos de higiene, cestas básicas e criação de leitos	2MIN27	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Produção agrícola deve garantir alento para a economia brasileira em 2020	3MIN20	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Operários dos hospitais de campanha: 'Cansaço que vale a pena'	1MIN12	SOMENTE SONORA	PANDEMIA DIVERSOS

EDIÇÃO 11-05-20 - 29 CONTEÚDOS DIFERENTES (13 REPORTAGENS COMPLETAS, 11 NOTAS, 3 SOMENTE SONORAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO AQUI DENTRO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Brasil registra 11.519 mortes pelo coronavírus	0MIN26	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Vagas de UTI em São Luís se aproximam do limite	2MIN28	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Hospitais públicos e privados do CE enfrentam dificuldade com aumento de casos de Covid-19	2MIN20	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo do Amazonas decreta luto de três dias pelas mais de 1000 mortes por Covid-19	2MIN22	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Coronavírus: prefeitura de Belém multa quem não respeita isolamento obrigatório	1MIN53	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
No 1º dia de rodízio mais rigoroso em SP, transporte público tem 11% a mais de passageiros	2MIN52	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Recife vai começar a restringir a circulação de pessoas a partir de sábado (16)	0MIN15	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Cidades do RJ adotam medidas mais restritivas para frear o avanço do coronavírus	2MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Coronavírus chegou ao Brasil um mês antes do que se sabia, diz estudo da Fiocruz	0MIN25	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Após Brasil ter 10 mil mortos por Covid, Bolsonaro diz pela 1ª vez que lamenta cada morte	0MIN47	SOMENTE SONORA	PANDEMIA POLÍTICA
Teich defende	1MIN23	SOMENTE SONORA	PANDEMIA POLÍTICA

mudança no atendimento aos doentes da Covid-19			
Bolsonaro inclui salão, barbearia e academia como atividades essenciais	2MIN24	SOMENTE SONORA	PANDEMIA POLÍTICA
Teich apresenta plano com diretrizes sobre a quarentena para estados e municípios	4MIN16	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Rio Grande do Sul começa a adotar o distanciamento social controlado	2MIN46	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estudo calcula quantas vidas o isolamento social pode salvar no Brasil	2MIN22	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
China e Coreia do Sul se preocupam com ressurgimento de focos de Covid-19	1MIN43	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Nações europeias mais atingidas pela pandemia começam a ensaiar reabertura	2MIN50	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
OMS elogia países em processo de abertura que identificaram novos casos com rapidez	1MIN42	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Confederação Israelita repudia vídeo divulgado pela Secom sobre combate à pandemia	0MIN52	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Militares receberam indevidamente auxílio emergencial de R\$ 600	0MIN32	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Residentes de medicina fizeram protesto em Brasília	0MIN19	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Jornal entra com ação no STF pedindo que	0MIN31	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA

Bolsonaro apresente testes de Covid-19			
Solidariedade S/A: doação de alimentos para população vulnerável e profissionais de saúde	2MIN26	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Valeixo diz que Bolsonaro queria alguém com quem tivesse 'afinidade' no comando da PF	8MIN29	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
MP-SP denuncia manifestantes que ameaçaram Alexandre de Moraes	1MIN05	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Justiça condena Aldemir Bendine a seis anos e oito meses de prisão	0MIN32	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
MEC mantém as provas para novembro e abre inscrições para o Enem	0MIN49	NOTA	EDUCAÇÃO
Começa operação das Forças Armadas para combater o desmatamento na Amazônia	0MIN42	NOTA	MEIO AMBIENTE
Aqui Dentro: 'É uma situação de calamidade no nosso serviço', diz médico de SP	1MIN49	QUADRO AQUI DENTRO	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL

EDIÇÃO 12-05-20 - 26 CONTEÚDOS DIFERENTES (16 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO AQUI DENTRO, 1 AO VIVO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Brasil registra 881 mortes por coronavírus em 24 horas	0MIN26	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil tem 108 enfermeiros mortos e	0MIN58	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

mais de 4,1 mil contaminados pelo coronavírus			
Dia Internacional do Enfermeiro homenageia mulher que virou referência na profissão	1MIN38	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Pioneira da enfermagem no Brasil é a baiana Ana Justina Ferreira Néri	1MIN04	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Papa Francisco homenageia enfermeiros	1MIN36	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Aqui Dentro: 'Temos que escolher quem deve ir para o oxigênio mais rápido', diz enfermeira	2MIN04	QUADRO AQUI DENTRO	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Pacientes de Covid lotam hospitais da rede pública em SP	1MIN52	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Unidades de Terapia Intensiva estão lotadas no Rio Grande do Norte	2MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Prefeitura de Salvador inaugura hospital de campanha	0MIN11	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Cidades do interior do Pará têm hospitais superlotados	1MIN16	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo do Amazonas prorroga isolamento social até 31 de maio	1MIN31	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Justiça do Maranhão prorroga por mais 3 dias lockdown na região metropolitana de São Luís	1MIN37	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Solidariedade S/A: doação de alimentos e de kits de testes para ajudar a combater	2MIN32	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL

pandemia			
Governadores dizem que não vão autorizar funcionamento de serviços liberados por Bolsonaro	3MIN54	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Estudo mostra que hidroxiclороquina pode não ser eficaz contra covid-19	3MIN	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Rede social classifica como fake news mensagem compartilhada por Bolsonaro	2MIN52	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Gastos com cartão corporativo da Presidência são os mais altos dos últimos oito anos	5MIN25	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Justiça de SP torna réus dois homens que usaram carro de som para ofender ministro do STF	0MIN43	NOTA	SEGURANÇA
Copom prevê queda forte da economia na 1ª metade do ano, com retomada gradual em seguida	0MIN31	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Bolsonaro teria dito que queria troca na PF para evitar que familiares fossem prejudicados	5MIN08	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Ramagem nega que tenha amizade com Bolsonaro ou com os filhos dele	4MIN45	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Saadi diz que não recebeu pedidos de relatórios de investigações da PF	1MIN33	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Bolsonaro diz que não citou em reunião as	4MIN20	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL

palavras Polícia Federal e superintendente			
Braga Netto diz que Bolsonaro não queria trocar a superintendência da PF no RJ	3MIN16	AO VIVO	POLÍTICA NACIONAL
Exibição da gravação de reunião ministerial repercute em Brasília	2MIN24	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Investidores reagem ao aumento da tensão por causa do vídeo de reunião ministerial	0MIN23	NOTA	POLÍTICA NACIONAL

EDIÇÃO 13-05-20 - 22 CONTEÚDOS DIFERENTES (16 REPORTAGENS COMPLETAS, 4 NOTAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO AQUI DENTRO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Mortes por coronavírus no Brasil passam de 13 mil, mas números podem ser ainda maiores	4MIN02	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Fortaleza se torna a terceira capital brasileira a registrar mais de mil mortos	1MIN51	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Pará passa das 1.000 mortes e 10.000 casos de Covid-19	1MIN41	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estado de São Paulo ultrapassa a marca dos 4 mil mortos pelo coronavírus	1MIN48	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Trecho do calçadão da orla é interditado em Salvador para conter avanço do coronavírus	1MIN34	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
No Amazonas, profissionais de saúde, impedidos de	1MIN58	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE

trabalhar, reclamam da burocracia			
Em GO, hospital de campanha construído pelo governo federal não tem data para abrir	2MIN23	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Profissionais de saúde denunciam falta de equipamentos de proteção em MG	2MIN27	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Aqui Dentro: Infectologista da PB deu notícia de morte e ouviu que isolamento era besteira	1MIN22	QUADRO AQUI DENTRO	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Bolsonaro desautoriza ministro da Saúde publicamente e volta a defender uso da cloroquina	3MIN35	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Enem: STJ rejeita pedido de entidades estudantis para adiamento do exame	0MIN46	NOTA	PANDEMIA EDUCAÇÃO
Sem adiamento do Enem, estudantes mais pobres temem não estar preparados	3MIN07	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA EDUCAÇÃO
STF valida flexibilização temporária de leis orçamentárias para gastos no combate à Covid	3MIN06	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Congresso aprova projeto que permite reajuste salarial de polícias do DF	0MIN37	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Governo prevê queda de 4,7% da economia este ano	0MIN23	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Solidariedade S/A: hospitais de campanha, kits de higiene e cestas básicas	2MIN47	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL

Governo aumenta presença de militares no ICMBio	3MIN18	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Mais três testemunhas depõem sobre suposta tentativa de interferência de Bolsonaro na PF	8MIN09	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
AGU e PGR têm 48 horas para se manifestar sobre sigilo do vídeo de reunião ministerial	4MIN23	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Bolsonaro diz que ministro se enganou ao dizer que ele mencionou a PF em reunião	7MIN08	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Exames do presidente Bolsonaro apresentam resultado negativo para o novo coronavírus	3MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Dólar comercial fecha a R\$ 5,90 pela primeira vez na história	0MIN28	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA

EDIÇÃO 14-05-20 - 26 CONTEÚDOS DIFERENTES (16 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS, 1 QUADRO SOLIDARIEDADE S/A, 1 QUADRO AQUI DENTRO, 1 AO VIVO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Pandemia de coronavírus registra novo marco trágico: 300 mil mortos no mundo	1MIN40	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Ceará é o segundo estado com mais casos do novo coronavírus	1MIN37	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Maranhão tem novo recorde de mortes por coronavírus em 24 horas	1MIN15	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE

Treze crianças esperam vaga de UTI, em Pernambuco	2MIN08	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estudo da Universidade Federal do Amazonas mostra a subnotificação dos casos no estado	2MIN02	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Pelo menos 700 doentes seguem na fila de espera por leitos no Rio; mas existem leitos	1MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Primeira semana de lockdown em Belém, no Pará, não impede população de sair casa	0MIN21	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
São Paulo enfrenta dificuldades para montar novos leitos por falta de respiradores	2MIN	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Campanha internacional pede ações para combater informações falsas sobre pandemia	2MIN22	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Aqui Dentro: 'Nosso emocional no final do trabalho sai destruído', diz cardiologista do RJ	1MIN38	QUADRO AQUI DENTRO	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Câmara decide tratar regularização fundiária em projeto preparado pelos parlamentares	2MIN05	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Ministério da Agricultura passa a decidir sobre concessões de florestas públicas	0MIN36	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Dança das cadeiras na F1: Carlos Sainz vai pra Ferrari e Daniel Ricciardo vai pra McLaren	0MIN28	NOTA	ESPORTE
Diretor-geral da OMC,	0MIN19	NOTA	ECONOMIA

brasileiro Roberto Azevedo, anuncia que vai deixar o cargo em agosto			INTERNACIONAL
Lava Jato no Rio prende suspeitos de fraudes em contratos da Saúde nos últimos 3 governos	2MIN15	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Polícia Federal conclui que autor da facada contra Jair Bolsonaro, em 2018, agiu sozinho	1MIN26	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
JN tem acesso a versão de projeto de combate ao coronavírus do Ministério da Saúde	3MIN20	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Bolsonaro volta a atacar isolamento social e a defender retomada das atividades econômicas	6MIN03	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Bolsonaro publica MP que limita punição a agentes públicos no combate à Covid-19	7MIN12	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Segunda parcela do auxílio emergencial começará a ser paga semana que vem, diz governo	2MIN57	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Solidariedade S/A: aparelhos eletrônicos, alimentos e kits para testes rápidos	1MIN57	QUADRO SOLIDARIEDADE S/A	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Mensagens mostram que Zambelli falou em nome de Bolsonaro para evitar demissão de Moro	7MIN33	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Mais 4 delegados vão depor no inquérito sobre suposta interferência de Bolsonaro na PF	2MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL

Ex-presidente da CBDA morre aos 82 anos	0MIN24	NOTA	MORTE NACIONAL
AGU divulga parte da fala de Bolsonaro em reunião; defesa de Moro diz que omite contexto	5MIN26	AO VIVO	POLÍTICA NACIONAL
Dólar comercial fecha a R\$ 5,81, depois de se aproximar dos R\$ 6 durante o pregão	0MIN20	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA

EDIÇÃO 15-05-20 - 20 CONTEÚDOS DIFERENTES (15 REPORTAGENS COMPLETAS, 4 NOTAS, 1 QUADRO AQUI DENTRO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Em meio à pandemia, Brasil tem a 2ª saída de um ministro da Saúde em menos de um mês	7MIN50	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Políticos, entidades médicas e sociedade civil reagem à saída de mais um ministro da Saúde	6MIN04	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
OMS diz que é crucial que haja coerência e coesão no governo, em todos os níveis	1MIN05	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Imprensa internacional destaca demissão de ministro da saúde	0MIN17	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Estado do Amapá não consegue contratar médicos para atuar no combate à Covid-19	1MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estúdio de animação divulga imagem 3-D mais precisa já criada do novo coronavírus	0MIN25	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil registra 824 mortes por Covid em	0MIN25	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

24 horas, e total chega a 14.817			
Barcos clandestinos espalham a Covid-19 pelo estado do Amazonas	2MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Abertura de Hospital de Campanha em Boa Vista (RR) é adiada pela quarta vez	1MIN24	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Além de atraso na entrega, há indícios de irregularidades na compra de respiradores no RJ	1MIN57	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo de SP anuncia programa para testagem em massa contra a Covid	1MIN53	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Primeira semana de lockdown em Fortaleza (CE) termina sem atingir a meta	1MIN38	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Aqui Dentro: técnica em enfermagem conta como foi cuidar da mãe com Covid-19	1MIN35	QUADRO AQUI DENTRO	PANDEMIA QUADRO ESPECIAL
Agência que controla remédios nos EUA questiona eficácia de testes diários na Casa Branca	1MIN36	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Celso de Mello diz que vai assistir gravação da reunião ministerial nesta segunda (18)	0MIN25	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Transcrições da reunião ministerial de 22 de abril expõem contradições de Bolsonaro	10MIN22	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Bolsonaro admite que citou a Polícia Federal na reunião ministerial do dia 22	2MIN04	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL

Ato de Bolsonaro põe em xeque versão dele para o que disse na reunião ministerial	6MIN37	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Ministros reforçam medidas defendidas por Bolsonaro contra isolamento social	5MIN57	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Governo divulga calendário de pagamentos da 2ª parcela do auxílio emergencial	2MIN37	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA

EDIÇÃO 15-03-21 - 16 CONTEÚDOS DIFERENTES (9 REPORTAGENS COMPLETAS, 6 NOTAS, 1 AO VIVO ESTÚDIO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Médico Marcelo Queiroga aceita convite de Bolsonaro para assumir o Ministério da Saúde	3MIN50	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Pazuello faz avaliação da própria gestão e anuncia compra de mais de 100 milhões de doses da Pfizer e Janssen	3MIN07	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Pazuello é investigado em várias frentes	4MIN18	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Média de mortes por Covid no Brasil volta a bater recorde: 1.855	3MIN03	AO VIVO (ESTÚDIO)	PANDEMIA SAÚDE
Relatório do governo Trump mostra que EUA tentaram persuadir Brasil a não comprar vacina russa	0MIN50	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
A demissão de Eduardo Pazuello acontece no pior momento da pandemia e por	7MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA

pressão de aliados políticos			
Congresso Nacional promulga PEC que permite retomada do auxílio emergencial	0MIN19	NOTA	PANDEMIA ECONOMIA
Academia anuncia indicados ao Oscar 2021	1MIN11	NOTA	VARIEDADES
Guerra civil na Síria completa 10 anos	0MIN22	NOTA	POLÍTICA INTERNACIONAL
PGR recorre da decisão do STJ que anula quebra de sigilos de Flávio Bolsonaro	5MIN11	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Fiocruz prevê 2,5 anos para imunizar todos os brasileiros contra covid	3MIN27	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Marcelo Queiroga, escolhido para substituir Pazuello, é próximo da família Bolsonaro	2MIN30	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Ludhmila Hajjar recusa convite para o Ministério da Saúde por divergir da condução da pandemia	5MIN32	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Butantan entrega mais 3,3 milhões de doses da Coronavac	0MIN19	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Comissão Arns e Conectas denunciam Bolsonaro ao Conselho de Direitos Humanos da ONU	0MIN42	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Governadores fazem críticas à gestão da pandemia pelo governo federal	3MIN36	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA

EDIÇÃO 16-03-21 – 15 CONTEÚDOS DIFERENTES (11 REPORTAGENS COMPLETAS, 3 NOTAS, 1 AO VIVO ESTÚDIO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Hospitais privados pedem à prefeitura de SP empréstimo de leitos de UTI	3MIN36	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo de Minas Gerais adota medidas para diminuir circulação de pessoas em todo o estado	1MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Medicamentos para intubação de pacientes estão acabando no PR	1MIN21	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil registra 2.798 mortes por Covid em 24 horas, novo recorde, e total passa de 282 mil	3MIN33	AO VIVO (ESTÚDIO)	PANDEMIA SAÚDE
Agência de medicamentos da União Europeia reafirma confiança na vacina da AstraZeneca	1MIN02	NOTA	PANDEMIA INTERNACIONAL
Vacinação é suspensa em cinco capitais por falta de imunizantes	7MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Queiroga diz que foi convocado para dar continuidade ao trabalho de Pazuello	4MIN23	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Flávio Bolsonaro sofre duas derrotas no caso das rachadinhas no STJ	4MIN04	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
PF abre inquérito para investigar Jair Renan Bolsonaro, filho mais novo do presidente	4MIN11	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Arqueólogos de Israel encontram fragmentos de textos manuscritos da bíblia	1MIN44	REPORTAGEM COMPLETA	VARIEDADES
O Brasil receberá até sábado o primeiro lote da vacinas do COVAX	0MIN29	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

Economia brasileira abre 260.353 com carteira assinada, em janeiro	0MIN41	NOTA	ECONOMIA NACIONAL
Especialistas apontam os desafios do novo ministro da Saúde	8MIN46	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Idosos passam quase vinte horas aglomerados para receber a vacina em Belford Roxo, no Rio de Janeiro	1MIN43	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Maioria das pessoas que moram em favelas não consegue fazer duas refeições por dia	4MIN08	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA

EDIÇÃO 17-03-21 - 20 CONTEÚDOS DIFERENTES (13 REPORTAGENS COMPLETAS, 7 NOTAS)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Brasil passa pela maior crise sanitária e hospitalar da história, diz Fiocruz	3MIN55	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Ampliar a oferta de leitos de UTI exige profissionais especializados	4MIN04	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Média móvel de mortes por Covid no Brasil passa de 2 mil pela primeira vez	3MIN18	AO VIVO (ESTÚDIO)	PANDEMIA SAÚDE
Ministério da Saúde recebe mais 2,5 milhões de doses de vacinas	3MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estudo mostra que idosos de 65 ou mais correm mais risco de reinfecção por coronavírus	0MIN39	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Datafolha registra a	8MIN50	REPORTAGEM	PANDEMIA POLÍTICA

maior rejeição ao desempenho de Bolsonaro na pandemia		COMPLETA	
Secretários municipais de saúde alertam para baixo estoque de medicamentos para pacientes intubados	3MIN29	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Um século separa a Covid da Gripe Espanhola, e os desafios dos médicos são muito parecidos	4MIN49	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Novo ministro da saúde pede que brasileiros usem máscara e evitem aglomeração	1MIN13	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Juiz do Paraná envia duas ações contra Lula para a Justiça do DF	1MIN04	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Polícia investiga ataque criminoso ao prédio de um jornal no interior paulista	2MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	SEGURANÇA
Copom aumenta juros básicos da economia brasileira de 2% para 2,75% ao ano	0MIN58	NOTA	ECONOMIA NACIONAL
Banco Central americano mantém juros básicos entre zero e 0,25% ao ano	0MIN27	NOTA	ECONOMIA INTERNACIONAL
Ministério da Economia reduz em 10% a alíquota do imposto de importação de eletrônicos, máquinas e equipamentos	0MIN30	NOTA	ECONOMIA NACIONAL
Investigações contra Flávio Bolsonaro entram em compasso de espera	4MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Justiça Federal em RR	0MIN41	NOTA	SEGURANÇA

dá prazo para União apresentar plano para retirar garimpeiros da terra Yanomami			
Com mais de 5 mil mortes em dois dias, JN volta a homenagear vítimas da pandemia	2MIN15	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
A solidariedade ajuda brasileiros a superar as dificuldades impostas pela pandemia	2MIN53	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA DIVERSOS
Pessoas que perderam alguém nessa pandemia têm a dor de não poder se despedir	4MIN13	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA DIVERSOS
Pesquisadores brasileiros desenvolvem teste que identifica cepas do coronavírus	0MIN21	NOTA	PANDEMIA SAÚDE

EDIÇÃO 18-03-21 - 17 CONTEÚDOS DIFERENTES (13 REPORTAGENS COMPLETAS, 3 NOTAS, 1 AO VIVO ESTÚDIO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Vacinas da AstraZeneca e da Pfizer são eficazes contra variante brasileira do coronavírus, diz pesquisa	2MIN05	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Agência de medicamentos da UE confirma que vacina da Astrazeneca é segura e eficaz contra o coronavírus	0MIN33	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil registra 2.659 mortes por Covid em 24 horas	3MIN36	AO VIVO (ESTÚDIO)	PANDEMIA SAÚDE
Senador Major Olimpio, vítima da	4MIN28	REPORTAGEM COMPLETA	MORTE NACIONAL

Covid, tem morte cerebral			
Especialistas dizem que a falta de isolamento social, a grande circulação do vírus e a vacinação lenta podem tornar o Brasil um celeiro de novas variantes	3MIN33	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Estados e municípios alertam o governo para falta de medicamentos para intubação	4MIN56	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
EUA vão emprestar 4 milhões de doses da vacina de Oxford para Canadá e México	0MIN28	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA INTERNACIONAL
STF decide que ministros do tribunal não vão integrar formalmente colegiado com demais poderes que estabeleça medidas para o enfrentamento da pandemia	1MIN05	NOTA	PANDEMIA POLÍTICA
Morte do Senador Major Olimpio agrava a preocupação do Congresso com a piora da crise sanitária	5MIN09	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Cidade de São Paulo antecipa 5 feriados para tentar aumentar o isolamento social	3MIN24	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
MPF investiga a distribuição de máscaras impróprias do ministério da Saúde para os estados	3MIN31	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Governo divulga regras para nova rodada do auxílio emergencial	2MIN42	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA ECONOMIA
Presidente do Banco do Brasil, André	1MIN39	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL

Brandão, pede demissão			
Deputados derrubaram vetos de Bolsonaro ao pacote anticrime	5MIN10	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Datafolha divulga nova pesquisa com a opinião dos brasileiros sobre isolamento social	2MIN31	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
FPF suspende rodada do Paulistão	0MIN20	NOTA	ESPORTES
OCDE confirmou a criação de um grupo para monitorar o combate à corrupção no Brasil	4MIN54	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA INTERNACIONAL

EDIÇÃO 19-03-21 – 13 CONTEÚDOS DIFERENTES (9 REPORTAGENS COMPLETAS, 3 NOTAS, 1 AO VIVO ESTÚDIO)

RESUMO DO CONTEÚDO	DURAÇÃO	FORMATO	ENFOQUE PRINCIPAL
Governo assina contratos de compra de 138 milhões de doses de vacinas da Pfizer e Janssen	3MIN17	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Setenta e oito municípios do país relatam que estão com estoques baixos de oxigênio	1MIN23	NOTA	PANDEMIA SAÚDE
Brasil registra pela 1ª vez na pandemia 15 mil mortes em uma semana	3MIN30	AO VIVO ESTÚDIO	PANDEMIA SAÚDE
Secretaria de Saúde investiga falhas na distribuição de oxigênio em hospital do RS	1MIN42	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE
Datafolha divulga uma	3MIN58	REPORTAGEM	PANDEMIA POLÍTICA

nova pesquisa sobre a pandemia		COMPLETA	
Justiça do Rio suspende inquérito da Polícia Civil que investigava Felipe Neto	5MIN18	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Polícia do Rio investiga morte de menino de 4 anos	3MIN23	REPORTAGEM COMPLETA	CRIME
PF prende dois hackers suspeitos do maior roubo de dados do Brasil	3MIN02	REPORTAGEM COMPLETA	CRIME
Senador Alessandro Vieira, do Cidadania, tem alta depois de Covid	0MIN10	NOTA	PANDEMIA PERSONAGEM
Novo presidente do Banco do Brasil deve assumir cargo até o fim do mês	0MIN33	NOTA	POLÍTICA NACIONAL
Justiça Federal do DF absolve ex-presidente Michel Temer e mais cinco pessoas de acusação de receber propina para favorecer empresas portuárias	4MIN57	REPORTAGEM COMPLETA	POLÍTICA NACIONAL
Bolsonaro tentar derrubar no Supremo medidas restritivas no DF, na Bahia e no RS	8MIN18	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA POLÍTICA
Para conter pandemia, Estados endurecem restrições à circulação de pessoas e ao comércio	5MIN07	REPORTAGEM COMPLETA	PANDEMIA SAÚDE

ANEXO 2 – TABELAS DE ANÁLISE DOS TRENDING TOPICS DO TWITTER

TRENDING TOPICS 13-04-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#1DOnlineConcertStayAtHome
2	#AntiHeroi
3	#FORSGIZELLYRACISTA
4	#bdaonline
5	IVY TE AMAMOS

TRENDING TOPICS 14-04-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	Insta
2	Babu
3	Jesus
4	#ForaGizelly
5	Manu

TRENDING TOPICS 15-04-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#AbortoNao
2	Lula
3	#AvenidaBrasil
4	#MonarquiaJa
5	#LiveMCManeirinho

TRENDING TOPICS 16-04-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	Mandetta
2	#MAISQUEBOM
3	#ImReady

4	#AvenidaBrasil
5	#osmenotti

TRENDING TOPICS 17-04-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#quarenteEMO
2	#WorkshowLive
3	João Neto
4	#DennisNoMultishow
5	Sampa Crew

TRENDING TOPICS 11-05-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#MostraAFaturaBolsonaro
2	#ForaTeich
3	Joji
4	Hotmail
5	#FreeRBD

TRENDING TOPICS 12-05-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	Jornal Nacional
2	#DivulgaTudoCelsodeMello
3	Magé
4	#Mots7InMyDNA
5	#alinebarroslive

TRENDING TOPICS 13-05-20

RANKING	TRENDING TOPICS
---------	-----------------

1	#livedoturma
2	#MarceloFalcaoBudLive
3	Salve Jorge
4	HAJA MAIS AMOR NO YOUTUBE
5	#WeO2Suho

TRENDING TOPICS 14-05-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	PercyJackson
2	O YouTube
3	NOMES COM TRAJAZA
4	#CiroNallhaDeBarbados
5	LAUREN AT LIVEX

TRENDING TOPICS 15-05-20

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#liveOrochi
2	#AdiaEnem
3	Pedro Sampaio
4	#RainOnMe
5	#LivedoMolejo

TRENDING TOPICS 15-03-21

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#BolsonaroGenocida
2	Marcelo Queiroga
3	Felipe Neto
4	Plantão da Globo
5	#askbnha

TRENDING TOPICS 16-03-21

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#BolsonaroGenocidaSim
2	Quase 3
3	Soteldo
4	PRA SEMPRE JULIETTE
5	Éder

TRENDING TOPICS 17-03-21

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#CalaABocaMajuHipocrita
2	FREIREJULIETTE VOLTOU
3	#jucelinokubicast
4	Oliver sykes
5	Chelsea

TRENDING TOPICS 18-03-21

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#FabricaDeStreamBARMY
2	TIME SHADOW
3	TIME PERSONA
4	TIME EGO
5	#VaiPraCimaPresidente

TRENDING TOPICS 19-03-21

RANKING	TRENDING TOPICS
1	#HajaCoração
2	STREAM PERFECT NOW
3	Pedro Lucas
4	#BARMYFabricaDeStream
5	WhatsApp