
O sequestro da notícia: os desafios da imprensa na cobertura do governo de Jair Bolsonaro em tempos de negacionismos e desinformação

Adriana BARSOTTI¹
Luiz Cláudio LATGÉ²
Universidade Federal Fluminense

RESUMO

A partir de sete colunas e editoriais publicados em 2022 em três jornais de referência do país – *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo* –, este artigo tem como objetivo questionar a validade de métodos e teorias do jornalismo para a cobertura do governo de Jair Bolsonaro, marcado pelo negacionismo e pelo ataque à ciência, ao jornalismo e ao direito, saberes consolidados na modernidade com base na defesa da verdade. Por meio de uma revisão bibliográfica da teoria do agendamento, da objetividade jornalística e dos valores-notícia e da análise dos textos dos três jornais, aponta para os limites de práticas jornalísticas consagradas diante de um presidente que mente, dissemina desinformação e ataca jornalistas.

PALAVRAS-CHAVE

Sequestro da notícia; agendamento; objetividade jornalística, valores-notícia; desinformação

Introdução

No dia 23 de maio de 2022, um editorial do jornal *O Estado de S.Paulo* expôs de maneira contundente os desafios para o jornalismo brasileiro frente à cobertura do governo Jair Bolsonaro, que usa o negacionismo e a desinformação como estratégias para ofuscar temas que deveriam estar mais presentes na pauta dos veículos, entre os quais a fome, a inflação e o desemprego, que vêm atingindo recordes alarmantes em seu governo. O jornal paulistano chegou a defender que manuais de redação sejam revistos, pois nem tudo o que o presidente do país afirma é digno de ser noticiado. “Qual o papel do jornalismo profissional e independente quando o país é governado por um presidente que, em nome de seus interesses particulares, impõe uma agenda que estimula ressentimentos

¹ Professora do Quadro Permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF) e professora adjunta do Departamento de Comunicação da UFF. e-mail: adrianabarsotti@id.uff.br

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF). e-mail: lclatge@gmail.com

e explora medos dos cidadãos em detrimento dos fatos?”, questiona (UM IMENSO, 2022).

O editorial de *O Estado de S.Paulo*, embora sem pretensões acadêmicas, acaba apontando para valores do jornalismo que vem sendo questionados frente à escalada do negacionismo e da desinformação. Pesquisas acadêmicas já vêm demonstrando os dilemas e limites do jornalismo diante de um governo de extrema-direita que nega a ciência e ataca o jornalismo (BARSOTTI; AGUIAR, 2022; RÊGO; BARBOSA, 2020; PAGOTO; LONGHI, 2021). Um estudo exploratório a partir de sete textos de colunas e editoriais da *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo* publicados entre maio e junho deste ano – *corpus* deste artigo - indica que a crítica à atuação da imprensa no governo Bolsonaro chegou às páginas de opinião dos jornais de referência do país.

Este artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla, que procura demonstrar como a notícia vem sendo “sequestrada” pela pauta imposta pelo bolsonarismo. O exemplo mais emblemático é a tentativa reiterada de o presidente levantar suspeitas sobre as urnas eleitorais. Até que ponto a imprensa permitiu e vem permitindo dar visibilidade à pauta de informações mentirosas produzidas pelo Palácio do Planalto com o objetivo de inundar a agenda pública com informações falsas ou “não questões”, como apontou o editorial de *O Estado de S.Paulo*? A agenda invertida proposta pelo bolsonarismo está enfraquecendo ainda mais o poder de agendamento da imprensa? A objetividade jornalística como método demonstra limites e fragilidades nesse cenário? Até que ponto a imprensa não está refém do valor-notícia que estabelece o nível hierárquico das fontes como uma das variáveis a serem levadas em conta na definição do que é notícia? Não é nosso objetivo responder a todas essas questões aqui, mas apontar para a crítica que cresce entre profissionais do jornalismo de três importantes veículos a partir da análise desses sete textos.

Do agendamento à difusão de agendas

Para prosseguirmos nessa reflexão, faremos a revisão de algumas teorias para os quais esses textos da imprensa apontam sem, contudo, nomeá-las ou defini-las conceitualmente. A primeira delas é a teoria do agendamento (MCCOMBS, 2009), que mediu até que ponto a mídia tem o poder de influenciar a opinião pública. Para comprovar sua hipótese do agendamento, McCombs conduziu diversas pesquisas em períodos eleitorais entre 1954 e 1976, nos EUA. Com base nelas, conseguiu sustentar que o crescimento de algum tema entre as preocupações dos eleitores estava diretamente

relacionado ao destaque dado pela mídia àquele assunto. A conclusão foi que havia “uma correspondência quase perfeita” entre os *rankings* dos temas enumerados como mais relevantes pelos eleitores e os apresentados pelos veículos noticiosos nos períodos anteriores às eleições.

Os estudos de jornalismo dão muita ênfase ao aspecto do poder da teoria do agendamento, mas pouca atenção é dispensada às ressalvas sinalizadas pelo próprio McCombs. Quando formulou a teoria, McCombs observou que os veículos de mídia não eram “ditadores todo-poderosos” (2009, p.34) da opinião do público. Ele ressaltou que nossas experiências pessoais, que incluem conversações em grupos sociais, também concorrem para a construção da agenda pública – para além do noticiário.

Ao debater sobre o futuro do agendamento na internet, o autor chegou a prever que poderia haver uma multiplicidade de agendas da mídia e agendas pessoais com pouca coesão social diante da possibilidade que cada indivíduo teria de combinar múltiplas fontes de informação. Ainda assim, ele acreditava que haveria denominadores comuns entre essas múltiplas agendas. O autor anteviu em parte o cenário contemporâneo do consumo de informação, que é extremamente fragmentado. Em 2021, pelo segundo ano consecutivo, os brasileiros revelaram que consomem mais notícias pelas redes sociais do que pela TV (NEWMAN et al., 2021). Entretanto, o que poderia sinalizar para uma multiplicidade de fontes se transformou em reiteração de pontos de vista.

Nossas conversas sociais migraram hoje para as redes sociais, marcadas pela plataformação (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020) e mediação algorítmica (GILLESPIE, 2018). Nas redes sociais, o “*feed* de notícias” é mediado pelos algoritmos, que oferecem *posts* de acordo com as preferências de cada um, criando bolhas sociais (PARISER, 2012), onde actantes humanos e não-humanos (LATOUR, 2012) moldam a agenda nossa de cada dia. Não bastasse a fragmentação da agenda pública decorrente do consumo mediado pelos algoritmos, os próprios jornalistas estão contribuindo para o enfraquecimento de uma agenda comum.

Barsotti (2017) observou uma coincidência de apenas 40% entre os conteúdos publicados nas primeiras páginas de *O Globo*, *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo* e os compartilhados pelas páginas dos jornais naquela rede social. Embora o “espaço” no Facebook seja ilimitado, os editores de redes sociais desses veículos não compartilham todo o conteúdo das primeiras páginas impressas por entenderem que os interesses dos

usuários da rede divergem daqueles dos leitores dos jornais, ditando eles mesmos uma agenda paralela às dos jornais nos quais trabalham.

Agenda invertida e difusão da agenda são conceitos que surgiram para atualizar a teoria do agendamento no contexto da internet. Como Saperas aponta (2020), a agenda invertida considera a formação de novos processos para estabelecer a agenda em que participam tanto os meios tradicionais quanto os cidadãos através das novas plataformas digitais. O *agenda-setting*, nesse caso, tende a não desaparecer, mas “deixa de ser possível a sua existência institucionalmente profissionalizada e independente das pessoas comuns, dos cidadãos que agora dispõem de plataformas para gerar temas de agenda”(2020, p.192). Gera-se um fluxo inverso de informação vindo de sites e redes sociais que pode ter a capacidade de influenciar a agenda da mídia como fonte de informação e impor temas à pauta. É a estratégia que vem sendo usada sistematicamente pelo presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores. Não raro uma pauta é incorporada à agenda dos meios tradicionais depois de figurar nos trending topics do Twitter a partir de postagens do presidente.

Weimann e Brosius, aponta Saperas, introduziram o conceito de difusão da agenda diante da impossibilidade de o modelo clássico do *agenda-setting* explicar o cenário contemporâneo de produção, distribuição e consumo da informação (2020, p.198). McCombs estimou um período de quatro a oito semanas para que as notícias tivessem impacto na agenda pública e fossem debatidas pela opinião pública, o que promovia a coesão em torno de uma agenda. A rapidez hoje de propagação de informação pelas redes sociais sugere a ideia de difusão. Nas redes sociais, os indivíduos se agrupam e interagem, participando da formação de agendas próprias. Saperas acredita que o conceito de difusão da agenda explica a tendência dos indivíduos de desconfiarem da agenda dominante da mídia hoje e de desafiar o jornalismo profissional (2020, p.198-199). “No atual ambiente digital, parece que o aumento notável da exposição seletiva, da polarização e da fragmentação do público tem como consequência os media digitais ameaçarem a função de coesão do *agenda-setting*” (SAPERAS, 2020, p.188).

A objetividade jornalística em xeque

No Brasil pós-eleição de 2018, entretanto, há um elemento novo nos processos de agendamento, agenda invertida e difusão da agenda. Trata-se do uso intencional de informações falsas como forma de desmontar a lógica do jornalismo e da ciência, que se

firmaram na modernidade com base em métodos de verificação da verdade. Um dos exemplos aqui já citados é a declaração recorrente do presidente sobre a desconfiança nas urnas eletrônicas, contra todas as evidências, com o objetivo de controlar a agenda dos meios de comunicação e desviar a atenção para temas relevantes. Embora seja uma não notícia, o assunto tem merecido cobertura. A explicação mais plausível estaria no valor-notícia nível hierárquico da fonte, no caso a mais alta autoridade do país, que analisaremos no próximo tópico.

Há de se ressaltar que o problema não é exclusivo do Brasil. Grupos políticos se apropriaram das redes sociais para propagar informações falsas e confrontar a ciência, abrindo espaço para o crescimento de movimentos populistas de direita, em todo mundo: Donald Trump, nos Estados Unidos; Boris Johnson, na Grã Bretanha; Viktor Orbán, na Hungria, além de Jair Bolsonaro, no Brasil. A evolução das redes sociais permite o ataque ao território simbólico da verdade, socialmente baseada, em nosso tempo, no domínio dos fatos e na ciência. Os ataques às mídias tradicionais e ao jornalismo não são gratuitos. Fazem parte da disputa pelo controle da agenda política.

O processo de negacionismo e manipulação política é analisado por Rêgo e Barbosa (2020), que apontam para um projeto de “construção intencional da ignorância”.

Em sociedade, portanto, são eleitas instituições que terminam por alcançar em determinadas temporalidades o lugar de uma verdade aceita socialmente. Dentro do regime de historicidade da modernidade e a partir dos valores alavancados por ela, como a objetividade e a imparcialidade em alguns casos, é que a ciência e os demais campos que se constituíram ou se modificaram a partir dos novos valores constituintes e circundantes ao campo da ciência, terminaram conquistando um *locus veritas*, tais como a academia, o jornalismo, o Direito e a História. Entretanto, esse lugar encontra-se em permanente tensionamento e, na atualidade, em confronto com narrativas que procuram descredibilizá-los (RÊGO; BARBOSA, 2020, p. 61).

Se a objetividade ajudou a consolidar as práticas jornalísticas no jornalismo profissional, agora está em xeque como método para o jornalismo traduzir e interpretar a realidade, partindo da premissa que a atividade é produtora de conhecimento (Park, 1972) e de interpretação da realidade do mundo que nos cerca. Barsotti (2021) lembra que não é a primeira vez que a objetividade é questionada desde o seu surgimento como método, mas aponta para o seu esgarçamento diante de um cenário de desinformação, distribuição algorítmica de notícias, desigualdades e negacionismos.

Até o surgimento da objetividade, o jornalismo americano, que servia de modelo para o resto do mundo, era marcado pelo jornalismo político-literário, que se

caracterizava pela expressão de opinião. Nas primeiras décadas do século XIX, entretanto, inspirados pelo positivismo, os jornais passam a valorizar mais os fatos do que as opiniões. A estratégia era conquistar um público mais amplo, além da elite que consumia os jornais políticos. Surge então o jornalismo de informação, que teve como marco os jornais de um centavo (*penny press*) (SCHUDSON, 2010). Os jornais passam a buscar o relato dos fatos com precisão, proclamando seu apartidarismo em editoriais. O método da objetividade, nota Aguiar, investe o jornalista da função de “mediador neutro e imparcial” da realidade.

O jornalista deixa de ser um ativista político, autor de textos opinativos, para se tornar um mediador neutro e imparcial que observa a realidade social e produz um relato com base no método da objetividade, semelhante ao rigor metodológico do Positivismo (AGUIAR, 2008, p.18).

A partir de 1920, após a Primeira Guerra, o cenário mudaria. A propaganda de guerra havia mostrado que os fatos poderiam ser criados e manipulados. É importante também situar o contexto histórico em que surgem esses questionamentos. Note-se que, desde 1920, a filosofia, a história, as ciências sociais e a psicanálise vinham demonstrando que os homens “conhecem, veem e escutam o mundo através de filtros socialmente construídos” (SCHUDSON, 2010, p.16).

Apesar de todo o contexto de desconfiança, a objetividade jornalística, no entanto, persistiu na cultura profissional, mas agora como um método. Para Schudson, neste cenário de desconfiança na racionalidade, a objetividade passa a ser uma estratégia na atividade profissional. O ideal da objetividade, nota Schudson, não representava, enfim, a expressão final de uma crença nos fatos, mas a imposição de “um método projetado para um mundo no qual nem mesmo os fatos poderiam ser confiáveis” (SCHUDSON, 2010, p.144).

Para Gaye Tuchman (1999), a objetividade jornalística é também uma estratégia. O “ritual” da objetividade seria usado pelos jornalistas para se defenderem dos erros e críticas a seu trabalho. Ela apontou alguns desses procedimentos incorporados às rotinas produtivas nas redações para alcançar a objetividade: 1) apresentar “os dois lados” de uma notícia; 2) apresentar provas auxiliares que confirmem uma afirmação; 3) usar aspas de tal maneira que opiniões sejam apresentadas como prova suplementar; 4) empregar a técnica da pirâmide invertida utilizada no *lead*.

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 121-122) ponderam que a objetividade, como método de trabalho, contribui para que os jornalistas possam construir caminhos para a verificação de seus relatos. Os autores, no entanto, apontam para alguns riscos: “O equilíbrio pode levar à distorção”, alertam. Muitas vezes, buscar o equilíbrio de “todos os lados não resulta numa reflexão verdadeira da realidade”. Como exemplo, eles citam que seria um “desserviço para os cidadãos e para a verdade” se o jornalismo desse espaço a vozes dissonantes no debate científico acerca do aquecimento global. “Infelizmente, com frequência, o equilíbrio jornalístico é mal construído e leva a esse tipo de significado quase matemático”.

Nos anos 1960, Schudson nota que a objetividade no jornalismo novamente é colocada sob suspeita. Nos EUA, a Guerra do Vietnã e o movimento da contracultura favoreceram um cenário para um jornalismo mais cético. O autor observa que duas tradições no jornalismo se posicionaram contra a objetividade a partir dos anos 1960 – o *new journalism* (jornalismo literário) e o *muckraking* (jornalismo investigativo). As duas tradições pressupõem uma postura mais crítica e afastam o jornalista da posição de observador “neutro” da realidade.

No Brasil, o processo de consolidação dos jornais como meios de comunicação de massa aconteceu somente no início do século XX. Barbosa (2007) resgata falas de jornalistas que apontam para um dos alicerces da profissão, o ideal da objetividade. Nelas, “a separação entre o mundo da opinião e o mundo da informação vai construindo o ideal de objetividade como valor imprescindível para a notícia e, sobretudo, como aspecto fundamental da profissão”. Ela prossegue: “Com isso, instauram a mítica da imparcialidade, indispensável para quem quer se afirmar como tradutor do mundo para o público. E, em função disso, aquinhoar maior poder simbólico (2007, p.81).

Vimos que a objetividade jornalística foi tensionada em diversos momentos históricos. Acreditamos que a ascensão de governos autoritários e negacionistas trazem um novo desafio ao jornalismo e põe em xeque novamente a objetividade jornalística. Logo após a eleição de Bolsonaro, Moraes (2018) apontou que houve uma postura condescendente da imprensa na cobertura da campanha do ex-capitão da reserva. Declarações criminosas do presidente foram tratadas como “polêmicas”, criticou a autora.

Na pandemia, Barsotti e Aguiar (2021) perceberam uma mudança no tom da cobertura do governo Jair Bolsonaro pela imprensa, que agora estaria tentando recuperar

seu *locus* de verdade, apontando as mentiras ditas pelo presidente e abandonando eufemismos que antes ditavam o tom do noticiário, como “distorceu” e “exagerou”.

Se acreditarmos que não há mais verdade no espaço público contemporâneo, as narrativas sobre a pandemia da Covid-19 poderiam se equivaler, mas o jornalismo informativo invoca métodos de verificação para a construção do noticiário a partir de um discurso que emerge do campo das ciências. É nessa perspectiva que se pode apostar na credibilidade jornalística: se a força civilizacional do Ocidente resultou no dever moral de dizer a verdade, em tempos pandêmicos, mais do que uma falha moral ou ética, mentir tornou-se mortal, e nomear a mentira em manchetes – tarefa premente do jornalismo informativo para cumprir seu princípio ontológico – mostra-se fundamental para garantir a convivência no espaço público (2021, p. 135).

Por que noticiar mentiras?

Neste tópico, pretendemos discutir até que ponto o valor-notícia “nível hierárquico da fonte” pode estar se transformando em uma armadilha para o jornalismo diante da cobertura de governos que mentem e forjam fatos. Para isso, recorreremos à classificação de Wolf (1999). Como observa o autor, não é apenas o conteúdo do acontecimento que decide se ele será transformado em notícia. Critérios de noticiabilidade se articulam com a cultura profissional dos jornalistas e com as rotinas produtivas das redações.

A vida cotidiana é superabundante em acontecimentos e os jornalistas precisam de parâmetros para rotinizar suas coberturas. As observações de Wolf levam em conta os estudos de Tuchman, para quem os critérios de seleção das notícias estavam sujeitos às necessidades de as empresas jornalísticas precisarem impor uma ordem no espaço e no tempo em face da imprevisibilidade dos acontecimentos. Para organizar o espaço, Tuchman relaciona as estratégias utilizadas: 1) territorialidade geográfica, através da qual as empresas dividem o mundo em áreas de cobertura editorial; 2) a especialização organizacional, por meio da qual as empresas fixam repórteres de plantão em certas organizações, tais como a Câmara dos Deputados, a sede do governo, o quartel geral da Polícia, onde há a probabilidade de geração de acontecimentos; 3) a especialização da redação por seções. Uma das consequências, aponta Tuchman, é de fazer com que as notícias ocorram em certas localidades em detrimento de outras. (apud TRAQUINA, 2005, p.181-184).

Tuchman constatou que o nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento era decisivo para que ele fosse transformado em notícia. Em seus estudos, demonstrou que os jornalistas tendiam a confiar mais nas informações procedentes de fontes oficiais. À

conclusão semelhante chegou Gans (1979), analisando notícias veiculadas pela *Time*, pela *Newsweek*, pela CBS e pela NBC no final da década de 1970. Para o autor, alguns fatores que influenciariam a produção de notícias seriam as fontes, as audiências e as práticas organizacionais. Porém, Gans relacionou o poder como detentor de maior peso entre os valores-notícia. Seus estudos demonstraram que presidentes, candidatos a presidente, governadores e autoridades mereciam grande parte da cobertura.

Agora que já relacionamos a noticiabilidade a um conjunto de elementos por meio dos quais os meios jornalísticos gerem os acontecimentos e propõe uma agenda por meio da seleção de notícias, passaremos a uma análise dos valores-notícia segundo a classificação de Wolf. Quanto mais valores-notícia estiverem presentes em um acontecimento, maior a chance de serem noticiados, observou. “São as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores notícia que recomendam a seleção de um fato páginas” (1999, p.195-196).

Wolf (2009) identificou que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística, ou seja, no processo de seleção e no processo de construção da notícia. Eles não derivam apenas do conteúdo dos acontecimentos, mas de diversas componentes, a saber: 1) do próprio conteúdo das notícias; 2) da disponibilidade do material e das características do produto informativo; 3) do público e 4) da concorrência. Em relação ao conteúdo das notícias, Wolf identifica que elas, a princípio, podem ser selecionadas por seu grau de importância ou interesse. No caso das notícias consideradas importantes, ele relaciona quatro variáveis: 1) nível hierárquico dos envolvidos; 2) impacto sobre a nação e o interesse nacional; 3) quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento; 4) capacidade de evolução futura do acontecimento.

Os estudos sobre os valores-notícia apontam para três fatores que contribuem para a cilada em que se encontra o jornalismo diante de governos que mentem intencionalmente: a organização espacial da cobertura, com repórteres de plantão na sede do governo, o nível hierárquico da fonte e a preferência pelas fontes oficiais. Diante dos constantes ataques sofridos por apoiadores do presidente, os principais veículos decidiram se retirar da cobertura do Palácio da Alvorada para garantir a segurança de seus jornalistas (VEÍCULOS, 2020). No entanto, o nível hierárquico da fonte como fator de confiabilidade precisa ser questionado. Por que noticiar mentiras propagadas pela maior autoridade do país?

O que dizem os editoriais e colunas

O editorial de *O Estado de S. Paulo* do dia 23 de maio de 2022 faz uma incômoda advertência: “Pela qualidade do debate democrático, talvez seja necessário adaptar os manuais à realidade segundo a qual nem tudo o que o atual presidente produz é digno de ser noticiado”. O texto está justamente confrontando a questão do valor-notícia que privilegia o nível hierárquico da fonte em um contexto em que a fonte propaga mentiras. O texto segue apontando os desafios para a imprensa no cenário contemporâneo de ataque à verdade. “Bolsonaro é um inimigo da transparência e da verdade factual. Um presidente assim impõe um extraordinário desafio para o jornalismo, pois à imprensa não é dado simplesmente ignorar o que diz o presidente da República”, pontua o editorial. “Em qualquer país do mundo, o chefe de governo é o principal produtor de fatos potencialmente noticiosos”, afirma o texto, aludindo à questão da notoriedade da fonte (UM IMENSO, 2022).

Ao mesmo tempo que, todos os dias, a imprensa é desacreditada por Bolsonaro, tem de manter a sociedade informada sobre os movimentos de um presidente que anuncia dia e hora para tentar um golpe de Estado caso seja derrotado na próxima eleição; um presidente que engaja os cidadãos em debates infrutíferos, muitas vezes pautados por não questões, como a segurança do sistema eleitoral. Qual o papel do jornalismo profissional e independente quando o País é governado por um presidente que, em nome de seus interesses particulares, impõe uma agenda que estimula ressentimentos e explora medos dos cidadãos em detrimento dos fatos? (UM IMENSO, 2022).

Para o jornal, a saída está em desnudar as narrativas do presidente: “Isso significa confrontar as ‘narrativas’ criadas no Palácio do Planalto com a verdade factual e tentar, na medida do possível, dissipar a desconfiança dos cidadãos nas instituições”, defende o texto.

Outro questionamento, desta vez à objetividade jornalística, partiu do *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, José Maria Mariante, na coluna “Remanescências de um país”, publicada no dia 18 de junho. “A objetividade jornalística é cruel”, declarou. Mariante se referia às manchetes que reproduziram a frase de Bolsonaro sobre o jornalista inglês Dom Phillips, que foi assassinado na Amazônia junto com o indigenista Bruno Pereira. “Esse inglês era malvisto na região, porque fazia muita matéria contra garimpeiros, questão ambiental, então, naquela região lá, que é bastante isolada, muita gente não gostava dele”, declarou o presidente. Títulos na mídia e nas redes sociais enfatizaram “o malvisto”, em uma escolha considerada “cruel” pelo *ombudsman*. Tão cruel quanto o anúncio do

governo Bolsonaro, via Twitter do ministro da Justiça, de que “remanescentes humanos” tinham sido encontrados na região em que Phillips e Pereira desapareceram.

Fosse para devolver a crueldade a Bolsonaro, deveriam (os veículos de imprensa) ter ficado no “pouca coisa vai sobrar”, outro trecho inacreditável da entrevista: “Aquela região, você pode ver, pelo que tudo indica, se mataram os dois, se mataram, espero que não, eles estão dentro d’água e dentro d’água pouca coisa vai sobrar, peixe come, não sei se tem piranha lá no Javari. A gente lamenta tudo isso aí” (MARIANTE, 2022a).

A *Folha*, entretanto, não chega a cogitar o fim da publicação das declarações de Bolsonaro grosseiras ou mentirosas. “É necessário registrar sua incontinência diuturnamente. Bravatas e barbaridades abrem espaço na mídia profissional, que, em legítimo esforço, expõe o que o presidente pensa”, afirma. A saída estaria em confrontar o presidente: “Aí, como segundo ato necessário, é preciso mostrar que a Terra é redonda, por mais óbvio que pareça, com consultas a especialistas, à Anistia, ao deputado, ao jurista”. Mas Mariante reconhece que o saldo da noticiabilidade é positivo para o presidente: “Entre o registro do absurdo e a explicação de que é um absurdo, Bolsonaro fatura” (MARIANTE, 2022a).

A ideia do “sequestro” da agenda pública – mostrando a eficácia do agendamento invertido de Bolsonaro – foi motivo de coluna assinada por Bernardo Mello Franco em *O Globo* no dia 1º de maio deste ano. O texto aponta para a estratégia de Bolsonaro de ditar uma agenda paralela para ofuscar temas grave, como a crise econômica e o escândalo dos pastores lobistas no MEC:

Bolsonaro sabe como desviar o foco dos assuntos incômodos. Nos dias que antecederam o decreto [de anistia ao Deputado Daniel Silveira, preso e condenado por ataques ao Supremo Tribunal Federal], o IBGE registrou a maior inflação para março em 28 anos. O governo foi obrigado a admitir que os pastores lobistas do MEC estiveram 35 vezes no Planalto. O noticiário revelou novas suspeitas de desvios na Codevasp, estatal loteada entre deputados do Centrão (MELLO FRANCO, 2022).

Outro colunista do jornal, Lauro Jardim, considera que é dever da imprensa noticiar as declarações do presidente, mas demonstra inquietação e aponta para o fato de o jornalismo estar à mercê da pauta do presidente:

Na semana passada, Jair Bolsonaro, por três vezes, desceu a borduna no STF. Nenhuma novidade. Mas a imprensa é obrigada a registrar. O ano já está na metade e dá para garantir que a manchete ‘Bolsonaro volta a atacar o STF’ corre o risco de ser a mais repetida de 2022” (JARDIM, 2022).

Outros dois colunistas do jornal criticam a estratégia de distração empreendida por Bolsonaro. Embora não questione a postura da imprensa, Seleme (2022) aponta para a capacidade do presidente de mobilizar sua “artilharia” nas redes sociais na direção oposta da agenda que interessa à administração do país:

Quanto mais conseguir esconder as verdadeiras questões que afligem os brasileiros, melhor para Jair Bolsonaro. Sua tática é velha e manjada, mas é sempre usada por governantes em campanha que não têm o que mostrar. Trata-se do diversionismo, da distração, da mudança de assunto para confundir e mobilizar o seu eleitor em outro sentido. O presidente, conhecido por sua aversão ao trabalho, mobiliza sua artilharia nas redes sociais em direção oposta ao que interessa da administração pública (SELEME, 2022).

A colunista Malu Gaspar vai na mesma direção:

A estratégia que Jair Bolsonaro desenhou para chegar às eleições em condições de vencer o pleito ou melar o jogo é conhecida: criar tumulto atrás de tumulto, espalhar focos de desconfiança e dispersar a atenção dos assuntos que realmente importam. [...] A história se repetiu na última polêmica em torno da segurança do sistema eleitoral (GASPAR, 2022).

Outra coluna do ombudsman da *Folha* expressou o mesmo entendimento sobre a habilidade do presidente em ofuscar temas que não sejam do seu interesse, criando uma agenda paralela. E lamenta que “não é fácil” cobrir o presidente:

Não é fácil cobrir o candidato Jair Bolsonaro. Além da caneta de presidente, que historicamente faz diferença, sua produção de factoides é alta. [...] Bolsonaro está cheio de problemas para resolver na reta final de seu governo, que é um desastre, mas tem uma notável habilidade para desviar o foco das atenções. Escamoteia-se do governo ao lamentar o preço dos combustíveis, transfere a responsabilidade da inflação para o exterior e mente descaradamente ao falar da Amazônia (MARIANTE, 2022b).

Considerações finais

O efeito da desinformação para as sociedades democráticas tem sido bastante estudado. Mas ainda é desconcertante perceber que a imprensa, ancorada em longa experiência na cobertura de guerras, eleições, movimentos totalitários e todo o horror que o mundo foi capaz de produzir, tenha, neste momento, dificuldade para se posicionar e enfrentar os mecanismos que tentam descredibilizá-la como instituição em defesa da verdade factual.

O recurso de sequestro da pauta da imprensa foi usado, ao longo de todo o governo de Jair Bolsonaro, como método. Além de abrirem espaço em suas coberturas para “não notícias”, os veículos demoraram muito tempo para chamar pelo nome as mentiras propagadas por Bolsonaro em suas lives, perfis nas redes sociais e até mesmo em pronunciamento à nação. A prática do dissenso, da confrontação de informações, não pode ser tomada como escudo para dar amplitude à desinformação. Não basta acionar mecanismos de checagem (*fact checking*) para assegurar a credibilidade da notícia, quando falsas questões sequestram o noticiário. É preciso que os jornais exerçam seu papel e sua capacidade de pautar o debate e de definir o que é notícia. Mesmo que, para isso, tenhamos que rever os cânones da profissão.

Referências:

AGUIAR, L. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v.5, n.1, p.12-23, 2008. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13>>. Acesso em 12 abr. de 2016.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARSOTTI, A; AGUIAR, L. Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu locus de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização. **Libero**. São Paulo, v. 49, set/dez.2021, p.123-140, 2021. Disponível em <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1633/1313>. Acesso em 14 jun. 2022.

BARSOTTI, A. Os limites da objetividade jornalística no século XXI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44.; GP TEORIAS DO JORNALISMO, 2021, Virtual. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2021.

_____. Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais. **Revista Contracampo**, Niterói, v.37, n.1, p. 168-191, 2018. Disponível em <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17641>. Acesso em 20 mar de 2020.

GANS, H. J. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.

GASPAR, M. Militares atual como buchas de canhão para o golpismo de Bolsonaro. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 maio 2022. Disponível em <<https://blogs.oglobo.globo.com/malugaspar/post/militares-atuam-como-buchas-de-canhao-para-o-golpismo-de-bolsonaro.html>>. Acesso em 14 jul 2022.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. **Revista Parágrafo**, v. 6, n. 1, 2018. Disponível em <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/download/722/563>>. Acesso em: 2 jul. 2021.

JARDIM, L. Em uma semana, Bolsonaro atacou três vezes o STF. **O Globo**, 19 jun. 2022. Disponível em < <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/em-uma-semana-bolsonaro-atacou-tres-vezes-o-stf.html> >. Acesso em 14 jul. 2022.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

MARIANTE, J.H. Remanescências de um país. **Folha de S.Paulo**, 18 jun. 2022a. Disponível em < <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/jose-henrique-mariante-ombudsman/2022/06/remanescencias-de-um-pais.shtml> >. Acesso em 14 jul 2022.

_____. A semana do presidente. **Folha de S.Paulo**, 21 maio 2022b. Disponível em < <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/jose-henrique-mariante-ombudsman/2022/05/a-semana-do-presidente.shtml> >. Acesso em 14 jul. 2022.

MC COMBS, M. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MELLO FRANCO, B. Lula custou, mas entendeu a tática de Bolsonaro. **O Globo**, 1 maio 2022, Disponível em < <https://blogs.oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/lula-custou-mas-entendeu-tatica-de-bolsonaro.html> >. Acesso em 14 jul. 2022.

MORAES, F. A imprensa precisa fazer autocrítica. **Revista Piauí**, São Paulo, 14 de out de 2018. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/imprensa-precisa-fazer-autocritica/>>. Acesso em 20 de jan de 2021.

NEWMAN, N; FLETCHER, R; SCHULZ, A; ANDI, S; ROBERTSON, C; NIELSEN, R. K. Reuters Institute Digital News Report 2021. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>> Acesso em: 20 set. 2021.

PAGOTO, G; LONGHI, R. Plataformização, tecnopopulismo e desintermediação das fontes em ataques ao jornalismo no Instagram. **Chasqui**. Quito, n.147, agost/dez 2021, p.182-200. Disponível em < <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4493/3428>>. Acesso em 14 jul. 2022.

PARISER, E. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARK, R. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, C.S. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972, p.168-184.

POELL, T; NIEBORG, D; VAN DIJCK, J. Plataformização. *Revista Fronteiras -estudos midiáticos*. São Leopoldo, v.22, n.1, p. 2-10, 2020.

RÊGO, A.R; BARBOSA, M. **A construção intencional da ignorância**: o mercado das informações falsas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

SELEME, A. Mudando de assunto. **O Globo**, 4 jun. 2022. Disponível em < <https://oglobo.globo.com/politica/ascanio-seleme/coluna/2022/06/mudando-de-assunto-1-25522720.ghtml> >. Acesso em 14 jul 2022.

SAPERAS, E. Novas direções na investigação sobre o agendamento – os processos de agendamento na era digital. In: CAMPONEZ, C; FERREIRA, G.B.; RODRIGUEZ-DIAZ, R. (Orgs.) Estudos do agendamento: teoria, desenvolvimentos e desafios - 50 anos depois. Covilhã: LabCom Books, 2020, p.171-208.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo volume I**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999, p.74-90.

UM IMENSO desafio para o jornalismo. **O Estado de S.Paulo**, São Paulo, 23 maio 2022. Disponível em < <https://opinio.estado.com.br/noticias/notas-e-informacoes,um-imenso-desafio-para-o-jornalismo,70004073267> >. Acesso em 14 jul. 2022.

VEÍCULOS de imprensa suspendem cobertura presidencial na porta do Alvorada. **Abraji**, São Paulo, 26 maio 2020. Disponível em < <https://abraji.org.br/noticias/veiculos-de-imprensa-suspendem-cobertura-presidencial-na-porta-do-alvorada> >. Acesso em 14 jul. 2022.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009.

