

JORNALISMO DECLARATÓRIO: UMA ANÁLISE DE NOTÍCIAS DO G1 E DO R7 COM BASE EM DECLARAÇÕES DO PRESIDENTE BOLSONARO¹

Scheila VIEIRA DOS REIS²
Marília MANFREDI GASPAROVIC³

RESUMO: O jornalismo declaratório, isto é, jornalismo fundamentado em declarações, difundiu-se na rotina das redações, com destaque para o webjornalismo, graças a fatores como velocidade e facilidade tecnológica. Por ter influência na maneira de se produzir conteúdo, especialmente em relação à pré-produção e à apuração jornalística, deve ser estudado e problematizado. O objetivo deste artigo, então, é analisar de que forma os portais de notícias G1, da Rede Globo, e R7, da Rede Record, discursivizam e atribuem sentidos distintos a declarações do presidente Jair Bolsonaro utilizadas como ‘fontes’ de cinco notícias veiculadas no primeiro mês de pandemia no Brasil em decorrência do Coronavírus (março de 2020). Após processo analítico, concluiu-se que os portais analisados, ao fazer uso do jornalismo declaratório, atribuem contextos contrários ou favoráveis ao que está sendo noticiado. O G1 ressalta a ação negativa do presidente junto das declarações, e o R7 busca amenizar o peso das declarações com informações complementares positivas em relação ao governo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo declaratório, webjornalismo, portal de notícias, Jair Bolsonaro.

1 INTRODUÇÃO

A prática jornalística tem ganhado novas características, principalmente – e com maior força – nos tempos atuais com a adesão de mídias digitais como fontes de informação. Nesse contexto, o jornalismo declaratório tem permeado a vida dos jornalistas nas redações de portais de notícias.

O termo ainda não consiste em livros e grade acadêmica, mas é muito encontrado no cotidiano do jornalismo brasileiro. Oliveira (2018, n.p.) defende que o conceito pode ser entendido como “a prática de produzir matérias jornalísticas com base apenas nas declarações das fontes de informação”.

As ‘fontes’ do jornalismo declaratório podem ser coletadas em entrevistas, declarações da própria pessoa pública ou por meio da assessoria de imprensa. O

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário FAG, no ano de 2020.

² Acadêmica do 8º período do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: scheilatnn@outlook.com

³ Professora orientadora. E-mail: marilia@fag.edu.br

que se usa dos discursos realizados pelo personagem noticiado são recortes que geram considerável repercussão midiática e social.

Geralmente, os recortes são feitos com a utilização de aspas, que incidem a responsabilidade do que foi dito de forma mais enfática a quem disse; com o uso de verbos *dicendi* logo após a fala, que reafirmam a expressão dada pelo interlocutor; com a fundamentação da produção somente no uso de uma única fonte; além de outras características encontradas nos manuais de redação jornalísticos.

A pretensão do artigo não é defender ou invalidar a prática declaratória, mas sim assegurar que deve ser analisada nas produções noticiosas, uma vez que a análise pode “[...] servir como um guia para identificar se as declarações coletadas diariamente em entrevistas ou notas oficiais foram transcritas sem apuração, se são verdadeiras ou não e se realmente servem à sociedade” (OLIVEIRA, 2018, n.p.).

A checagem de notícias, em especial de fontes políticas oficiais, por vezes, é um desafio aos profissionais. Há uma série de fatores de espaço e tempo do jornalista que repercute diretamente na prática diária de noticiar os fatos de forma imediata, como ocorre no ambiente da web.

Com o webjornalismo, uma variedade de características passa a dissociar o jornalismo *convencional* (de rádio, tv e impresso) dessa mais recente forma de produção. Há a difusão de notícias de forma imediata e com a segurança de memória que garante o acesso à informação de diferentes locais em diferentes horários por qualquer usuário. Outra característica que se destaca é o uso de diversas mídias na mesma notícia. Isso permite que não só o fato em questão ganhe notoriedade, mas também a forma como é noticiado (com o uso de fotos, vídeos, áudios, *hiperlinks*, gráficos etc.).

No presente artigo, a construção da análise se deu com a escolha dos portais de notícias G1, da Rede Globo, e R7, da Rede Record, cuja base foram declarações do presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, no primeiro mês de pandemia de Coronavírus no Brasil (março de 2020).

A análise aplicada de forma documental e qualitativa busca entender de que forma os portais utilizam as declarações do presidente na contextualização das notícias e quais são os possíveis sentidos gerados de acordo com a política de cada portal. Os dois veículos foram escolhidos pela distinção de modelos noticiosos no uso das declarações e pela quantidade de notícias que podem ser contrapostas na

análise. A escolha do personagem se deve pela relevância social, pelo volume de declarações consideradas como polêmicas e pela distinção de pensamentos e ideologias em embate na sociedade.

Os portais analisados dão vida a uma crescente que é o jornalismo declaratório. As notícias se baseiam na escolha de uma única fonte, a qual teria força e relevância, mas a apuração é deixada, por vezes, em segundo plano, tanto porque a fonte é oficial quanto por conta de uma série de dificuldades enfrentadas pelo jornalista enquanto se empenha em otimizar o tempo na busca por divulgar notícias o mais rápido possível.

Para embasar a análise que este artigo se propõe a fazer, são discutidos, nos próximos tópicos, pontos relevantes em relação ao jornalismo declaratório, assim como relacionados às práticas do webjornalismo.

2 JORNALISMO DECLARATÓRIO

O jornalismo declaratório, em síntese, constrói-se com o fundamento de uma notícia baseado no que foi dito por uma única fonte, e alguns jornalistas passaram a aderir a essa prática nas rotinas apressadas das redações, pois, com a revolução industrial, o modo de se fazer jornalismo foi alterado. O número de leitores teve aumento considerável, já que a organização do trabalho fabril foi modificada para abarcar profissionais alfabetizados. Além da alta produção de tiragens, o público passou a ser mais exigente no conteúdo publicado. A notícia não se sustentava somente na veracidade dos fatos, era necessário que também contivesse encantamento na estrutura do texto (LAGE, 2001).

A facilidade para introduzir fontes na produção jornalística aumentou o uso de declarações escritas ou faladas, mas, além das declarações, a composição do discurso carrega informações relevantes que, num primeiro momento, não são checadas. Segundo Oliveira (2018, n.p.), “dado factual é o uso de fontes no jornalismo. Logo, são as declarações que essas fontes prestam que darão relevância e notoriedade às matérias publicadas diariamente pelos veículos de comunicação de massa [...]”.

Nesse sentido, nas palavras de Lage (2001, p. 6):

[...] escritores de folhetins e jornalistas obrigaram-se a reformar a modalidade escrita da língua, ou aproximando-a dos usos orais ou cultivando figuras de estilo espetaculares; ora exagerando no sentimentalismo, ora incorporando a invenção léxica e gramatical das ruas. Descobriu-se a importância dos títulos, que são como anúncios do texto, e dos *furos*, ou notícias em primeira mão [...].

Toda a importância incorporada na produção do repórter surte efeito até os dias atuais. A linguagem, além da aproximação, pode manifestar uma opinião. A escolha lexical nos títulos denota a defesa, acusação, denúncia, entre outros, de um determinado ocorrido. Quando essa escolha se concentra na fala do personagem envolvido, diz respeito, principalmente, ao foco que a notícia está recebendo. “O repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar. Tem uma delegação ou representação tácita que o autoriza a serem os ouvidos e os olhos remotos do público [...]” (LAGE, 2001, p. 9).

A prática jornalística conta com uma série de seleções do início ao fim da produção de notícias. São os critérios de noticiabilidade que norteiam o jornalista na prática diária da profissão, conceituados por Silva (2005, p. 96)

[...] como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais.

São consideradas as exigências da redação, como o uso de fontes primárias, construção do texto com aplicação de aspas e verbos *dicendi*, a necessidade de velocidade na divulgação de fatos que estão acontecendo agora e a construção de manchetes chamativas na internet na prática do jornalismo declaratório, o que também envolve economia de tempo e agilidade na publicação de notícias.

Para o jornalismo que é realizado com base em declarações feitas pelas fontes de informações, há poucos níveis de estudos divulgados. Segundo Oliveira (2018), não há uma clara definição do que é e ainda nem se encontra o conceito em livros e manuais acadêmicos. A interpretação pode ser alterada de acordo com o objeto a ser estudado.

Ainda segundo Oliveira (2018), o jornalismo precisa identificar e reconhecer o declaratório nas produções jornalísticas. A partir disso, analisar, acerca da apuração, o serviço social prestado pela notícia ao reproduzir declarações através dos canais

de comunicação. Segundo Gonçalves (2018, p. 38), “uma informação que na produção de notícia convencional viraria ponto para o início de uma apuração, no jornalismo declaratório é suficiente para que o assunto seja noticiado com base na fonte que repassou os detalhes”.

O jornalismo tem papel relevante na construção de identidades públicas. Segundo Traquina (2004), na democracia, o jornalismo tem papel de informar o público sem censura. Já em um regime totalitário, tudo o que o jornalismo faz é propaganda em benefício do governo. Seu encaixe precisa estar associado ao cuidado ético na reportagem dos fatos.

[...] entendemos que o momento é importante para reivindicar o que é jornalismo, complexificar sua deontologia, não a simplificar. Mostrar procedimentos, limites, resgatar o sujeito cognoscente, não se entender como neutro, assumir as interpretações. Um bem maior que o individualismo: ter a noção de que o que fazemos tem impacto sobre a vida das pessoas. Ou se toma consciência disso ou se continua a jogar como se fossem simplesmente valores universais, que são antes valores da empresa (VEIGA, 2019 *apud* MORAES, 2019, p. 14).

Nesse trecho de Moraes (2019), o que se ressalta é que os valores éticos do exercício da profissão devem estar em primeiro lugar na produção jornalística. *Acima do que é publicado é pensar no que está sendo publicado.* Trazer para o princípio o *sujeito cognoscente*, ou seja, o indivíduo que está realizando com o pleno conhecimento do que está sendo feito.

Segundo Gonçalves (2018), no jornalismo declaratório, são as fontes que chegam até o jornalista, sem, necessariamente, precisar que ele busque informações, dados, relatos, entre outros, para a veiculação da notícia. Cabe ao jornalista o papel de divulgação. Esse processo foi facilitado com o advento da cibercultura como ferramenta de trabalho. O jornalista, que, na maior parte do trabalho, divide suas prioridades com a corrida contra o tempo, faz escolhas enquanto a apuração da notícia é feita, em muitos casos, após a publicação, para que sejam confrontadas ou confirmadas as informações.

2.1 UTILIZAÇÃO DE FONTES NO JORNALISMO

No jornalismo, o uso das fontes é imprescindível em todas as produções. No jornalismo declaratório, somente o uso da fonte sustenta a veiculação da notícia. As

informações são coletadas pela fonte. A averiguação e apuração das declarações não acompanham, necessariamente, a notícia; assim, como apontado por Oliveira (2018), são as declarações que darão crédito ao conteúdo publicado.

O uso de aspas, nesses casos, *protege* quem publica a notícia e dá ênfase ao discurso de quem está sendo noticiado.

Na correria, muitos jornalistas trabalham no automático. Resultado: um festival de matérias baseadas em meras declarações de políticos e autoridades. O uso abusivo de aspas que virou um vício na imprensa. As boas matérias virão na medida em que este 'jornalismo declaratório' fica de lado (CASTRO, 2009 *apud* OLIVEIRA, 2018, n.p.).

Um trecho de um discurso usado de forma descontextualizada pode criar ou derrubar identidades. Tambosi (2005) identifica a teoria da verdade como correspondência àquela que liga os fatos à realidade das coisas, ou seja, a verdade de uma proposição está ligada à relação com o mundo. Ainda assim, a relação da verdade nas fontes jornalísticas apresenta complicações.

Em relação à verdade como correspondência, o jornalismo apresenta dois problemas: 1) o risco cotidiano de identificar declarações e fatos, pois nem sempre as declarações das fontes podem ser comprovadas, e 2) a tendência a reduzir a verdade a imperativo ético. [...] quanto mais declaratório for o jornalismo, quanto mais depender exclusivamente de fontes, mais difícil será sustentar que seja uma forma de conhecimento autônoma (TAMBOSI, 2005, p. 37).

Em relação à assessoria de imprensa, pode-se dizer que tem um papel importante no jornalismo no fornecimento de dados e informações. Com o uso de *releases*, que são textos informativos no formato noticioso, as fontes podem chegar ao jornalista sem que ele precise procurar, mas nem sempre o produto final está em tão boas condições quanto estaria caso o jornalista procurasse a informação. Segundo Schmitz (2011), no Brasil, o *release* apresenta requintes de texto noticioso, e cabe ao jornalista investigar o fato ou publicar na íntegra.

Durante o desenvolvimento da profissão do jornalista, muitos métodos passaram a ser adotados para melhorias na eficiência da notícia, considerando que a rotina jornalística funciona sob pressão do tempo e agilidade. Contudo, a facilidade pressuposta no *release* pode acomodar o jornalista no paradoxo que envolve a investigação da notícia e a checagem dos fatos. Segundo Schmitz (2011, p. 44), “o release provocou a redução do jornalismo investigativo e uma acomodação nas

redações, pois o jornalista não vai às fontes, quando fornecem conteúdos jornalísticos prontos”.

O advento das mídias sociais encurtou o processo da assessoria de imprensa de enviar às redações os *releases* prontos como sugestões de pautas. Ainda que a prática ocorra, a assessoria está presente em todas as mídias em que o público está. É possível que a fonte converse diretamente com as pessoas. Ainda segundo Schmitz (2011, p. 9):

A maioria das informações jornalísticas advém de organizações ou personagens que testemunham ou participam de eventos e fatos de interesse da mídia. O mundo moderno obriga o jornalista a produzir notícias que não presencia nem entende. Isso provocou a difusão da assessoria de imprensa, que articula as informações entre a fonte e o jornalista.

Em complemento, Sigal (1873 *apud* GEHRKE, 2018, p. 18) explica que, no jornalismo, as informações chegam por três canais de mediação: o primeiro é de rotina, inclui eventos oficiais e agendamento de pautas. O segundo é informal, ocorre entre fonte e jornalista, como vazamento de dados e informações. O terceiro é de iniciativa e parte do jornalista a busca pela notícia de forma independente. “Os canais de iniciativa parecem conferir ao repórter certo protagonismo ou autonomia, já que a origem da pauta e os subsídios para o seu desenvolvimento partem do jornalista, principalmente em se tratando de pesquisas” (GEHRKE, 2018, p. 18)

As fontes se classificam em primárias e secundárias. Segundo Schmitz (2011), primárias são as fontes que fornecem os dados em primeira mão, geralmente estão envolvidos com o fato ou com o local do ocorrido. Secundárias são as fontes que complementam a primária e dão desdobramentos aos fatos noticiados. As fontes primárias têm grande poder dentro das redações. Segundo Gehrke (2018, p. 20), “trata-se do enquadramento do problema, da subordinação do jornalismo aos definidores primários por serem fontes acreditadas [...]”. Já as secundárias legitimam a definição das primárias.

O uso das fontes na construção da notícia deve ser a etapa inicial do colhimento de dados para compor a produção. As informações precisam de checagem no jornalismo tradicional. No declaratório, não é apenas uma etapa, e sim toda a notícia; é o que dá base e fundamenta o conteúdo publicado. Um princípio defendido por Lage (2001) é a lei das três fontes, que consiste em ouvir a mesma história contada por três fontes que não se conhecem nem trocaram informações,

mas que presenciaram o fato relatado. A partir das versões, tomam-se como verdade os pontos em que as histórias coincidem. A interpretação de cada um é distinta do fato principal.

O jornalismo sobrevive de fontes, assim como de personagens. São histórias contadas por pessoas, desde o cidadão comum até os de alta relevância social, que fazem o jornalismo ser importante ao noticiar, denunciar e informar ações que acontecem no mundo. As fontes devem estar em primeiro plano em qualquer produção jornalística para que o discurso não seja vago ou apenas especulativo.

2.2 INVESTIGATIVO X DECLARATÓRIO

O fazer jornalístico está diretamente ligado à informação. Pensar na profissão requer considerar que o jornalismo assume, também, um caráter de reprodução de informações. No declaratório, apenas essa função. Na especialidade do jornalismo investigativo, o profissional não é mais um repetidor, mas também um transformador no processo comunicacional.

[...] Se jornalismo - na definição praticamente universal, presente inclusive nos dicionário - é uma atividade profissional que busca a apuração, a elaboração e a difusão de informação através das diversas mídias, para o grande público ou segmentos deste, resta evidente que o conhecimento se dá apenas no produto do jornalismo, desde que a informação seja correta, ou, para repetir, verdadeira [...] (TAMBOSI, 2005, p. 36).

Apuração, investigação, levantamento de dados, documentação e difusão de informações são processos que validam a função jornalística de informar diante dos fatos já confirmados. Pereira Junior (2010 *apud* GONÇALVES, 2018) salienta que cada apuração jornalística deixa lacunas de vazio entre um questionamento e outro. Isso ocorre a partir de um panorama geral do que se sabe e o que ainda precisa saber para ser apurado.

A fase inicial de uma produção jornalística é a apuração. Desde conteúdos factuais aos mais aprofundados. A apuração relaciona todas as fontes que envolvem o ocorrido. Podem ser documentos, testemunhas, especialistas, dados entre outros. O processo tem o mesmo início, mas dentro dos campos jornalísticos há diferenciações no prosseguimento do trabalho.

O jornalismo investigativo, diferentemente do declaratório, é uma atividade cognitiva no processo mesmo de apuração da informação. Esse procedimento investigativo, tanto quanto o das ciências ou da investigação policial, tem a verdade como fio condutor. Pode-se dizer que “toda investigação é uma forma de averiguação”, isto é, uma busca de correspondência ou acordo entre as hipóteses levantadas e os fatos, estabelecendo a verdade [...] (TAMBOSI, 2005, p. 37).

A reportagem investigativa é produzida com o aprofundamento das informações iniciais presentes na notícia diária. O repórter, conseqüentemente, requer mais tempo para produzir e apurar as informações. A investigação se apoia em boa qualidade e boa quantidade de fontes, diferentemente do declaratório. Descobrir mecanismos metodológicos para levantamento de informações também é papel do jornalista investigativo. Já no declaratório, “a cobertura convencional de notícias depende amplamente – e, às vezes, inteiramente de materiais fornecidos pelo outros (por exemplo, pela polícia, governos, empresas etc.); ela é fundamentalmente reativa, quando não, passiva [...]” (HUNTER, 2013, p. 8).

A investigação tem base na iniciativa própria do profissional jornalista de encontrar informações que possam ter maiores desdobramentos. Trata-se do não contentamento com o que se ouve de fontes primárias. Há sempre a necessidade de apurar informações, assim que surgem durante o desdobramento da produção.

Segundo Gehrke (2018), o investigativo também inclui a necessidade de divergências nas fontes, para que a nova apuração tenha alicerce em questionamentos pendentes. Além disso, as fontes não devem ser somente primárias, já que a necessidade do investigativo é o desvendar de algo que está escondido.

O declaratório sempre esteve presente no jornalismo, mas se intensificou com a tecnologia e a velocidade do webjornalismo. Apesar das conseqüências, o tempo hábil do jornalismo ganha espaço. Há a facilidade de documentar com o uso das mídias sociais, sem que o jornalista precise ir até a fonte, mas a prática precisa ser problematizada, já que, apesar de uma série de facilitações no processo de produção jornalística, o jornalismo declaratório pode originar problemas como a falta de averiguação dos fatos noticiados e a consequência deles.

3 WEBJORNALISMO

Ao jornalismo de web são atribuídas diferentes nomenclaturas e definições para a conceituação, entre elas, o webjornalismo e o jornalismo *on-line*. Vale ressaltar a diferença e adaptação entre essas duas práticas. No jornalismo *on-line*, as publicações funcionam como uma reprodução advinda de outro canal de comunicação, assim mantendo as características dos canais que lhes deram origem. Como explica Canavilhas (2006, p. 114), “trata-se de uma simples transposição do modelo existente no seu ambiente tradicional para um novo suporte”.

Já no webjornalismo, ainda segundo Canavilhas (2006), a linguagem passa a ter mais atribuições como imagens, sons, hipertextualização entre outros. Além disso, o leitor passa a ser protagonista no roteiro de leitura, podendo não seguir a ordem disposta pelo autor.

Os primeiros trabalhos envolvendo o jornalismo na *World Wide Web* (ou *www*) se deram a partir da década de 90. Antes disso, segundo Mielniczuk (2001), a rede era utilizada para divulgação de informações direcionadas de forma muito restrita, como uso de *e-mails*. Aos poucos, a web passou a entrar nas redações jornalísticas e se tornar uma importante ferramenta de trabalho, pois facilitou o contato com as fontes e contribuiu com pesquisas e informações. Empresas jornalísticas adotaram a plataforma de sites para divulgação de notícias e, mais tarde, o aprimoramento da disponibilidade de conteúdo, evoluindo para o webjornalismo.

O jornalismo nos canais impresso, rádio e televisão já havia passado pelo mesmo processo de adaptação operacional, em que o jornalista descobre novas formas de comunicar e atribui a relação de importância ao meio de acordo com a necessidade de divulgação.

[...] O jornalista online tem que fazer escolhas relativamente ao(s) formato(s) adequado(s) para contar uma determinada história (multimédia), tem que pesar as melhores opções para o público responder, interagir ou até configurar certas histórias (interactividade) e pensar em maneiras de ligar o artigo a outros artigos, arquivos, recursos, etc., através de hiperligações (hipertexto) [...] (DEUZE, 2006, p. 18).

O ambiente *on-line* apresenta uma série de características que singularizam o funcionamento do jornalismo na rede. Algumas delas serão explicadas em seguida. Antes disso, vale considerar a importante contribuição de Deuze (2006) às

investigações no campo *on-line* do jornalismo ao considerar que as pesquisas devem estar entrelaçadas com o entendimento da interação entre sociedade, jornalismo e internet. Segundo o autor, as relações de poder devem ser abordadas na pesquisa: o modo como o jornalismo altera e influencia a sociedade, de que forma o meio de campo (aqui como jornalismo *on-line*) atua nesse processo e quais os mecanismos utilizados por ele e a consideração da evolução social ao longo do tempo (DEUZE, 2006).

3.1 CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO

A identificação do webjornalismo abarca uma série de características que especificam a produção. Não há uma padronização utilizada por todo veículo que produz webjornalismo, mas existem potencialidades que, por vezes, são utilizadas para melhor compreensão do conteúdo, entre elas:

3.1.1 Convergência/multimídia

Ligada à transformação dos formatos tradicionais de imagem e som aos formatos multimídias que colaboram para a narração jornalística. A multimídia é marcada pela facilidade de introdução de várias mídias no mesmo contexto (MIELNICZUK, 2001).

3.1.2 Interatividade

O leitor estabelece diversas formas de interação com a notícia, desde por meio de cliques e interações com as mídias disponíveis até a resposta direta ao jornalista, por *e-mails* e chats de conversações (MIELNICZUK, 2001).

3.1.3 Memória

Deixa de ocorrer com o jornalista a preocupação com acúmulo de arquivamentos de dados e informações em papéis ou discos rígidos com pouco espaço de armazenamento. Em um único lugar, há a disponibilidade de acesso a diversos tipos de informação (MIELNICZUK, 2001).

3.1.4 Personalização

Produtos jornalísticos são oferecidos ao leitor com base em gostos e preferências de cada um. Alguns sites disponibilizam ao usuário a possibilidade de pré-selecionar os assuntos que gostaria de ter acesso. A partir dos cliques, alguns veículos passam a oferecer ao leitor mais conteúdos que estejam relacionados (MIELNICZUK, 2001).

3.1.5 Hipertextualidade

A pirâmide invertida do jornalismo impresso dá espaço para mais formas de interação do leitor com o conteúdo na web, porque abre a possibilidade de novos blocos de informações usufruindo da não linearidade da leitura (CANAVILHAS, 2014). A internet alterou o modo de pensar das pessoas, ela se tornou uma fonte de informação diária e de grande significação, como uma atividade que influencia e acaba por alterar as áreas de interações dos contextos sociais, políticos e comportamentais (CASTELLS, 1999).

A comunicação molda a cultura dando sentido ao sistema de valores sociais nas relações de troca de informações e convivência com outros indivíduos que compartilham dos mesmos interesses, sistema este potencializado com a internet.

É precisamente devido a sua diversificação, multimídia e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais (CASTELLS, 1999, p. 461).

A convergência midiática explicada por Jenkins (2009) vai além dos aparelhos tecnológicos e adentra o comportamento do usuário. Cria-se uma cultura participativa em que o consumidor passa a fazer parte do processo comunicacional.

[...] Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos [...] (JENKINS, 2009, p. 28).

A externalização dos conteúdos midiáticos transforma as interações sociais. Com a visão de Jenkins (2009), o consumo passa a ser um processo coletivo que necessita da participação ativa dos consumidores, que são incentivados a estarem conectados cada vez mais por mais tempo. Esse processo se dá com as diversas disponibilidades midiáticas, como o uso de hipertextos, neste artigo já exemplificado.

4 JORNALISMO DECLARATÓRIO EM ANÁLISE

Para a análise proposta por este artigo, foram escolhidas notícias veiculadas por portais de comunicação brasileiros que evidenciam a estruturação do jornalismo declaratório, como explicado abaixo.

4.1 METODOLOGIA

O *corpus* da presente análise é composto por dois portais de notícias brasileiros: G1, pertencente ao grupo Globo, e R7, que pertence à rede Record. Foram utilizadas cinco notícias de cada portal e duas notícias extras que complementam a análise. As notícias foram escolhidas a partir de declarações do atual presidente da república do Brasil, Jair Messias Bolsonaro.

Para a análise, foram utilizados os critérios que envolvem o jornalismo declaratório, como o uso de aspas, utilização de uma única fonte para veiculação do conteúdo, construção de manchetes que envolvem o leitor, assim como o processo se apoia em características do webjornalismo, como o uso de *hiperlink* e multimidialidade. A metodologia aplicada é realizada com consulta documental, presente no método da pesquisa qualitativa.

Godoy (1995) defende que a pesquisa qualitativa documental deve ser considerada na análise partindo da perspectiva de que a abordagem pode ser rica em criatividade, uma vez que não se prende em padrões rígidos de estruturação. “Na pesquisa documental, três aspectos devem merecer atenção especial por parte do investigador: a escolha dos documentos, o acesso a eles e a sua análise” (GODOY, 1995, p. 23). Nesse sentido, a escolha de documentação deve ser feita de acordo com o propósito do pesquisador, de selecionar intencionalmente os documentos para realização da análise.

A pesquisa foi feita pela ferramenta de busca do Google com as seguintes palavras-chave: *Bolsonaro diz G1* e *Bolsonaro diz R7*. A concentração das notícias obteve recorte de data dos dias 01 de março a 31 de março de 2020. Foram selecionadas as que mais se aproximaram do caráter declaratório do jornalismo, com o uso de falas nos títulos ou linhas finas. Além disso, foram selecionadas as produções encontradas nos dois portais escolhidos que envolviam o mesmo assunto e base de declaração do presidente para veiculação.

Alguns conceitos estruturados no corpo da fundamentação serão acionados na análise para discussões teóricas e práticas sobre jornalismo declaratório, como utilização de uma única fonte, política editorial dos portais e posicionamento midiático político, critérios de noticiabilidade, utilização de fontes no jornalismo, características do jornalismo digital e produções a partir de declarações.

Os portais de notícias foram escolhidos pela quantidade de material e contraste entre posicionamentos. “Os portais G1 e R7 são portais de notícias brasileiros que possuem semelhanças com relação a sua estrutura [...]” (SILVA, 2012, p. 8). Além disso, são de grande relevância pela grande audiência das emissoras a que pertencem: Globo e Record. Em 2019, segundo dados do PNT (Painel Nacional de Televisão), o ranking de audiência aos canais de televisão no Brasil apresentou a Globo em primeiro com 15,6 pontos, e, em segundo lugar, a Record com 7,55 pontos⁴.

4.2 SOBRE OS PORTAIS ANALISADOS

Cabe aqui uma breve contextualização dos portais selecionados e a trajetória de cada um deles. Ambos são muito conhecidos no país e disseminam discursos e notícias embasados em ideologias distintas.

4.2.1 Portal G1

Em setembro de 2006, o Grupo Globo lança o portal de notícias, G1, substituto do antigo Globonews.com, que foi criado em 2001. O G1 passa a dar acesso “[...] em um só endereço, ao conteúdo de jornalismo da Rede Globo, da

⁴ Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/divirtase/2019/04/23/veja-quais-os-canais-de-televisao-mais-vistos-no-brasil-em-2019.html>>. Acesso em: 05 ago. 2020.

GloboNews, das rádios Globo e CBN, dos jornais O Globo, Extra e Valor, das revistas Época e Globo Rural, entre outras” (GLOBO, 2013). O conteúdo também é elaborado por filiais da rede Globo de Televisão de todos os estados brasileiros.

As mídias sociais, como Facebook, Instagram e Twitter, também disponibilizam o conteúdo do site, além do boletim chamado *G1 em Um Minuto*, que propaga as notícias de maior relevância durante a programação televisiva da Globo.

O primeiro jornal do Grupo Globo foi fundado em julho de 1925 no Rio de Janeiro por Irineu Marinho, que morreu 25 dias depois do lançamento. O filho, Roberto Marinho, assume o jornal cinco anos depois. “Em 1931, Roberto Marinho torna-se presidente do Globo e transforma-o em um dos jornais mais conceituados do país” (GLOBO, 2013, n.p.).

A estimativa atual de acessos no site do G1 calculada pelo site Alexa⁵ com o Alexa Rank, que sistematiza a ordem de popularidade de milhões de sites em todo o mundo, classificou o site do G1 em 197º lugar no envolvimento global da internet. Na classificação, é calculada a combinação da média de visitantes diários e visualizações da página nos últimos três meses.

Na política, o posicionamento de enfrentamento ao até então candidato Jair Bolsonaro não era novidade. Em várias situações, o presidente deixou de se apresentar e conceder entrevistas aos jornalistas da emissora. Em março de 2020, o então ministro da saúde, Mandetta, descreveu os meios de comunicação como “sórdidos porque só vendem a matéria se for ruim” (UOL, 2020)⁶. No mesmo dia, no Jornal Nacional, a apresentadora jornalista Ana Paula Araújo rebateu com o editorial da Rede Globo:

O ministro da saúde encontrou uma outra maneira de agradar o presidente: criticou o trabalho da imprensa, afirmando que os meios de comunicação são sórdidos, porque na visão dele só vendem se a matéria for ruim. Na pandemia de um vírus letal, contra o qual não medicamento ou vacina, é estarrecedor que ele não reconheça que o nosso trabalho, o trabalho de todos os colegas jornalistas, daqui da Globo, mas também de todos os veículos, é um remédio poderoso: dar informação para que o povo possa se proteger. Há muitos trabalhos essenciais, os dos médicos e enfermeiros em primeiro lugar, mas nós jornalistas estamos nas redações e nas ruas

⁵ Disponível em: <https://www.alexa.com/siteinfo/globo.com#section_kwopp>. Acesso em: 21 out. 2020.

⁶ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/03/meios-de-comunicacao-sao-sordidos-diz-mandetta-sobre-cobertura-do-coronavirus.shtml>>. Acesso em: 20 set. 2020.

arriscando nossa saúde, para cumprir nossa missão. E fazemos isso com orgulho (GLOBO, 2020)⁷.

O trabalho do ministro esteve atrelado ao do presidente no início da mensagem. Dessa forma, a resposta dada pela emissora não tem como destino somente o ministro Mandetta, mas sim a todo o discurso defendido por ele e, também, pelo presidente.

4.2.2 Portal R7

O portal R7, que pertence ao Grupo Record, foi lançado em setembro de 2009, no mesmo dia em que a Record completou 56 anos. Ao longo da história, o site ganha destaque em utilização de multimídia, transmissões ao vivo de acontecimentos mundiais e boa estrutura informativa de cobertura de eventos televisivos.

Em 2013, ganhou notoriedade como o 3º maior portal horizontal de conteúdo do Brasil (R7, 2013)⁸. Um ano depois, ultrapassou a marca de 50 milhões de visitantes únicos pelo Comscore, que monitora a audiência brasileira de internet. “Dois em cada três internautas brasileiros passaram pelo portal em maio de 2014” (R7, 2014). O portal não se encontra mais entre os mais acessados do Brasil. O site da Alexa contabilizou⁹ nos últimos 90 dias a posição de 4,637 para o site do portal R7 no envolvimento global da internet.

O grupo Record é pertencente ao bispo Edir Macedo, fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus. Por isso, sempre apresentou uma ideologia ligada à religiosidade nas veiculações de novelas, séries e filmes. Além disso, os jornais da rede apresentam posicionamento ligado ao conservadorismo, como noticiado pelo The Intercept Brasil, que é uma agência lançada em 2013 pelo “[...] fundador do eBay, Pierre Omidyar, a First Look Media é uma empresa multimídia dedicada a apoiar vozes independentes em jornalismo investigativo, cinema, arte, cultura, mídia e entretenimento [...]”¹⁰(INTERCEPT, 2016).

Leandro Demori, diretor executivo do Intercept, publicou conteúdo¹¹ em que segue o relato de um pessoa que trabalhava no portal R7 e alegava, nas eleições de

⁷ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/globo-responde-critica-de-mandetta-contr-a-imprensa/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

⁸ Disponível em: <<http://www.r7.com/institucional/historia-do-r7>>. Acesso em: 21 out. 2020.

⁹ Disponível em: <<https://www.alexa.com/siteinfo/r7.com>>. Acesso em: 21 out. 2020.

2018, não ser permitida a veiculação de notícias que fossem negativas ao até então candidato, Jair Bolsonaro, pela política editorial extremista de Edir Macedo.

Em 4 de outubro de 2018, o atual presidente Jair Bolsonaro, que ainda era candidato político, deixou de se apresentar na Rede Globo a convite do Jornal Nacional para debater¹² com outros candidatos as propostas eleitorais alegando estar em recuperação ao episódio da facada. No mesmo horário, a Record transmitiu uma entrevista exclusiva¹³ com o presidente que ainda se recuperava.

4.3 ANÁLISE

As notícias analisadas a seguir, como mencionado anteriormente, abarcam o primeiro mês de pandemia, em que muitas declarações do presidente Jair Bolsonaro foram vistas como polêmicas.

Declaração 01 – D01 – *Fantasia* (10/03/2020)

“A palavra falada é imediata, local e geral.” (Fernando Pessoa)

Os portais em análise noticiaram¹⁴, no dia 10 de março de 2020, uma declaração do presidente Jair Messias Bolsonaro em discurso realizado em Miami para empresários brasileiros:

D01: *“Obviamente temos no momento uma crise, uma pequena crise. No meu entender, muito mais fantasia, a questão do*

¹⁰ Disponível em: <<https://theintercept.com/brasil/staff/>> Acesso em: 20 set. 2020.

¹¹ Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/10/13/bastidores-universal-edir-macedo-apoio-portal-r7-bolsonaro/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

¹² Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/05/presidenciais-discutem-ideias-e-propostas-no-ultimo-debate-do-1o-turno-e-atacam-bolsonaro.ghtml>>. Acesso em: 20 set. 2020.

¹³ Disponível em: <<https://noticias.r7.com/eleicoes-2018/bolsonaro-fala-com-exclusividade-ao-jornal-da-record-as-22h-04102018>>. Acesso em: 20 set. 2020.

¹⁴ R7 - Disponível em: <<https://noticias.r7.com/economia/e-muito-mais-fantasia-diz-bolsonaro-sobre-crise-nos-mercados-causada-por-epidemia-de-coronavirus-10032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

G1 - Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/10/bolsonaro-diz-que-questao-do-coronavirus-e-muito-mais-fantasia.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020.

coronavírus, que não é tudo isso que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo”.

Nas manchetes das notícias dos dois sites, destacam-se algumas palavras ditas pelo presidente Jair Bolsonaro. No portal G1, são destacadas as falas ‘pequena crise’, ‘mais fantasia’ e ‘isso tudo’. Percebe-se que são palavras escolhidas para resumir o discurso feito pelo personagem. Há a utilização de palavras que abrandam a situação da crise causada pelo vírus e que desacreditam a divulgação realizada pela mídia. Além disso, para a escolha da linha fina, foram reforçadas as informações acerca da situação de crise financeira instaurada por todo o mundo.

Considerando a utilização de palavras que demonstram insatisfação do presidente em relação à mídia e à crise, deve ser considerado o viés ideológico do portal em noticiar o fato, de modo que contrapõe dois fatos importantes: falas polêmicas do presidente contra números e dados informativos em relação ao que está acontecendo no mundo. Infere-se o mesmo olhar para a linguagem escolhida pelo portal R7, em que, além de reforçar as falas do presidente sobre a pandemia, sobrepõe na linha fina que *negócios foram bem aceitos*. São evidenciadas duas ideologias distintas: uma favorece; outra confronta.

No portal R7, a fala retirada do discurso foi “*é mais fantasia*”, seguida da explicação sobre a crise a que se refere a fala, não sendo ressaltado, também, que o presidente se referiu ao ocorrido como “*pequena*”, como fez o portal anterior. Sobretudo, é destacada a até então “*epidemia*” do vírus. E a composição da linha fina traz informações sobre negócios realizados com o presidente dos Estados Unidos e o local em que foi feito o discurso, Miami. São ressaltadas, no decorrer da notícia, as tendências de melhorias futuras no comércio, o que diz muito sobre a escolha do título, quando a primeira fala se refere a uma fantasia, que, nesse caso, transparece que logo será superada.

Declaração 02 – D02 – Outras gripes mataram mais que essa (11/03/2020)

“A palavra escrita é mediata, longínqua e particular.” (Fernando Pessoa)

Um dia após a declaração anterior, Bolsonaro voltou a discursar, dessa vez em frente ao Palácio do Planalto (11/03/2020), o que rendeu novas notícias¹⁵.

D02: *“eu não sou médico. Eu não sou infectologista. O que eu ouvi até o momento [é que], outras gripes mataram mais do que essa”.*

É interessante chamar a atenção, nesses dois casos, para a escolha do título como informação mais importante. No G1, foi a ênfase na declarada pandemia seguida da escolha do discurso do presidente com a frase *“outras gripes mataram mais do que essa”*. Nota-se, por fim, que a linha fina também foi escrita com base em frases ditas pelo presidente anteriormente citadas. O jornalismo declaratório ganha força nesse conteúdo. O presidente propaga informações que são dadas com foco no conteúdo da notícia, com utilização de aspas em dois casos: título e linha fina. Como já comentado no artigo, a utilização de aspas atribui o crédito/a responsabilidade a quem dá a declaração. A seleção do que está sendo colocado entre aspas enfatiza o argumento da mensagem dada na notícia.

No portal R7, o eixo da notícia situa-se em propagar o que está sendo feito pelo presidente para controle da pandemia já instaurada. Não são utilizadas palavras ditas pelo presidente no título da notícia, mas sim na linha fina. O fundamento da veiculação da notícia não se dá pela polêmica impregnada nas frases do discurso de Bolsonaro, essas ficam em segundo plano. Em primeiro, está a ação do presidente em avaliar o controle da pandemia junto com o Ministro da Saúde.

A frase polêmica vem depois, a fim de explicar o motivo da primeira informação, que fica nas mãos do ministro porque o presidente não é da área e não sabe como proceder. O apreendido nessa notícia é de que o portal está amenizando o teor negativo da ação do presidente, para que não seja relatado, em primeiro momento, algo negativo em relação ao governo.

¹⁵ Disponível em: G1 - <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/apos-oms-declarar-pandemia-bolsonaro-volta-a-falar-sobre-coronavirus-outras-gripes-mataram-mais-do-que-essa.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020.

Disponível em: R7 - <<https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-vai-avaliar-com-ministro-da-saude-controle-do-coronavirus-11032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

Declaração 03 – D03 – *Gripezinha* (20/03/2020)

“A palavra falada é um fenômeno social, a escrita um fenômeno cultural.” (Fernando Pessoa)

Em entrevista coletiva, em Brasília, no dia 20 de março de 2020, Jair Bolsonaro afirmou:

D03: *“depois da facada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar não, tá ok? Se o médico ou o ministro da Saúde me recomendar um novo exame, eu farei. Caso o contrário, me comportarei como qualquer um de vocês aqui presentes”.*

Aqui foram escolhidas mais duas falas polêmicas do presidente em relação à pandemia já preocupante no país. O termo ‘gripezinha’, dito por Bolsonaro, é utilizado nos dois casos. Dessa forma, os dois são aqui vistos como jornalismo declaratório. Mas, ainda assim, podemos perceber na escolha lexical, que envolve e contextualiza o termo, a segmentação da notícia¹⁶. No portal G1, o contexto está focado em ressaltar que o termo foi utilizado enquanto todos enfrentam um grave problema, que é a pandemia. Salienta ainda mais o diminutivo da palavra, quando colocado em meio a algo externo e maior. A utilização do diminutivo gramaticalmente refere-se ao tamanho em menor dimensão, até que se assumem outras significações em diferentes contextos.

Tendo em conta que a descrição da interpretação da semântica das palavras que esses sufixos integram é complexa, não se esgotando na expressão de dimensão (...) e admitindo que, qualquer que seja o efeito da adjunção de um destes afixos, todos eles exprimem um juízo de valor do locutor relativamente ao conteúdo semântico da forma de base, adopta-se, para os identificar, a designação de avaliativos (VILLALVA, 2003, p. 958 *apud* ALVES, 2016, p. 55).

¹⁶ Disponível em: R7 - <https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-depois-da-facada-uma-gripezinha-nao-vai-me-derrubar-21032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.
Disponível em: G1 - <https://g1.globo.com/politica/blog/gerson-camarotti/post/2020/03/20/em-meio-a-pandemia-de-coronavirus-bolsonaro-diz-que-gripezinha-nao-vai-derruba-lo.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020.

Já no portal R7, a palavra é contextualizada lembrando o antigo fato ocorrido nas eleições, que foi o episódio da facada que o presidente sofreu enquanto visitava a cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais¹⁷. A citação da facada também estava na mesma frase em que o presidente se refere ao vírus como ‘gripezinha’. O contexto desse caso chama a atenção para o fato de que problemas maiores já foram superados e que este, que demonstra ser menor, apresenta, então, menor risco. A lembrança do atentado contra o presidente aparece depois como elemento de *hiperlink*, que é muito presente no webjornalismo. O *hiperlink* ou hiperligação (CANAVILHAS, 2014) funciona como elemento de contextualização documental de um fato com um breve histórico acerca dele, ou, além disso, também serve como narrativa na estruturação de leitura, permitindo diferentes caminhos para a leitura e centralizando a ideia do texto. A forma como estão disponibilizados os *links* podem influenciar o tom e sentido da narrativa.

A contextualização da mesma palavra nos dois casos demonstra um tratamento diferente para a mesma situação. Considerando que a escolha lexical é feita com viés político e ideológico, mesmo que de forma inconsciente, os termos utilizados dão evidência ao posicionamento em que o portal assume ao dar ênfase ou ausência em determinadas palavras. O Portal G1 escolheu não informar no título que, na mesma frase, foi citada a facada, porém, o Portal R7 informou. Isso pode significar que o veículo adere a uma visão que coloca o fato contra o personagem, personalizando ainda mais o tratamento contrário ao sujeito noticiado.

Declaração 04 – D04 – Enfrentar como homem (29/03/2020)

“A palavra falada um fenômeno democrático, a escrita um aristocrático.” (Fernando Pessoa)

No dia 29/03/2020, depois de um passeio no comércio local em Brasília, Bolsonaro voltou a se posicionar. No discurso, o destaque foi para:

D04: *“essa é uma realidade. O vírus ‘tá aí’. Vamos ter que enfrentá-lo, mas enfrentar como homem, porra, não como um*

¹⁷Ocorrido em 06/09/2018. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/06/bolsonaro-em-juiz-de-fora.htm>>. Acesso em: 10 set. 2020.

moleque. Vamos enfrentar o vírus com a realidade. É a vida. Todos nós iremos morrer um dia. Queremos poupar a vida? Queremos”.

Mais tarde, os portais em questão noticiaram a declaração. Nessas duas notícias¹⁸, há dois casos diferentes de abordagem ao mesmo assunto na manchete. No G1, a seleção de palavras foi feita com base no ato do presidente. São destacadas as ações realizadas pelo personagem, que são tidas como incorretas em meio à crise da pandemia. A primeira é provocar aglomeração, a segunda é fazer passeio, e a terceira é o posicionamento contra o isolamento. Sobressai ao discurso polêmico que vem na linha fina entre aspas, com recorte de algumas falas de maior força e uso de palavrão.

A estrutura encontrada nessa manchete é diferente das outras apresentadas, pois não há mais a voz do presidente em foco, são as atitudes tidas como contrárias pelas recomendações feitas por especialistas ligados à saúde. Depois, na linha fina, o foco se dá aos palavrões ditos pelo presidente, que agiu de forma incoerente.

No Portal R7, o destaque vem para o discurso, aqui recortado com foco na coragem que o povo precisa ter para enfrentar e, assim, superar o vírus. Não há verbo de ação, as palavras que compõem a frase do presidente são ‘*é preciso*’. Isso pode significar que o portal assume a fala do personagem como a própria verdade. Não há questionamento, uso de aspas ou acréscimo de uma palavra que evidencie que o ‘*é preciso*’ foi dito pelo presidente.

Há apenas a reprodução afirmativa que reforça a necessidade depois expressa na frase entre aspas: ‘*enfrentar vírus como homem e não como moleque*’. Na linha fina, aparece mais uma fala também entre aspas precedida de um contexto, o que contribui para a justificativa da força das palavras ditas por Bolsonaro.

¹⁸ Disponível em: G1 - <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/apos-provocar-aglomeracao-durante-passeio-em-brasilia-bolsonaro-volta-a-se-posicionar-contr-o-isolamento-social.ghml>>. Acesso em: 12 out. 2020.
Disponível em: R7 - <https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-e-preciso-enfrentar-virus-como-homem-e-nao-como-moleque-29032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

Declaração 05 – D05 – Volta à normalidade (24/03/2020)

“Na palavra falada, temos que ser, em absoluto, do nosso tempo e lugar [...] A palavra escrita, ao contrário, não é para quem a ouve, busca quem a ouça [...]”. (Fernando Pessoa)

De maior repercussão entre as declarações apresentadas, esta entra em destaque por ser um pronunciamento oficial em rede nacional de televisão. Em destaque, a fala:

D05: *“o vírus chegou, está sendo enfrentado por nós e brevemente passará. Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos sim voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa. O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Por que fechar escolas?”.*

Esses exemplos foram escolhidos pois a distinção de posicionamento referente ao mesmo assunto se evidencia¹⁹. A mesma situação que tem como ponto de partida a declaração do presidente gerou reações em outros líderes, que também foram noticiadas mais tarde.

Pelo portal G1, a notícia que envolve a declaração ressalta trechos do discurso entre aspas. Os fundamentos do conteúdo são divididos entre o posicionamento anti-isolamento e a crítica aos veículos de comunicação. As palavras no título são de grande peso no contexto da pandemia. “*Volta à normalidade*” e “*confinamento em massa*” demonstram que o público esteve em

¹⁹Disponível em: G1 - <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/bolsonaro-pede-na-tv-volta-a-normalidade-e-fim-do-confinamento-em-massa.ghtml>>. Acesso em: 16 out. 2020.

Disponível em: G1 - <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/veja-repercussao-ao-pronunciamento-de-bolsonaro-em-que-ele-pediu-volta-a-normalidade-fim-do-confinamento-e-disse-que-meios-de-comunicacao-espalharam-pavor.ghtml>>. Acesso em: 16 out. 2020.

Disponível em: R7 - <<https://noticias.r7.com/brasil/na-tv-bolsonaro-critica-isolamento-e-diz-que-a-vida-deve-continuar-24032020>>.

Disponível em: R7 - <<https://noticias.r7.com/brasil/aliados-elogiam-pronunciamento-de-bolsonaro-sobre-coronavirus-24032020>>. Acesso em: 16 out. 2020.

casa por questões menores propostas pelas recomendações de pessoas envolvidas no controle da pandemia ligadas à saúde. O uso da palavra “*pavor*” também pode denotar exagero por parte da mídia, a intenção demonstra ser assustar as pessoas. Os usos desses termos elucidam a falta de neutralidade do portal em expressar que em todo discurso o presidente tem intenção de desfavorecer a mídia e o isolamento e, dessa forma, agir de forma prejudicial para a população.

Mais tarde, a veiculação de outra notícia envolvendo as reações por conta do discurso traz em seu título o destaque de que o discurso foi contra as recomendações de especialistas. No decorrer do conteúdo, são 46 declarações de líderes do governo brasileiro que se colocam contra as declarações feitas pelo presidente em rede nacional; em contrapartida, são três declarações favoráveis ao discurso, que são de Eduardo e Flávio Bolsonaro, filhos do presidente, e outro aliado, Major Vitor Hugo. A disparidade nos números que deixam o maior foco nos posicionamentos contrários concretiza a ação do portal em se colocar a favor dos 46 líderes e contra os outros três que deles, dois são da família do presidente. Demonstra ainda mais que o discurso pode ser considerado fraco, pois só é aceito por pessoas que estão próximas, e por isso pensam de forma parecida, como pais e filhos.

No Portal R7, não se faz o uso de recortes diretos das declarações dadas pelo presidente. Também não são usadas palavras negativas em relação ao posicionamento dele contrário o isolamento, mas o verbo de ação é “*criticar*”, que surte o efeito de julgamento e avaliação. Em seguida, usa a frase “*a vida deve continuar*”. Na linha fina, destaca-se o elogio ao ministro e mais críticas aos governadores. A escolha lexical se mostra ponderativa em relação ao isolamento e, mais tarde, animadora pela continuidade da vida, seguida de outro ponto positivo na linha fina. Dessa forma, diferentemente do veículo anterior, esse uso pelo Portal R7 transmite, entre as interpretações possíveis, a ideologia do fim do isolamento, que, apesar de ter ocorrido, deve acabar para que a vida siga em frente.

Também foi veiculada a repercussão favorável ao discurso. São escolhidas as palavras “*aliados*” e “*elogiam*” para demonstrar que o conteúdo se trata apenas de um lado. Na composição da notícia, são levantadas três declarações favoráveis ao posicionamento do presidente, sendo uma do Major Vitor Hugo, uma de Bilbo Nunes e outra de Gil Diniz. As declarações contrárias e em maior número como noticiadas

pelo G1 são deixadas de lado para reforçar a aliança que o presidente ainda tem com a declaração.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ser humano faz escolhas com base em suas vivências. A construção da consciência humana é advinda de vários fatores estruturais que regem a realidade. Aderimos à percepção de objetos, nomes e relações de formas diferentes, como exposto por Lage (1999, n.p.): “modelos mentais refletem crenças da pessoa, adquiridas por observação, informação ou inferência; devem ter parâmetros e estados correspondentes a parâmetros e estados cuja negação a pessoa não possa observar ou inferir”.

Isso que já é natural do ser humano é refletido, também, no trabalho. No jornalismo declaratório, a suposição de imparcialidade se perde na contextualização do ponto central da informação. Cada veículo/jornalista noticia da forma que, mesmo inconscientemente, deseja atribuir o sentido do que está sendo feito e como está sendo feito, por razões políticas, sociais, históricas, econômicas, ideológicas...

A pesquisa não teve objetivo de aderir um posicionamento frente aos portais, ideologias políticas, denegrir ou beneficiar a imagem do presidente Jair Bolsonaro ou sequer analisar o discurso das declarações em si. Também não houve tentativa de deferir uma visão favorável ou adversa ao jornalismo declaratório. O que se pode considerar que é há uma tendência na produção dessa especificidade jornalística, que merece ser estudada e analisada por ter impactos sociais consideráveis, haja vista que o jornalismo é formador de opinião e exerce função necessária à sociedade.

Os portais G1 e R7 recebem muitos acessos, e, como já mostrado no artigo, há nítidas diferenças sobre a forma como ambos trabalham na disseminação de informações e estrutura de notícias. O G1, pertencente ao Grupo Globo, traz nas produções termos que se afastam da ideologia associada ao presidente. Já em relação ao R7, da Rede Record, alguns exemplos mostram que a característica do portal é associar a imagem do presidente a um sentido positivo das ações realizadas e das declarações dadas por ele.

Os dois veículos apresentam indicativos de parcialidade com relação ao personagem (e, claro, à ideologia). Além disso, mesmo não sendo o foco deste

trabalho, é válido destacar que os internautas adeptos dos portais em questão estão sempre em conflito nas mídias sociais dadas as formas como são noticiados os atos realizados por Bolsonaro.

A prática declaratória não surgiu recentemente, mas está ganhando nome, definição e força com a amplitude da assessoria de imprensa nas mídias digitais e, principalmente, com a negação de pessoas públicas ao microfone do repórter de rua. Inclusive, o governo Bolsonaro já é conhecido por deixar entrevistas ao ser questionado por polêmicas²⁰.

Por fim, destaca-se que o jornalista deve considerar a apuração dos fatos independentemente de qualquer circunstância, pois é isso que mantém a necessidade da profissão, uma vez que, por si só, as declarações não asseguram completamente uma notícia, diferentemente da construção dos fatos e a consideração de diferentes perspectivas, com diferentes fontes de informação.

REFERÊNCIAS

ALVES, Regina Simões. **Construções sufixais de aumentativo**: uma análise com base na gramática das construções. 2016. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas) – Faculdade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

ALIADOS elogiam pronunciamento de Bolsonaro sobre coronavírus. **R7**. 24 mar. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/aliados-elogiam-pronunciamento-de-bolsonaro-sobre-coronavirus-24032020>>. Acesso em: 16 out. 2020.

ÀS vezes os meios de comunicação são sórdidos. **Folha de S. Paulo**. Brasília, 28. mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/03/meios-de-comunicacao-sao-sordidos-diz-mandetta-sobre-cobertura-do-coronavirus.shtml>. Acesso em: 20 set. 2020.

APÓS OMS declarar pandemia, Bolsonaro volta a falar sobre coronavírus. **G1**. Brasília, 11 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/apos-oms-declarar-pandemia-bolsonaro-volta-a-falar-sobre-coronavirus-outras-gripes-mataram-mais-do-que-essa.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020

²⁰ Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-abandona-coletiva-ao-ser-questionado-sobre-corrupcao-na-secretaria-de-comunicacao-do-governo/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

APÓS provocar aglomeração durante passeio em Brasília, Bolsonaro volta a se posicionar contra o isolamento social. **G1**. 29 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/apos-provocar-aglomeracao-durante-passeio-em-brasilia-bolsonaro-volta-a-se-posicionar-contr-o-isolamento-social.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020.

BOLSONARO abandona coletiva ao ser questionado sobre corrupção na Secretaria de Comunicação do governo. **Fórum**. 15 jan. 2020. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-abandona-coletiva-ao-ser-questionado-sobre-corrupcao-na-secretaria-de-comunicacao-do-governo/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

BOLSONARO diz que 'pequena crise' do coronavírus é 'mais fantasia' e não 'isso tudo' que mídia propaga. **G1**. 10 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/10/bolsonaro-diz-que-questao-do-coronavirus-e-muito-mais-fantasia.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020.

BOLSONARO fala com exclusividade ao Jornal da Record às 22h. **R7**. Eleições 2018. 04 out. 2018. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/eleicoes-2018/bolsonaro-fala-com-exclusividade-ao-jornal-da-record-as-22h-04102018>>. Acesso em: 20 set. 2020.

BOLSONARO vai avaliar com ministro da Saúde controle do coronavírus. **R7**. Brasília, 11 mar. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-vai-avaliar-com-ministro-da-saude-controle-do-coronavirus-11032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

BOLSONARO: 'Depois da facada, uma gripezinha não vai me derrubar'. **R7**. Brasília, 20 mar. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-depois-da-facada-uma-gripezinha-nao-vai-me-derrubar-21032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

BOLSONARO leva facada em ato de campanha em Juiz de Fora (MG). **UOL**. São Paulo/ Brasília, 06 set. 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/06/bolsonaro-em-juiz-de-fora.htm>>. Acesso em: 10 set. 2020.

BOLSONARO: É preciso 'enfrentar vírus como homem e não como moleque'. **R7**. 29 mar. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-e-preciso-enfrentar-virus-como-homem-e-nao-como-moleque-29032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

BOLSONARO pede na TV 'volta à normalidade' e fim do 'confinamento em massa' e diz que meios de comunicação espalharam 'pavor'. **G1**. Jornal Nacional. 24 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/bolsonaro-pede-na-tv-volta-a-normalidade-e-fim-do-confinamento-em-massa.ghtml>> Acesso em: 16 out. 2020.

CANAVILHAS, João Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo. In: MARTINS, M. L. (Org.). **Comunicação e sociedade**. Porto: Campo de Letras, 2006. Disponível em: <<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1219/1201>> Acesso em: 20 set. 2020.

_____. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CARVALHEIRO, J. R. (Org.). **Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença**. Labcom: Covilhã, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269113483_Webjornalismo_7_carateristicas_que_marcam_a_diferenca> Acesso em : 22 set. 2020.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONHEÇA a história de sucesso do portal R7. **R7**. 2009-2020. Disponível em: <<http://www.r7.com/institucional/historia-do-r7>>. Acesso em: 21 out. 2020.

DEMORI, Leandro. Os bastidores do apoio do Portal R7 a Bolsonaro. **The Intercept Brasil**. 13 out. 2018. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/10/13/bastidores-universal-edir-macedo-apoio-portal-r7-bolsonaro/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

DEUZE, Mark. O jornalismo e os novos meios de comunicação social. In: MARTINS, M. L. (Org.). **Comunicação e sociedade**. Porto: Campo de Letras, 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/312410464_O_jornalismo_e_os_novos_meios_de_comunicacao_social>. Acesso em: 20 set. 2020.

EM meio à pandemia de coronavírus, Bolsonaro diz que 'gripezinha' não vai derrubá-lo. **G1**. 20 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/blog/gerson-camarotti/post/2020/03/20/em-meio-a-pandemia-de-coronavirus-bolsonaro-diz-que-gripezinha-nao-vai-derruba-lo.ghtml>>. Acesso em: 12 out. 2020

‘É MUITO MAIS fantasia’, diz Bolsonaro sobre crise nos mercados causada por epidemia de coronavírus. **R7**. 10 mar. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/economia/e-muito-mais-fantasia-diz-bolsonaro-sobre-crise-nos-mercados-causada-por-epidemia-de-coronavirus-10032020>>. Acesso em: 12 out. 2020.

GEHRKE, Marília. **O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

GLOBO, Grupo. **História, Grupo Globo**. 2013. Disponível em: <<https://robertomarinho.globo.com/hgg/>>. Acesso em: 15 out. 2020.

_____. Responde crítica de Mandetta contra a imprensa. **VEJA**. 28 mar. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/globo-responde-critica-de-mandetta-contra-a-imprensa/>. Acesso em: 20 set. 2020.

GLOBO.com Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic. **Alexa**. 2020. Disponível em: https://www.alexa.com/siteinfo/globo.com#section_kwopp Acesso em: 21 out. 2020.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa tipos fundamentais. **Revista de administração de empresas**. São Paulo, v. 35, n.3, p. 20-29, 1995.

GONÇALVES, Eveline Regina. **Telejornalismo na cibercultura**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas) – Programa de Pós- Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/11249/1/Arquivototal.pdf>. Acesso em: 21 set. 2020.

HUNTER, Mark Lee. **A investigação a partir de histórias**. Montevideo: Unesco, 2013. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual_unesco.pdf Acesso em: 25 set. 2020.

JENKINS, Henry. 2009. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. Disponível em: https://www.nucleodepesquisadosex-votos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/cultura_da_convergencia_-_henry_jenkins.pdf. Acesso em: 10 out. 2020

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**, Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Gramática do texto jornalístico**. 1999, Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32907878/Gramatica_do_texto_jornalistico.pdf?1391445203=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGRAMATICA_DO_TEXTO_JORNALISTICO.pdf&Expires=1604438893&Signature=Gsx3T1EiGHOLnvvAA5YxidyB-R6mHyIWp9mOLsh2o7IldxUcmOOnAZoddv~Cqwf~zURop047O8vxGciYr-02S4PDhF1dpWM5vtlNoInIN7uyaqJOZDWK8z5lYsrcwrTJ5HWHTe1jPJ3udkuV9jfov9GFeph3T9-fPE1aZVyUZg9pzimA8sonQPpvhh4b7VF0zrAqsi2E9T~IWPA2Bub5~BvlzfzJ9J5QFLewGTQO85P5sV7tk1CKryltRBlppsNU3QP8v7FVDVoTQ7xm1q04PAiIWTW8RxKMH5q9l9nnlAZHgKsQKXIRRddIRJuBT132OruQZ34w79PkqBONxrklq_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 12 set. 2020.

MATOSO, F; GARCIA, G.; SALOMÃO L. Presidenciáveis discutem ideias e propostas no último debate do 1º turno e atacam Bolsonaro. **G1**. Eleições 2018.

Brasília, 05 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/05/presidenciais-discutem-ideias-e-propostas-no-ultimo-debate-do-1o-turno-e-atacam-bolsonaro.ghtml>>. Acesso em: 20 set. 2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web**. In: Anais do II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> Acesso em: 25 set. 2020.

MORAES, Fabiana. Ativismo, isenção e subjetividade: sobre um jornalismo que ainda não ousa dizer os nomes. In: 17º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. **Anais** [...]. 2019, Goiânia. Universidade Federal de Goiás. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61138395/1988-7773-1-PB20191105-67020-1dxqiva.pdf?1573004940=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAtivismo+isencao+e+subjetividade+sobre+u.pdf&Expires=1604444441&Signature=TJq7pAZbbA1OEZvRvU5YBGT~zc-Ypm5~YcF3IJI-fcuEmnxsoT33dsQsCivqUk9aEGBXTaceEp1iSBBRZT2tJTXXFSiac60ESDlhHgo1S6x8XO9t1CJZeNCwPba~RRAYeYT1Ff-oejppn8fuWJCevpy~o7otLV9A1mUXo75ba7I-yrqj81QcZfRcpo77ojl4X~ZciJZu8EIWYV5j4JoF6L1fRIzkipBmJ7uEo9janw2Yv8hdeQ_Q3YUwkm1V96l2yWCqxauPfsMgcksumYVc10sd6dcY7ici0ejojDiTWmu0Vkf5G7hUvSYuCDhSe18LYFgFnxFI~j5KanfUixCXg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>. Acesso em: 20 out. 2020.

NA TV, Bolsonaro critica isolamento e diz que a vida deve continuar. **R7**. 24 mar. 2020. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/na-tv-bolsonaro-critica-isolamento-e-diz-que-a-vida-deve-continuar-24032020>>. Acesso em : 16 out. 2020.

OLIVEIRA, Israel Dias de. **Livro Reportagem em Revista: O que é jornalismo declaratório?**. 6. ed. [S.l.]: Casa Flutuante, 2018.

PESSOA, Fernando. **O Livro do Desassossego**. Lisboa: Presença, 1990.

R7.com Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic. **Alexa**. 2020. Disponível em: <https://www.alexa.com/siteinfo/r7.com>> Acesso em: 21 out. 2020.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SILVA, Gislene. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Para pensar critérios de noticiabilidade. Florianópolis: Insular, 2005.

SILVA, Stephanie C. Araújo da . **Webwriting**: Análise da Informação para Mídias Digitais dos Portais G1 e R7. Campo Grande, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2012/resumos/R31-0018-1.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020.

SOBRE e contatos. **The Intercept Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://theintercept.com/brasil/staff/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

TAMBOSI, Orlando. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Informação e conhecimento no jornalismo. 2005, v.2 n. 2. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/213539388/2139-6263-1-PB>> Acesso em: 18 out. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: por que as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2004.

VEJA quais os canais de televisão mais vistos no Brasil em 2019. **O Povo Online**. Fortaleza, 24 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/divirtase/2019/04/23/veja-quais-os-canais-de-televisao-mais-vistos-no-brasil-em-2019.html>>. Acesso em: 21 out. 2020.

VEJA repercussão do pronunciamento de Bolsonaro sobre o coronavírus em que ele contrariou especialistas e pediu fim do 'confinamento em massa'. **G1**. 24 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/veja-repercussao-ao-pronunciamento-de-bolsonaro-em-que-ele-pediu-volta-a-normalidade-fim-do-confinamento-e-disse-que-meios-de-comunicacao-espalharam-pavor.ghtml>>. Acesso em: 16 out. 2020.