AGENDA-SETTING E FRAMING: A REPERCUSSÃO NA GRANDE MÍDIA DO VÍDEO DA REUNIÃO MINISTERIAL DE 22 DE ABRIL DE 2020.

Julie Petri Silva, Rafael Sabatini Oliveira Lalli, Rogério Barbato Filho, Vânia Braz de Oliveira (Orientadora)

Universidade do Vale do Paraíba/Faculdade de Ciências Aplicadas e Comunicação, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil, julies.petri@gmail.com, raffa.lalli@yahoo.com.br, roger1234hp@gmail.com, vaniajor@univap.br.

Resumo - Este artigo tem por objetivo analisar o agendamento e enquadramento praticado pelas mídias de massa a partir do estudo da repercussão do vídeo da reunião ministerial (divulgado no dia 22 de maio de 2020) em seis meios de comunicação impressos, digitais e de radiodifusão. Para tal, discutimos as teorias midiáticas de *agenda-setting* e *framing* à luz das análises de Bourdieu e Chomsky & Herman sobre o comportamento das mídias em sociedades de livre mercado. Foi observado que as mídias tendem a produzir análises muito similares em função das pressões mercadológicas e editoriais a que estão submetidas, e que mesmo os desvios de comportamento de alguns veículos podem ser compreendidos a partir do conflito interno que advém dessas pressões.

Palavras-chave: jornalismo, *agenda-setting*, mídia, *framing*
Áreas de conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação

Introdução

Nosso propósito com este trabalho é entender o agendamento e o enquadramento das mídias de massa: quais fatos elas escolhem enfocar na sua cobertura, como elas constroem as suas narrativas desses fatos e por que o fazem. Esse objetivo se baseia no estudo das teorias do *agenda-setting* e do *framing*, que fazem parte da escola norte-americana de comunicação (COLLING, 2001, p. 89).

A definição clássica do *agenda-setting* afirma que "em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descura, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos" (SHAW apud COLLING, 2001, p. 92). Já o *framing* pode ser entendido como a prática de "selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazer eles mais salientes no texto comunicativo de modo a promover uma definição particular de um problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou um tratamento recomendado para o item descrito" (ENTMAN apud ROSSETTO & SILVA, 2012, pp. 99-100). São conceitos bastante próximos: ambos dão ênfase ao fenômeno midiático de exposição ou ocultação dos fatos. É preciso, no entanto, entender como se dão esses processos.

Bourdieu afirma que na televisão o tempo é algo extremamente raro (BOURDIEU, 1997, p. 23), o que significa que despendê-lo no tratamento de uma questão é investir um dos recursos mais valiosos de que os sistemas midiáticos de radiodifusão dispõem. Dessa maneira, observar quanto tempo foi "gasto" por uma emissora de televisão na cobertura de determinado fato é uma forma bastante efetiva de compreender a relevância dada a ele pelo veículo. O mesmo pode ser dito sobre o espaço nos jornais impressos: a localização do fato, seu tom, suas repetições, a estrutura de análise na qual ele é apresentado e os fatos relacionados que o acompanham e significam (ou impedem sua compreensão) são fatores de extrema relevância na compreensão das prioridades de um jornal (CHOMSKY & HERMAN, 2002, p. LXII-LXIII).

O porquê do enfoque dado pelas mídias é outra questão. Segundo Chomsky & Herman, as mídias em sociedades capitalistas democráticas atuam como um sistema de propaganda regido pelas leis do livre mercado no qual os interesses das elites políticas e econômicas são difundidos (CHOMSKY & HERMAN, 2002, p. LIX). Eles afirmam que as mídias podem até produzir algum conteúdo sobre questões que vão contra esse quadro ideológico – em especial os jornais impressos, que dispõem de mais espaço do que as televisões dispõem de tempo. Porém, nas raras ocasiões em que isso acontece, essas informações são alocadas no fundo dos jornais, onde receberão atenção apenas daqueles leitores mais atentos que estejam procurando por elas com diligência e um olhar cético (CHOMSKY & HERMAN, 2002, p. LXIII).

Bourdieu, por sua vez, fala de como a concorrência do mercado exerce pressões sobre os meios de comunicação que tendem a homogeneizar o conteúdo produzido por eles (BOURDIEU, 1997, p. 31). Segundo o autor, a busca por fatias cada vez maiores de audiência compele os veículos a adotar abordagens progressivamente mais banais: “quanto mais um jornal estende sua difusão, mais caminha para assuntos-ônibus que não levantam problemas. Constrói-se o objeto de acordo com as categorias de percepção do receptor” (BOURDIEU, 1997, p. 63).

Metodologia

Ao longo do mês de maio de 2020, o assunto mais discutido pela imprensa brasileira foi a reunião ministerial realizada em 22 de abril do mesmo ano pelo gabinete da presidência. Uma gravação do encontro foi adquirida pelo Supremo Tribunal Federal (STF) como potencial evidência na investigação de interferência indevida do presidente Jair Bolsonaro na Polícia Federal. Esse inquérito foi deflagrado após o ex-ministro da Justiça, Sérgio Moro, afirmar (ao resignar do cargo, também em abril) que a intenção de Bolsonaro era trocar o comando da PF em benefício próprio. Segundo Moro, o vídeo da reunião continha falas do presidente que corroboravam as suas acusações. O vídeo foi entregue ao STF no dia 12 de maio de 2020, mas permaneceu em sigilo até o dia 22 – uma sexta-feira –, quando a Corte enfim optou por tornar público o material. Ao longo do dia, inúmeros veículos repercutiram seu conteúdo. Mas foi apenas a partir do sábado, dia 23 de maio de 2020, que os meios de comunicação de massa (MCMs) começaram a apresentar suas análises mais compreensivas do material.

Nosso objetivo com este trabalho foi desenvolver uma análise crítica sobre o agendamento e enquadramento praticado pelas mídias de massa no caso do vídeo da reunião ministerial. Para tal, levantamos uma série de questões, como: quanto tempo e espaço os MCMs reservaram para a discussão da reunião? Quais trechos do vídeo e falas de personagens receberam mais atenção? E, afinal, a forma como o conteúdo foi apresentado nas mídias teve mais semelhanças ou divergências?

Ademais, desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica (Lima & Mioto, 2007) a fim de levantar um conjunto de teorias que ajudassem a entender o comportamento das mídias e as formas pelas quais o *agenda-setting* e o *framing* se efetivam, criando um quadro dinâmico da realidade midiática brasileira a fim de compreender tanto o conjunto dos MCMs quanto as suas particularidades.

Para a análise crítica das mídias, fizemos um recorte de seis meios de comunicação: três jornais impressos e digitais – Estadão, Folha de São Paulo e DW Brasil – e três programas televisivos – o Jornal Nacional, da Rede Globo, O Grande Debate, da CNN Brasil, e o SBT Brasil. A escolha dos veículos se deu com um foco central nos veículos de comunicação de grande circulação no mercado nacional: dois jornais de circulação nacional e dois telejornais de redes de televisão aberta. Ademais, foi selecionado um jornal digital de menor fluxo noticioso e um programa televisivo de TV a cabo (CNN Brasil) a fim de avaliar se eventuais diferenças na cobertura podem decorrer da estrutura dos MCMs.

Nosso recorte temporal teve como foco o conteúdo jornalístico produzido no dia seguinte à divulgação do vídeo da reunião ministerial, o que significa que a coleta de material da maioria dos veículos se deu no sábado, dia 23 de maio de 2020. Excepcionalmente, o episódio selecionado para análise de “O Grande Debate” foi veiculado no dia 25 de maio de 2020 – a segunda-feira subsequente –, pois o programa não é exibido aos finais de semana. O caso do SBT Brasil requereu uma leitura de todo o final de semana, por razões que serão esclarecidas adiante, na seção “resultados”.

Resultados

Em conjunto, os três jornais impressos e digitais do nosso recorte publicaram 354 matérias no dia 23 de maio: 245 do Estadão, 98 da Folha e 11 da DW. Desse total, 67 citaram explicitamente a reunião ministerial (46 do Estadão, 16 da Folha e 5 da DW), o que representa 18,9% da amostra – ou seja, quase uma em cada cinco matérias tratava do assunto.

Já os programas televisivos tiveram um tempo total de exibição de 1h47min17s: 1h12min26s do Jornal Nacional e 34min51s de O Grande Debate. O SBT Brasil não foi exibido no dia 23 de maio por decisão editorial de Silvio Santos, proprietário do SBT, conforme discutiremos adiante. Desse total, 47min57s foi despendido na discussão da reunião ministerial (36min15s do JN e 11min42s de O Grande Debate), o que representa cerca de 44% do tempo total de transmissão dos veículos de radiodifusão.

A seguir, traçamos o recorte dos dados referentes a cada veículo de comunicação, onde indicamos – além do tempo e espaço concedidos por cada um deles ao tema – o tipo de destaque que a reunião recebeu e quais questões e falas do vídeo tiveram maior repercussão.

- Estadão (O Estado de São Paulo), jornal impresso e digital do Grupo Estado

Figura 1 – Capa do jornal O Estado de S. Paulo do dia 23 de maio de 2020

O ESTADO DE S. PAULO

Heleno reage com ameaça a pedido de apreensão de celular de Bolsonaro

Fonte: Acervo O Estado de S. Paulo, 23/05/2020.

O Estadão, jornal impresso e digital de circulação nacional, responde por 69% da nossa amostra de veículos impressos e digitais (245 das 354 matérias analisadas). Na capa (Figura 1), a manchete do dia foi sobre a reação do general Heleno ao pedido de apreensão do celular do presidente e ocupou 250,09 cm² (14%) do seu espaço. Embora não seja sobre a reunião, tem ligação com ela (o pedido foi feito no mesmo inquérito). Ao seu lado estava o principal editorial do dia ("Inconcebível e inacreditável"), que ocupou 39,24 cm² (2%) da capa e no qual são feitas críticas a Heleno e ao presidente. Além disso, um total de 632,25 cm² (35%) da capa foi ocupado por falas dos principais personagens do vídeo.

Um total de 46 matérias do jornal falava da reunião – 18% do conteúdo total e 86% da editoria "Política". Nas 46 notícias sobre a reunião, os personagens mais citados (quer individualmente ou em conjunto) foram: Jair Bolsonaro (24 citações), Ricardo Salles (7), Abraham Weintraub (6), Sérgio Moro (6) e Paulo Guedes (3). O general Heleno foi citado em 6 matérias: 4 sobre a reunião e 2 sobre sua nota de repúdio à apreensão do celular do presidente (que foram justamente a manchete e o editorial).

- Folha de São Paulo, jornal impresso e digital do Grupo Folha

Figura 2 – Capa do jornal Folha de S. Paulo do dia 23 de maio de 2020

FOLHA DE S.PAULO

Vídeo registra insultos, ameaças e a intervenção de Bolsonaro na PF

Fonte: Acervo Folha de São Paulo, 23/05/2020.

Assim como o Estadão, a Folha de São Paulo é um jornal impresso de circulação nacional. Foram 98 matérias produzidas pelo veículo no dia. A capa da edição (Figura 2) foi dominada pela reunião: era o assunto da manchete – que ocupou 198,66 cm² (11%) da capa – e da coluna esquerda da primeira página – 111,15 cm² (6%) –, onde havia citações de Bolsonaro (2 citações), Weintraub (1) e Damares Alves (1). Também foi dado destaque para uma fala de Salles, que recebeu uma chamada individual num espaço de 48,02 cm² (2,7%) e para uma imagem do vídeo, que ocupou 225,33 cm² (12,67%) e mostrava (da esquerda para a direita) o ministro Braga Netto, o presidente e o vice-presidente Mourão.

No total, 16 matérias citavam a reunião –16% do conteúdo do jornal no dia. Apesar desse valor ficar abaixo da média do recorte, ele representa a totalidade da editoria "Política" do periódico.

- DW Brasil, jornal digital da empresa de comunicação alemã Deutsche Welle

A DW Brasil é uma plataforma de jornalismo online de conteúdo brasileiro estabelecida pela Deutsche Welle em 1996. A produção jornalística do veículo no Brasil é pequena, o que fica evidente no peso do seu material dentro da nossa amostragem de jornais impressos e digitais: 11 matérias produzidas em 23 de maio, cerca de 3% do total. Destas, 5 (45%) tratavam da reunião ministerial, o que mostra que o veículo deu grande importância à repercussão do assunto.

O enfoque dado pelo jornal ao tema pode ser percebido pelo conteúdo das próprias matérias, que elencam trechos das falas de vários personagens do vídeo e repercutem principalmente a fala do ministro do meio ambiente, além de apresentar a reação internacional ao vídeo da reunião (um costume do jornal, que frequentemente enfoca a repercussão estrangeira de eventos nacionais).

- Jornal Nacional (JN), telejornal da Rede Globo

O Jornal Nacional é o principal programa de jornalismo da Rede Globo, exibido de segunda a sábado a partir das 20h30. No dia 23 de maio, o programa teve duração total de 1h12min26s. Durante a chamada – que durou 1min50s –, os primeiros 1min25s foram inteiramente dedicados à reunião: trataram (1) das evidências de interferência de Bolsonaro na PF contidas no vídeo, (2) da demissão de Sérgio Moro e as mensagens apresentadas pelo ex-ministro e (3) das falas de Weintraub e Salles.

O bloco de notícias políticas durou 39min20s, dos quais 34min50s foram sobre o vídeo – mas vale ressaltar que a reunião foi citada em todas as matérias do bloco. Em ordem cronológica, as matérias acerca da reunião falaram sobre (e tiveram duração de): a ingerência de Bolsonaro e as mensagens trocadas com Moro (16min30s); as falas de Weintraub (4min); as falas de Salles (4min5s); a fala do ministro Luiz Eduardo Ramos (35s); interferência de Bolsonaro no IPHAN (4min10s); e análise da reunião em geral, com repercussão da fala de diversos ministros (5min30s).

Assim, entre chamada e matérias, o programa dedicou um total de 36min15s à reunião – cerca de 50% do seu tempo de transmissão. Além disso, o destaque dado ao tema na chamada e o fato de ele permear todo o seu quadro político mostram que o JN deu grande relevância à questão.

- O Grande Debate, quadro de variedade política da CNN Brasil

O Grande Debate é um quadro de variedade política que faz parte do programa Expresso CNN, cuja edição noturna vai ao ar na CNN Brasil de segunda a sexta às 18h30. A edição da noite de 25 de maio de 2020 (a primeira após a divulgação da reunião ministerial) foi mediada pela âncora Monalisa Perrone e contou com as participações de Caio Coppolla e Augusto de Arruda Botelho.

O debate durou 34min51s, sendo dividido entre 2 temas. O tema principal – "Bolsonaro agiu indevidamente na Polícia Federal?" – teve duração de 21min13s (quase 61% do total do programa). Apesar de não ser explicitamente sobre a reunião, tratou dos eventos que culminaram na divulgação do vídeo. O segundo tema, "O presidente e os ministros cometeram crimes durante o encontro?", teve como foco a reunião ministerial, as falas dos personagens e suas possíveis implicações jurídicas e ocupou 11min42s – 33% do tempo, o que mostra que o assunto recebeu destaque na emissora.

- SBT Brasil, telejornal do SBT

O SBT Brasil é o principal programa de jornalismo do SBT, exibido de segunda a sábado a partir das 19h45. Contudo, o programa não foi ao ar no sábado, dia 23 de maio de 2020. O fato foi amplamente repercutido por inúmeros veículos – como a Folha de São Paulo, o Portal IG e o UOL.

Segundo a reportagem do portal A Tarde, “quatro funcionários da emissora afirmaram que a decisão teve motivação política, após a divulgação do vídeo da reunião ministerial ocorrida em 22 de abril.” Ainda segundo o veículo, “Silvio Santos teria ouvido reclamações de que a edição de sexta-feira, 22, do SBT Brasil desagradou ao governo” e “teria pedido, no início da tarde de sábado, 23, que o telejornal não voltasse a tratar do assunto e que mencionasse apenas a agenda do dia do presidente Jair Bolsonaro.” No fim, o proprietário do SBT teria mudado a grade horária “sem qualquer aviso ao espectador.” A reportagem acrescenta que “foi a primeira vez que o principal telejornal do SBT deixou de ir ao ar” (A TARDE [GRUPO UOL], 2020). Em função das críticas que recebeu pela auto-censura, Santos autorizou a veiculação de 7 minutos da reunião no dia seguinte (domingo, 24 de maio), mas “sem nenhum tipo de chamada, informação escrita ou marca visual da emissora” (PODER360, 2020).

Discussão

A primeira coisa que fica evidente é a discrepância entre a quantidade de conteúdo produzido sobre a reunião pelo impresso e digital (18,9%) e pela TV (44%). Essa diferença tem a ver com os tipos de recurso utilizados por cada mídia e, principalmente, a sua disponibilidade. Como os jornais impressos têm mais espaço do que os telejornais têm tempo, a cobertura das TVs tende a ser mais econômica (enfocando apenas aquilo que ela considera de extrema importância) enquanto os impressos produzem conteúdo sobre diversos outros assuntos. Porém, segundo Chomsky & Herman (2002), a forma como o espaço é utilizado nos jornais impressos – a localização, o tom e a repetição de um fato – é fundamental no seu agendamento. As capas dos jornais foram dominadas pelo tema (localização), seus editoriais foram críticos ao evento (tom) e suas editorias políticas foram quase inteiramente dedicadas à reunião (repetição). Assim, fica evidente que a cobertura midiática foi essencialmente homogênea, apesar da disparidade aparente. Podemos notar também que a produção de conteúdo sobre a reunião do jornal digital DW Brasil (45%) foi muito similar à da TV. Isso acontece porque, por ter uma redação menor, o veículo fica limitado em sua capacidade de produção de conteúdo, o que o leva a enfocar apenas o que considera de extrema importância, tal qual acontece na TV.

Tanto Bourdieu quanto Chomsky & Herman ajudam a esclarecer esse cenário. Ambos falam das demandas mercadológicas e editoriais que homogeneízam o conteúdo midiático: em Bourdieu elas são efeito da disputa por audiência (BOURDIEU, 1997, pp. 30-38) e das pressões profissionais exercidas pelo “campo jornalístico” (pp. 55-56); em Chomsky & Herman elas advêm de um série de filtros pelos quais o material noticioso passa antes de ser publicado (CHOMSKY & HERMAN, 2002, pp. 1-2).

O que é interessante notar é que essas pressões ou filtros podem inclusive ter sentidos diversos dependendo do veículo. É o caso do SBT, que teve um comportamento desviante das demais mídias. Segundo Herman & Chomsky, o primeiro filtro de conteúdo noticioso é o da propriedade das mídias por indivíduos extremamente ricos ou outras empresas imersas no mercado financeiro (CHOMSKY & HERMAN, 2002, pp. 3-14). No entanto, as mídias de massa não são um monolito unificado: onde os poderosos discordarem, haverá debate midiático (HERMAN & CHOMSKY, 2002, p. LX). De fato, os interesses do SBT têm algumas particularidades: Silvio Santos realizou uma série de reuniões com Bolsonaro ao longo de 2019 e 2020 e, pouco depois do caso da reunião, o genro de Santos – o deputado Fábio Faria – tomou posse como novo Ministro das Comunicações (no dia 17 de junho). O que é ainda mais notável no caso do SBT é que as tensões entre o campo jornalístico e o proprietário do veículo culminaram numa exibição acrítica e esvaziada do material no dia seguinte.

No geral, as falas de Bolsonaro e as evidências de interferência indevida contidas nelas foram o foco principal dos MCMs – o que reflete uma tendência à auto-validação discursiva, já que esse era o foco das mídias nas semanas precedentes. Depois dele, Weintraub e Salles foram os personagens que receberam mais atenção: o ministro da educação por suas declarações potencialmente criminosas contra o STF e o ministro do meio ambiente por sua sugestão de que o governo aproveitasse a desatenção midiática para afrouxar leis ambientais. O caso de Salles ainda evidencia os perigos do *agenda-setting,* já que mostra um membro do governo sugerindo que se fizesse uso do agendamento midiático (que estava focado na pandemia de COVID-19) para realizar reformas de grande impacto.

Conclusão

O que observamos nesta pesquisa é que tanto as pressões que Bourdieu descreve do mercado e do campo jornalístico quanto o filtro de propriedade das mídias de que falam Chomsky & Herman de fato têm grande impacto no agendamento e enquadramento da produção noticiosa dos MCMs.

Por outro lado, é importante notar que a abordagem dos veículos analisados aqui passou longe de ser banal, ao contrário do que prevê Bourdieu. A leitura do caso feita pela maioria das mídias de massa brasileiras mostra uma clara tomada de posição frente ao governo, sugerindo que, ao contrário do que Chomsky & Herman afirmam, elas têm uma postura crítica às estruturas de poder.

Deve-se levar em conta o fator da crise política pela qual o país vem passando há alguns anos, que estimula a crítica. Mas talvez esse quadro também tenha a ver com o advento de uma nova indústria de propaganda – baseada na internet – que rivaliza com a hegemonia da televisão e dos jornais impressos. Referimo-nos à máquina de fake news associada pela mídia a Bolsonaro e seus aliados (ONOFRE; ROCHA; TEIXEIRA, 2020). Essa hipótese (em linha com as ideias de Chomsky & Herman) requer estudos mais aprofundados. Se confirmada, ela sugeriria que o comportamento combativo dos MCMs pode ter um forte componente de interesses econômicos, para além do simples ativismo político.

Perceber essas questões é fundamental para consumir conscientemente as mídias, pois elas indicam que para fazer uma leitura bem informada dos fatos é preciso mais do que consumir diferentes veículos: é preciso conhecer as pressões e filtros a que eles estão submetidos a fim de compreender como as suas estruturas influenciam o resultado final dos seus conteúdos.

Referências

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**; tradução de Maria Lúcia Machado. Zahar, Rio de Janeiro, 1997.

CHOMSKY, N; HERMAN, E. S. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**. 2ª edição. Pantheon Books, Nova York, 2002.

COLLING, L. **Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 14, 2001.

Jornal Nacional. Rio de Janeiro, Rede Globo, 23 de maio de 2020. Programa de TV.

LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Rev. Katál. Florianópolis v. 10 n. esp. p. 37-45 2007.

O GRANDE DEBATE: BOLSONARO AGIU INDEVIDAMENTE NA POLÍCIA FEDERAL? **Expresso CNN**. São Paulo, CNN Brasil, 25 de maio de 2020. Programa de TV.

ROSSETO, G. P. N.; SILVA, A. M. **Agenda-setting e framing: detalhes de uma mesma teoria?** Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n.26, p. 98-114, jul. 2012.

SILVIO Santos cancela edição do jornal do SBT após reclamação do governo. **A Tarde (Grupo UOL)**, 24 de maio de 2020. Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/brasil/noticias/2128277-silvio-santos-cancela-edicao-do-jornal-do-sbt-apos-reclamacao-do-governo>

SILVIO Santos exibe no SBT, com palavrões e tudo, vídeo de Bolsonaro em reunião. **Poder 360**. Brasília, 25 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/silvio-santos-exibe-no-sbt-com-palavroes-e-tudo-video-de-bolsonaro-em-reuniao/>

STF. **Ministro Celso de Mello autoriza acesso a vídeo de reunião ministerial.** Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=443959> Acesso em: 18/08/2020

ONOFRE, R.; ROCHA, M.; TEIXEIRA, M. **Ministro do STF prorroga por 6 meses inquérito das fake news, que mira aliados de Bolsonaro.** Folha de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/07/ministro-do-stf-prorroga-por-mais-6-meses-inquerito-das-fake-news.shtml> Acesso em: 08/09/2020.