



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**MANIFESTANTES, GOLPISTAS OU TERRORISTAS: UMA ANÁLISE DAS  
PALAVRAS UTILIZADAS POR GLOBO NEWS, JOVEM PAN NEWS E CNN BRASIL  
PARA QUALIFICAR OS ENVOLVIDOS NO 8 DE JANEIRO DE 2023**

Brasília-DF

2023

**BRENDA DA CONCEIÇÃO SILVA**

**MANIFESTANTES, GOLPISTAS OU TERRORISTAS: UMA ANÁLISE DAS  
PALAVRAS UTILIZADAS POR GLOBO NEWS, JOVEM PAN NEWS E CNN BRASIL  
PARA QUALIFICAR OS ENVOLVIDOS NO 8 DE JANEIRO DE 2023**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento de  
Jornalismo da Universidade de Brasília  
como requisito parcial para obtenção de  
diploma no curso de Jornalismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thaís de  
Mendonça Jorge

Brasília-DF

2023

BRENDA DA CONCEIÇÃO SILVA

**MANIFESTANTES, GOLPISTAS OU TERRORISTAS: UMA ANÁLISE DAS PALAVRAS UTILIZADAS POR GLOBO NEWS, JOVEM PAN NEWS E CNN BRASIL PARA QUALIFICAR OS ENVOLVIDOS NO 8 DE JANEIRO DE 2023**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção de diploma no curso de Jornalismo.

Banca Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thaís de Mendonça Jorge  
Universidade de Brasília  
Orientadora

---

Prof. Dr. Sérgio Araújo de Sá  
Universidade de Brasília  
Membro

---

Prof. Paulo Jose Araújo da Cunha  
Universidade de Brasília  
Membro

---

Prof. Paulo Henrique Soares de Almeida  
Universidade de Brasília  
Suplente

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo analisar as escolhas lexicais das coberturas dos canais Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil para categorizar os envolvidos na invasão dos Três Poderes, em Brasília, no dia 8 de janeiro de 2023. Para isso, foi utilizado o método de Análise de Conteúdo, segundo Bardin (1977). Ao final, relacionamos os resultados com a linha editorial de cada veículo. A análise revelou que os canais contaram com um vocabulário diversificado, com diferenças entre as falas dos jornalistas e o texto das tarjas. A Globo News e a CNN Brasil apresentaram mudanças nos termos escolhidos durante a cobertura e passam a condenar os participantes dos atos. Já a Jovem Pan News se manteve no padrão lexical focado em termos pouco negativos.

**Palavras-chave:** escolhas lexicais, televisão, análise de conteúdo, 8 de janeiro.

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the lexical choices of the coverage of Globo News, Jovem Pan News and CNN Brasil channels to categorize those involved in the invasion of the Three Powers, in Brasília, on January 8, 2023. For this, the Content Analysis method was used, according to Bardin (1977). At the end, we relate the results to the editorial line of each vehicle. The analysis revealed that the channels had a diversified vocabulary, with differences between the journalists' speeches and the text written on the screens. Globo News and CNN Brasil presented changes in the terms chosen during the coverage and started to condemn the participants of the acts. Jovem Pan News, on the other hand, maintained the lexical pattern focused on negative terms.

**Keywords:** lexical choices, television, content analysis, January 8th.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Categorização das palavras que caracterizam os envolvidos no ataque aos Três Poderes.....	41
Gráfico 1 - Quantidade de vezes que cada termo foi falado por jornalistas nos três canais.....	42
Gráfico 2 - Tempo em que cada termo ficou em evidência na tarja dos canais .....	42
Gráfico 3 - Tempo em que cada termo ficou em evidência na tarja da Globo .....	44
Gráfico 4 - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da Globo News.....	46
Gráfico 5 - Tempo que cada termo ficou em evidência na tarja da Jovem Pan News.....	47
Gráfico 6 - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da Jovem Pan News.....	49
Gráfico 7 - Tempo que cada termo ficou em evidência na tarja da CNN Brasil.....	50
Gráfico 8 - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da CNN Brasil.....	52

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	8
1.1 Contextualização	9
1.2 Hipótese e objetivos	11
1.3 Justificativa	12
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	14
2.1 Revisão de literatura	14
2.2 Linguagem na comunicação	16
2.3 Os pressupostos do jornalismo, valores e ideologia	18
2.4 A televisão no Brasil	22
2.4.1 Globo News	26
2.4.2 Jovem Pan News	29
2.4.3 CNN Brasil	30
<b>3. METODOLOGIA</b>	32
3.1 Pré-análise	32
3.1.1 Constituição do corpus	33
3.1.2 Preparação do material	33
3.2 Exploração do material	35
3.2.1 Codificação e coleta de dados	35
<b>4. RESULTADOS</b>	40
4.1 Globo News	43
4.2 Jovem Pan News	47
4.3 CNN Brasil	49
<b>5. CONCLUSÃO</b>	53
5.1. Globo News	53
5.2. Jovem Pan News	55
5.3. CNN Brasil	57
<b>REFERÊNCIAS</b>	59
<b>GLOSSÁRIO</b>	63

## 1 INTRODUÇÃO

A linguagem é parte essencial no jornalismo, até porque é a forma de simbolismo mais direta que o ser humano pode usar para se comunicar. Ela se desenvolve a cada dia, tornando o ato de utilizá-la cada vez mais complexo. Se, no cotidiano de cada um, a escolha linguística pode divergir e criar sentidos diferentes, no jornalismo essa interpretação deveria ser alvo de ainda mais atenção. O motivo é que, por meio dela, o jornalista pode contribuir para uma construção social da realidade que, a depender do público, pode ser recebida como uma constatação do que é real, como a própria verdade.

Mas a compreensão da linguagem vai além do léxico utilizado. A língua se soma a outras dimensões, culturais e ideológicas, além do contexto em que foi utilizada (FLORENCIO, 2020). A escolha de palavra, imagem, tom e espaço se reflete em como o material jornalístico é compreendido pelo público, principalmente quando se pensa no jornalismo em vídeo, em televisão, em que todos os elementos se misturam. É importante lembrar que “o mundo da imagem é dominado pelas palavras. A foto não é nada sem a legenda que diz o que é preciso ler” (BOURDIEU, 1997). As palavras escolhidas para o texto televisivo do apresentador de um jornal têm o mesmo peso que a imagem selecionada. Ao fazer uma escolha lexical, o jornalista nomeia o que vê, o que sente e o que conclui daquilo. Bourdieu (1997) também diz que nomear algo é criá-lo. Por este motivo, a palavra tem capacidade construtiva, mas, também, destrutiva, e a sua escolha é uma grande responsabilidade do jornalista.

Assim, esta pesquisa busca contribuir para a análise da cobertura das invasões dos Três Poderes, em Brasília, no dia 8 de janeiro de 2023, partindo do contexto em que se deu o evento e observando o tipo de vocabulário empregado pelos canais jornalísticos brasileiros Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil ao classificar os envolvidos. Nesta pesquisa, será utilizada a metodologia da Análise de Conteúdo, baseada no trabalho de Laurence Bardin (1977). A escolha foi motivada pela efetividade da aplicação do método em estudos que objetivam examinar processos comunicativos por meio de descrições objetivas e sistemáticas do conteúdo envolvido. Ao final, será feita a relação entre os resultados da análise e da pesquisa editorial dos veículos.

As etapas da Análise de Conteúdo foram alocadas em diferentes capítulos deste trabalho: a leitura flutuante — ou revisão de literatura relacionado ao objeto da

pesquisa, proposta por Bardin (1977), está no segundo capítulo, referente ao referencial teórico; já a elaboração de hipóteses e objetivos está no primeiro capítulo, como parte da introdução da pesquisa. O restante da análise está nos itens referentes à metodologia e aos resultados.

## **1.1 Contextualização**

No dia 8 de janeiro de 2023, pessoas com roupas e faixas declarando apoio ao ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), um dos principais símbolos da direita brasileira a partir de 2018 — quando foi eleito para o posto de chefe de estado após 14 anos de governança por um partido de esquerda —, iniciaram uma caminhada em direção à Esplanada dos Ministérios, centro do governo federal brasileiro. O grupo pedia a saída do recém-eleito presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) — que marcou o retorno da esquerda ao poder executivo —, além de outras pautas, como “intervenção militar” e “intervenção federal”, recontagem de votos e realização de nova eleição — com alegações de que houve fraude nas eleições de 2022. Boa parte desse grupo, que depois participou da invasão aos Três Poderes, estava em um acampamento irregular em frente à base administrativa do Quartel-General do Exército em Brasília. Após os atos de 8 de janeiro, e de 63 dias de acampamento, todas as pessoas no local foram retiradas e as estruturas foram desmontadas. Outra parte dos envolvidos na invasão chegaram à capital federal por meio de 80 ônibus, que vieram de diversos estados brasileiros em direção ao acampamento. O objetivo, segundo mobilização nas redes sociais, era realizar um grande ato no primeiro domingo após a posse do presidente Lula. Por conta das movimentações, o governo do Distrito Federal chegou a fechar a Esplanada dos Ministérios e reforçar a segurança no local.

Por volta das 13h do dia 8 de janeiro, o grupo iniciou uma marcha do acampamento em direção ao centro do governo em Brasília. Jornais registram que a barreira policial na entrada da esplanada foi ultrapassada pouco antes das 15h e, 10 minutos depois, os envolvidos chegaram ao Congresso Nacional e a Câmara dos Deputados e o Senado Federal foram depredados. É a partir das 15h40 que os jornais conseguiram imagens mais nítidas e foram capazes de confirmar o que acontecia no local. Os criminosos iniciaram a invasão e destruição do Palácio do Planalto, sede do Executivo, às 15h50. Pouco mais de 5 minutos depois, o Supremo Tribunal Federal também começou a ser invadido e depredado. Além do dano ao patrimônio material

das sedes dos Três Poderes, houve agressão a profissionais de segurança e de imprensa no local, além da destruição de veículos policiais. Por cerca de duas horas, profissionais de segurança dos edifícios, a Polícia Legislativa, a Polícia Militar do Distrito Federal e a Força Nacional tentaram conter os envolvidos nos atos, mas sem sucesso.

É neste momento que as movimentações no Judiciário, Executivo e Legislativo se iniciaram, em busca da interrupção do crime e do reconhecimento dos responsáveis. Às 17h, o governador do Distrito Federal, Ibaneis Rocha, demitiu o então secretário de Segurança Pública, Anderson Torres, que tinha acabado de entrar no cargo — após ser ministro da Justiça de Bolsonaro — e estava de férias nos Estados Unidos. Todo esse desenrolar foi noticiado pelos canais que cobriam ao vivo os atos. Às 17h50, o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, realizou coletiva de imprensa em outro estado, onde cumpria agenda oficial, e decretou intervenção federal na segurança do Distrito Federal para conter as invasões. Cerca de 20 minutos depois, o governo do DF convocou todos os policiais da capital federal para atuar no ocorrido. A partir deste momento, a cobertura dos jornais passou a noticiar as atuações das forças de segurança e os desdobramentos dos crimes cometidos e do decreto de intervenção. Por volta das 18h20, começaram a ser realizadas as prisões de quem participou no ato. No dia seguinte, também foram detidos os que estavam no acampamento em frente ao Quartel-General do Exército. No total, 2.151 pessoas que participaram dos atos ou do acampamento foram presas.

Nos dias seguintes, pessoas em postos de liderança na capital foram exoneradas. O governador do Distrito Federal foi afastado e o ex-secretário de Segurança Pública, que tinha sido demitido, foi preso. Um mês após os atos, os Poderes chegaram à conclusão de que o prejuízo chegou a R\$ 21 milhões. Mais de seis meses depois do ocorrido, a Justiça continuou deflagrando operações para prender envolvidos na organização e no financiamento da invasão do 8 de janeiro, e trabalhando em inquéritos que investigam culpabilidade de políticos, servidores e influenciadores. As consequências foram e continuam acontecendo em diversos âmbitos da sociedade. Nesta pesquisa, foca-se no lado jornalístico. Nas discussões acerca do assunto, um dos pontos criticados é a nomeação (ou a tipificação) dos que cometeram o crime naquele dia. Desde “manifestantes” e “bolsonaristas”, até “golpistas” e “terroristas”.

Em uma observação cotidiana, notou-se que alguns veículos foram firmes em uma só definição, outros mudaram as escolhas com o desenrolar do crime, e outros não seguiram padrão algum. Desta forma, o debate acerca das escolhas lexicais dos principais jornais instigou esta pesquisa. Dado o contexto apresentado, vale destacar o motivo pelo qual o intervalo entre 15h40 e 17h40 foi escolhido para a análise deste trabalho. Por ser um período anterior à coletiva do presidente Lula, ele conta com maior destaque aos envolvidos que estavam no local da invasão, de forma mais descritiva, e foi escolhido para a análise porque também acompanha as mudanças das escolhas lexicais dos jornais, que se atualizavam ao passo que os crimes passaram a ocorrer em outros espaços.

Há também o contexto da data em que os atos ocorreram, que vale ser explicado. O dia 8 de janeiro de 2023 foi o segundo domingo do ano e muitas pessoas ainda estavam de recesso ou férias. Assim, não havia muitos funcionários dos órgãos públicos e legislativos na Esplanada dos Ministérios no dia das invasões. A data também implicou na cobertura jornalística, visto que os canais provavelmente estavam com equipe menor, numa escala de final de semana, porque não estava previsto um acontecimento de tamanha magnitude.

## **1.2 Hipótese e objetivos**

A apresentação da hipótese desta pesquisa leva em conta uma revisão teórico-metodológica inicial. Bardin (2016) argumenta que a suposição com base na intuição do pesquisador nem sempre precisa estar na parte inicial de métodos de análise, entretanto, afirma a autora, os trabalhos costumam ser orientados de forma enganosa por hipóteses implícitas que podem alterar o desenvolvimento da análise. Assim, a hipótese desta pesquisa foi construída no desenrolar da coleta de dados e tem como ponto de partida uma inquietação pessoal acerca dos motivos que levaram os canais jornalísticos brasileiros a escolher os termos utilizados na cobertura da invasão dos Três Poderes para qualificar os envolvidos no crime. Com base no estudo teórico realizado, apresentamos como hipótese a existência de uma relação entre as escolhas lexicais dos jornalistas na cobertura de um crime de grande dimensão política e ideológica e a inclinação editorial e filosófica dos veículos em que trabalham.

O objetivo geral desta pesquisa é fazer uma análise dos veículos selecionados levando em conta as escolhas lexicais de cada um no episódio do 8 de janeiro. Além

disso, dois objetivos específicos foram definidos: apresentar os significados e as diferenças entre os termos, e entender se as escolhas se relacionam com a inclinação editorial dos veículos. O estudo consiste na cobertura jornalística dos atos realizados pelos três canais jornalísticos de TV paga com maior audiência no Brasil no final de 2022, segundo o Kantar Ibope (FELTRIN, 2022): Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil. De forma mais direta, são quatro questionamentos que formam a base do trabalho: Quais foram os termos escolhidos? No que difere o significado deles? Quais são as linhas editoriais dos canais? O que essas palavras nos dizem sobre a inclinação editorial dos veículos?

### 1.3 Justificativa

O tema proposto neste trabalho mostra-se importante, no contexto atual, para trazer base científica à discussão acerca dos termos escolhidos por veículos jornalísticos para categorizar pessoas ou acontecimentos. Este debate tem tomado cada vez mais espaço ao passo que a sociedade tem desenvolvido um olhar mais crítico para os meios de comunicação. Bourdieu (1997) contribui para a formulação desta pesquisa ao dizer que, no jornalismo, nomear é levar à existência.

E as palavras podem causar estragos: islã, islâmico, islamita — o véu é islâmico ou islamita? E se porventura se tratasse simplesmente de um xale, sem mais? Acontece-me ter vontade de retomar cada palavra dos apresentadores que falam muitas vezes levemente, sem ter a menor ideia da dificuldade e da gravidade do que evocam e das responsabilidades em que incorrem ao evocá-las diante de milhares de telespectadores, sem as compreender e sem compreender que não as compreendem. Porque essas palavras fazem coisas, criam fantasias, medos, fobias ou, simplesmente, representações falsas (BOURDIEU, 1997, p.26).

Essa ideia tem relação com a Teoria da Agenda, ou do Agendamento — também conhecida como Agenda Setting. Maxwell McCombs (2009) explica que, segundo a teoria, os assuntos enfatizados nas notícias acabam tornando-se assuntos importantes para o público. Desta forma, os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública, visto que o tópico noticiado “se torna o foco da atenção e do pensamento do público — e, possivelmente, ação”, resultando no “estágio inicial na formação da opinião pública” (MCCOMBS, 2009, p.18). O autor também afirma que a escolha dos objetos utilizados para chamar a atenção do público e a escolha dos atributos descritivos são características de grande poder na teoria do agendamento. Desta forma, entende-se que é possível contribuir, com esta pesquisa, para um melhor

entendimento de como os meios de comunicação podem construir ou influenciar na construção da realidade de quem os consome.

Vale destacar que o objetivo deste trabalho em nada se relaciona a um julgamento dos termos escolhidos pelos jornais. Busca-se entender as linhas editoriais dos veículos e suas escolhas lexicais com o intuito de mostrar que essa atividade não é, e não deve ser, tratada como uma tarefa banal do jornalismo. Numa época marcada pela desinformação, o estudo pode contribuir com a literacia midiática da sociedade, porque as escolhas lexicais têm raízes profundas na sustentação e na maneira como os veículos se apresentam. Afinal, os jornalistas precisam estar conscientes dos sentimentos que certas palavras podem despertar no público para alcançar — não uma completa, mas suficiente — imparcialidade necessária na área.

Outra contribuição desta pesquisa se deve ao próprio fato estudado, que, por ocorrer em 8 de janeiro de 2023, é demasiado recente e ainda não teve sua cobertura analisada. Por ser um importante momento da história da política e do jornalismo brasileiro, é indispensável o seu estudo para os meios acadêmico e profissional. Por fim, pretende-se fornecer um banco de dados para futuras pesquisas.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Neste capítulo, será apresentada a base de teorias e conceitos utilizados no trabalho, tanto para a delimitação do tema, quanto para a interpretação dos resultados. Iniciamos com uma revisão de literatura para localizar o objeto e o contexto do estudo proposto no meio acadêmico. O referencial teórico foi dividido em três assuntos: no primeiro, traçamos o papel da linguagem na comunicação; depois, apresentamos os pressupostos do jornalismo, valores e ideologia; por fim, realizamos um apanhado geral do jornalismo em televisão paga no Brasil, incluindo os veículos que serão estudados (Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil).

### **2.1 Revisão de literatura**

O início de uma análise de conteúdo, para Bardin (2016), é um período de intuições em que o objetivo é sistematizar as ideias do pesquisador. Para isso, foi realizado neste trabalho uma revisão de literatura, que consiste no primeiro contato com o objeto de análise para definição de hipóteses, problemas de pesquisa e corpus — processo que Bardin (2016) chama de leitura flutuante. Assim, na revisão buscou-se saber o possível sobre o fenômeno estudado: as escolhas lexicais de veículos jornalísticos e o que elas dizem. Quando foram pesquisadas produções científicas que se assemelham à ideia deste trabalho, foram encontrados estudos com o foco na área da linguística e da psicologia.

Silva (2022) realizou um trabalho de análise das perspectivas contrastantes em manchetes jornalísticas, com viés linguístico, durante a pandemia da Covid-19. No período, que teve como marco inicial a declaração da Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020, foi evidente a extensão e os impactos das informações divulgadas pela imprensa e o conflito entre perspectivas de diversos veículos. Na monografia, Silva (2022) tem como hipótese que cada jornal constrói a realidade noticiada com influência do seu próprio perfil jornalístico. Para a análise, a autora observa não apenas os significados das palavras das manchetes jornalísticas, mas também o contexto, como o perfil do veículo, as experiências do jornalista e a temática da notícia. Foram analisadas manchetes dos jornais online G1, Folha de S.Paulo, UOL e Jovem Pan no período de 2020 a 2021. Ao final, os resultados de Silva (2022) apontam que os autores reproduzem nas manchetes jornalísticas as perspectivas da empresa, mesmo que inconscientemente.

Também na área da linguística, Florencio (2020) construiu, em sua tese de doutorado, um aparato textual-interativo para o estudo do léxico, além aplicar o sistema a uma análise de editoriais jornalísticos de Recife (PE) sobre as eleições presidenciais de 2018. O objetivo foi mostrar como o léxico das palavras pode indicar a orientação argumentativa dos textos. Na pesquisa, o autor propõe que a escolha lexical também é um objeto de investigação de relevância, pois permite entender os procedimentos por trás das matérias, “[...] já que elementos mais evidentes da interação têm no sistema lexical pistas de contextualização” (FLORENCIO, 2020, p.246). No corpus, ele utilizou uma amostra de 12 editoriais dos veículos Diário de Pernambuco, Folha de Pernambuco e Jornal do Commercio, onde foram investigadas as prováveis motivações para as palavras utilizadas. Os resultados da pesquisa mostraram que, segundo o autor, no jornalismo, as escolhas lexicais revelam a orientação argumentativa do veículo, mesmo que isso não esteja apresentado de forma explícita — ou seja, o léxico pode mostrar os aspectos culturais e ideológicos do autor de um editorial.

Esses foram os dois trabalhos que mais se aproximaram do estudo das escolhas lexicais no jornalismo e sua relação com as linhas editoriais dos veículos, que são o foco desta pesquisa. Na área jornalística, foi encontrada, durante o levantamento, apenas um estudo que se relaciona com o objeto deste trabalho. Em sua dissertação de mestrado, Caprino (1997) analisou o aspecto lexical e o uso dos sinônimos pela imprensa para caracterizar os diferentes estilos de texto de alguns veículos. Foram analisados três jornais de São Paulo com características distintas — O Estado de S. Paulo, Notícias Populares e Jornal da Região — em 1995, comparando matérias que retratavam o mesmo fato ou assunto e as escolhas lexicais. Também foram incluídos na pesquisa os manuais de redação ou de estilo dos veículos. A partir do estudo, Caprino (1997) observou a intensidade do uso dos sinônimos e as características do vocabulário utilizado por cada jornal. A autora chegou à conclusão de que há um estilo jornalístico de escrever que pode ser definido pela escolha vocabular de cada veículo.

As duas primeiras pesquisas apresentadas são focadas nas escolhas lexicais, mas não apresentam a relação com as linhas editoriais dos veículos dentro do campo jornalístico. O terceiro estudo apresentado está no campo jornalístico, mas tem uma análise mais superficial do processo de construção do léxico. Além da parte teórica relacionada ao que esta pesquisa propõe, também buscou-se levantar trabalhos que

compartilham do mesmo contexto desta pesquisa: os ataques aos Três Poderes, em Brasília, no dia 8 de janeiro de 2023. Entretanto, nenhuma produção acadêmica de nível científico foi encontrada — deve-se levar em consideração a data do acontecimento, que se mostra muito recente em relação ao período necessário de produção deste tipo de pesquisa. Por este motivo, também foi realizado um levantamento simples de trabalhos acadêmicos com foco em grandes e fatídicas coberturas como foi a do dia 8 de janeiro. Os estudos encontrados — referentes a processos de impeachments, episódios violentos e de intensa cobertura em tempo real, tanto no Brasil, quanto em outros países — se dividem, basicamente, entre análise de cobertura, de conteúdo e de enquadramento de forma mais generalizada do que a que é proposta nesta pesquisa. Não foi encontrada uma produção com foco nas escolhas lexicais dos jornais em datas como as citadas.

A revisão de literatura proporcionou, portanto, uma identificação das lacunas presentes nos estudos da área, além de mostrar pontos que merecem receber mais atenção. Também foi possível reunir referências metodológicas de utilidade para este trabalho.

## **2.2 Linguagem na comunicação**

Para iniciar o referencial teórico, buscou-se entender o conceito de linguagem, e uma das principais referências da comunidade acadêmica no assunto é o linguista Ferdinand de Saussure. Para ele, a linguagem é composta pela língua e pela fala, sendo a língua uma estrutura prática e sistemática, e a fala, de forma simples, definida como o ato de uso da língua (MARCONDES, 2014, p.296). O semanticista Samuel Ichiey Hayakawa (1972) classifica a linguagem como um fenômeno social indispensável à vida humana, de onde são criadas “suposições inconscientes”, que determinam os efeitos da palavra no ser humano.

As palavras — modo como as emprega e o modo como as recebe quando proferidas pelos outros — plasmam, em larga medida, as suas crenças, preconceitos, ideais e aspirações. Constituem, em suma, a atmosfera moral e intelectual na qual ele vive; constituem, em suma, seu ambiente semântico. (HAYAKAWA, 1972, p.12).

Em Dicionário da Comunicação, Ciro Marcondes Filho (2014) explica que algumas vertentes da linguística acreditam que não é possível estudar o assunto sem levar em conta de que se trata de “uma apropriação do falante em determinada situação” e, desta forma, a intenção do sujeito e o contexto social que se encontra

necessita ser parte do pensamento linguístico. Segundo o autor, o principal ensinamento da linguística é o fato de que a linguagem não é transparente e que as características contextuais da língua utilizada estão presentes na própria linguagem, mesmo que de forma discreta (MARCONDES, 2014, p.297). Logo, a palavra carrega, além do significado, um simbolismo. Hayakawa (1972) explica que a linguagem é a mais desenvolvida, sutil e complicada das formas de simbolismo, e defende que os seres humanos necessitam estar “cientificamente conscientes do poder e das limitações dos símbolos, especialmente das palavras” para que uma eventual confusão da interpretação não leve ao perigo na sociedade (HAYAKAWA, 1972, p.21).

A palavra é reconhecida, no campo linguístico, como o modo de aplicação das unidades lexicais. Apesar do conceito de léxico variar de acordo com a teoria adotada, de forma simples define-se o léxico como o “modo clássico de conjunto das palavras de uma língua”, que pode variar de acordo com o tempo, o espaço e o registro (KRIEGER, 2006, p.159). Já Biderman (1998) entende o léxico como representações de símbolos mentais em palavras, que passa por alguns processos de cognição da realidade e de categorização da experiência dos indivíduos. A autora diz que o léxico “constitui uma forma de registrar o conhecimento do universo. Ao dar nomes aos referentes, o homem os classifica simultaneamente” (BIDERMAN, 1998, p.91). Desta forma, entende-se que todos nós possuímos um léxico próprio — como se fosse um dicionário — que é construído pela dinâmica pessoal das relações da língua com a cultura e com a ideologia. Logo, a escolha lexical seria a seleção de uma palavra dentre um vocabulário próprio que objetiva, além do seu significado, passar uma mensagem com a simbologia de quem a pronuncia ou escreve. Fiorin (2001) constata que a linguagem tem autonomia em relação às formações da sociedade, mas, ao mesmo tempo, é determinada por construções ideológicas.

No jornalismo televisivo, Bourdieu (1997) afirma que até a imagem é dominada por palavras, e que uma foto ou um vídeo nada é sem uma legenda que diz ao receptor o que é preciso ler daquilo. Isso demonstra que uma escolha lexical no jornalismo em geral tem função de nomear algo, que, segundo o autor, “é fazer ver, é criar, levar à existência” aquilo que foi citado (BOURDIEU, 1997, p.26). Assim, as escolhas lexicais também podem causar estragos devido ao poder que evocam ao serem utilizadas em meios de comunicação, onde são capazes de afetar a construção social da realidade do receptor. Essa é uma preocupação que Bourdieu (1997) compartilha com Hayakawa (1972). O filósofo francês alerta quanto ao perigo de não estar consciente

da carga simbólica da linguagem. Desta forma, para Bourdieu (1997), o ato da narração jornalística é tão influente que pode exercer efeitos sociais de mobilização ou desmobilização na sociedade.

E, insensivelmente, a televisão que se pretende um instrumento de registro torna-se um instrumento de criação de realidade. Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política (BOURDIEU, 1997, p.29).

É tamanho o impacto que uma escolha lexical pode ter no jornalismo, e principalmente na televisão, que profissionais e acadêmicos buscam até hoje definir quais são de fato as finalidades e os modos adequados de se praticar jornalismo, não só para que a atividade seja exercida com a consciência de um trabalho de serviço público, mas também como parte de um grande mercado comercial, político, social e econômico.

### **2.3 Os pressupostos do jornalismo, valores e ideologia**

São várias definições diferentes no meio teórico e acadêmico do que se trata o trabalho de um jornalista. Ao introduzir os elementos do jornalismo, Kovach e Rosenstiel (2021) afirmam que o cerne da imprensa, a notícia, satisfaz um impulso básico do ser humano: “Notícia é como nós aprendemos sobre o mundo além da nossa experiência direta” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2021, p.13, tradução nossa). Hohenberg (1962, apud GENRO FILHO, 1987, p.39-52) diz que é impossível conceituar a notícia porque seu significado diverge a cada veículo, mas cita as características de precisão, interesse, atualidade e explicação. Marcondes (2014), por sua vez, caracteriza a notícia como resultado da transformação de um fato pessoal ou social em algo de interesse público. De forma assertiva, afirma:

Por ser um componente imaterial com capacidade e certa dose de efeitos que podem impactar a opinião pública, ela jamais é neutra, imparcial e objetiva; ao contrário, ela entra na disputa política, econômica ou ideológica maior, sendo um de seus componentes mais importantes (MARCONDES, 2014, p.360)

As características que Marcondes (2014) descarta têm relação com alguns dos deveres da imprensa considerados por Bond (1978, apud GENRO FILHO, 1987, p.39-52): independência, imparcialidade, exatidão, honradez, responsabilidade e decência. Genro Filho (1987), em seu trabalho sobre a teoria marxista do jornalismo, critica cada um dos deveres citados, classificando como “óbvios” e como reproduções da visão

capitalista, assim como as características apresentadas anteriormente por Hohenberg:

Embora o jornalismo expresse e reproduza a visão burguesa do mundo, ele possui características próprias enquanto forma de conhecimento social e ultrapassa, por sua potencialidade histórica concretamente colocada, a mera funcionalidade ao sistema capitalista (GENRO FILHO, 1987, p.39-52).

Para Kovach e Rosenstiel (2021), a obrigação com a verdade é o principal elemento do jornalismo — não no sentido absoluto ou filosófico, mas sim no operacional. Cardet (1980, apud GENRO FILHO, 1987, p.137-152) também afirma que a principal condição do jornalismo é a veracidade dos dados. Porém, tanto Kovach e Rosenstiel (2021) quanto Genro Filho (1987) acreditam que o assunto é muito mais complexo devido à falta de entendimento entre a população acerca do que é, de fato, verdade. Para Kovach e Rosenstiel (2021), o jornalismo deve ir atrás da veracidade dos fatos, mas para fazer isso e comunicar algo que o público acredite ser verdade é necessário estabelecer uma lealdade com o cidadão. Essa lealdade está relacionada ao comprometimento com o público que um veículo deve ter. Vale destacar que Kovach e Rosenstiel (2021) entendem como uma das formas de garantir essa lealdade<sup>1</sup> a necessidade de apresentar as normas editoriais da empresa jornalística de forma clara, tanto para a equipe interna, quanto para o público externo. É nesse contexto que os autores também apresentam a “disciplina da verificação” como a essência do jornalismo, pois é através da transparência do método e dos hábitos praticados para apurar e confirmar as informações que o jornalismo é capaz de comprovar ao público a veracidade dos fatos (KOVACH; ROSENSTIEL, 2021, p.127-129, tradução nossa).

Sem a correta comunicação desse fazer jornalístico, o conceito de verdade é bastante confundido com a objetividade em redações. E, na teoria do jornalismo, a objetividade e a imparcialidade são tópicos das mais extensas discussões. A intenção da objetividade no jornalismo vem da ciência, que também tem embates acerca do assunto. Segundo a epistemologia, a objetividade é a forma pela qual conseguimos atestar a validade de um conhecimento científico. Comparado ao conceito de verdade, Marcondes (2014) posiciona a objetividade acerca de um índice de confiança que, no

---

<sup>1</sup> São cinco objetivos para que uma empresa jornalística mantenha o compromisso com o público: a) o dono tem que acreditar na ideia de que o cidadão vem em primeiro lugar no jornalismo, b) assim como gerentes e diretores da empresa jornalística, c) os jornalistas devem ter a palavra final acerca das notícias que são veiculadas, d) as normas editoriais devem ser claras para os funcionários internos e) e para o público externo (KOVACH; ROSENSTIEL, 2021, p.121-124, tradução nossa).

jornalismo, está ligado a um panorama imparcial, política ou ideologicamente falando, de uma notícia.

De um ponto de vista eminentemente técnico, a objetividade seria possível através do estrito cumprimento das regras do texto jornalístico (texto substantivado, técnica da “pirâmide invertida” etc.) e, ao mesmo tempo, pela rígida observância da postura ética. Do ponto de vista crítico, o ideal da objetividade surge num momento histórico do capitalismo, quando o conhecimento transforma-se em mercadoria, isto é, em informação. Assim como na troca mercantil do dia a dia, em que a subjetividade do vendedor não interessa ao comprador, da mesma maneira para o leitor não interessaria a subjetividade do redator, mas apenas a notícia (o produto vendido). (MARCONDES, 2014, p. 365)

Entretanto, Hayakawa (1972) afirma que a completa imparcialidade é difícil de atingir quando utilizamos a linguagem impessoal da ciência; e se torna impossível de alcançar se a linguagem em questão for a que estamos acostumados a usar no cotidiano. No entanto, o autor defende que é possível atingir suficiente imparcialidade, para fins práticos, se as pessoas estiverem conscientes dos sentimentos que a linguagem pode despertar, pois essa consciência possibilita o equilíbrio entre os julgamentos do ser humano. Já Genro Filho (1987) acredita que os fatos jornalísticos não têm natureza objetiva porque pertencem à dimensão histórico-social e, nessa dimensão, há uma margem de significado muito grande para a interpretação de cada indivíduo. Desta forma, argumenta o autor, é inevitável a relação com a ideologia e os valores de um indivíduo na composição de um fato jornalístico, por mais primário que ele seja:

Mesmo nos fatos mais simples como num acidente de trânsito em que não há parentes ou amigos envolvidos, conforme o exemplo citado por Rossi, o relato exige uma forma de conhecimento que, em alguma medida, implica a revelação de sua essência. Ou seja, do significado que emana das suas relações com a totalidade do complexo econômico, social e político onde está situado. Para evitar mal-entendidos, vale prevenir que não se trata de propor que o jornalista faça um ensaio sociológico para noticiar um atropelamento. O que estamos afirmando é que existem diferentes formas, igualmente jornalísticas, de se tratar assuntos dessa natureza, desde a coleta dos dados, o enfoque a ser escolhido até a linguagem e a edição, e que tais formas não são inocentes ou neutras em termos político-ideológicos (GENRO FILHO, 1987, p.39-52).

Bakhtin (2006) afirma que, na linguagem, de forma crua, “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo”, comparando ao signo, como o que citamos no tópico anterior sobre a carga de significado presente no léxico. Segundo Marcondes (2014), a ideologia surgiu como um estudo das ideias, com o entendimento de que cada ideia tem sua própria vida, mas foi Karl Marx que trouxe a crítica ao conceito, afirmando que as ideias são, na verdade, uma mediação da atividade humana que difere a cada contexto histórico-social. Mais tarde, quando

o marxismo perdeu seu criticismo, a ideologia passou a ser afirmada positivamente por movimentos políticos, mas, ao mesmo tempo, o avanço das ideias tecnocráticas — que creem que um governo de pessoas técnicas em cada área específica poderia superar o poder político — levou o termo a se tornar algo pejorativo para diversos setores da sociedade (MARCONDES, 2014, p.238). Desta forma, o conceito crítico de ideologia se tornou negativo e entendido, na maioria das vezes, como algo com que a propaganda e os meios de comunicação podem persuadir as pessoas. Nas redações, segundo Gans (2004), os jornalistas identificam ideologia como um conjunto de valores políticos que beiram o extremismo político — como na extrema direita e extrema esquerda, mas não no liberalismo, conservadorismo ou centrismo. Entretanto, Gans (2004) afirma que essa definição de ideologia utilizada por muitos jornalistas serve, intencionalmente ou não, para ofuscar o fato de que eles também são seres ideológicos, mesmo que não estejam conscientes de seus valores. Assim, na tentativa de resgatar o conceito crítico e desconectado do pejorativo, entende-se como ideologia, neste trabalho, um conjunto de ideias e crenças inerentes a cada sujeito e a cada língua que têm como base a experiência e o contexto histórico-social em que se encontra.

Em um estudo sobre a seleção de notícias em veículos nos Estados Unidos, Gans (2004) afirma que, em consequência da tentativa de fugir do conceito negativo de ideologia, jornalistas praticam a exclusão de valores de forma consciente nas suas produções. Entretanto, essa eliminação acaba sendo acompanhada da inclusão de valores, visto que o trabalho jornalístico continua por abranger a seleção de histórias e as opiniões expressas em matérias específicas. Logo, ao tentarem alcançar a objetividade, acabam envolvendo os próprios valores no trabalho, ou seja, a subjetividade. Kovach e Rosenstiel (2021) defendem que o conceito original da objetividade no jornalismo tinha como foco a criação de um método de verificação para que “preconceitos pessoais e culturais” não prejudicassem a precisão de um jornalista. Os autores afirmam, entretanto, que a objetividade não é a completa ausência do ponto de vista no jornalismo:

Com esse entendimento original de objetividade, a neutralidade não é um princípio fundamental do jornalismo. É apenas uma voz, ou dispositivo, para persuadir o público da precisão ou da justiça do texto. Tampouco objetividade significa neutralidade ou a noção, obviamente falsa, de que as pessoas podem aniquilar ou negar que tenham experiências, sentimentos ou crenças pessoais. Ao contrário, essa noção original e mais sofisticada define a objetividade como um método de investigação passível de observação e disciplina, que pode ser aprendido e replicado para que a notícia se torne

mais precisa e verdadeira (KOVACH; ROSENSTIEL, 2021, p.134-135, tradução nossa).

Na prática das redações, Gans (2004) percebeu que a tentativa dos jornalistas de ser objetivos é fortalecida pela “necessidade de proteger a credibilidade jornalística”, visto que eles podem ser criticados e desacreditados se suas matérias não forem vistas como imparciais e, caso essa deslegitimação aumente entre o público, o veículo é passível de perda de espaço e, conseqüentemente, de dinheiro (GANS, 2004, p.186). Desta forma, a objetividade também é tratada como uma questão financeira e comercial das empresas jornalísticas. Segundo o autor, a televisão não assume posições de forma explícita em sua programação, mas expressa isso por meio de opiniões, que às vezes podem ocorrer de forma inconsciente.

Quando os jornalistas descrevem os participantes de protestos civis como “integrantes de quadrilha” ou “matilha”<sup>2</sup>, quando relatam severamente um aumento no custo de vida, ou quando descrevem o comportamento adolescente em tom sarcástico, eles estão expressando opiniões, mas não sabem que estão fazendo isso. Essas opiniões são compartilhadas por jornalistas suficientes para que sejam tomadas como verdade; somente quando se tornam polêmicas é que os jornalistas percebem que são opiniões, que depois podem ser abandonadas, moderadas ou transformadas em declarações de posicionamento (GANS, 2004, p.199, tradução nossa).

Bourdieu (1997) também diz, que a lógica da concorrência na área jornalística é um dos mecanismos mais importantes na imposição de restrições aos veículos. Desta forma, a construção de linhas editoriais propostas por uma empresa jornalística vai além de definir os elementos textuais e éticos do jornalismo, mas também procura garantir que os produtos apresentados sejam blindados.

## 2.4 A televisão no Brasil

A história da televisão no Brasil está muito ligada ao contexto sócio-político e isso se mostra na categorização que Mattos (1990) apresenta acerca das etapas da expansão televisiva no país. A primeira emissora foi a TV Tupi Difusora de São Paulo, que depois integrou a Rede Tupi. Esse primeiro momento é considerado a fase elitista, visto que, após a estreia da televisão brasileira, em 1950, o aparelho era extremamente caro e a rede só alcançava alguns estados do país — Rio de Janeiro,

---

<sup>2</sup> No texto original, os termos usados de exemplo são “mobs” e “hordes”. A palavra “mob”, segundo o dicionário inglês Cambridge, significa uma multidão de pessoas nervosas que poderiam agir de forma violenta. No dicionário Webster’s, o significado relaciona a multidão, chusma ou quadrilha de criminosos. Já “horde” é definido como um grande grupo de pessoas assustadoras, segundo Cambridge, e, no Webster’s, a tradução direta é matilha.

São Paulo, Paraná, Minas Gerais e Pernambuco (BRITTOS, 1999a, p.13). Desta forma, a televisão só se popularizou nos anos 60, quando se iniciou a fase populista e a telenovela ganhou espaço na programação. Foi nesta época que o regime militar — que começou de fato em 1964 com o golpe das Forças Armadas brasileiras — impactou o funcionamento da televisão pelo controle de distribuição de verbas publicitárias, da outorga de concessões para funcionamento das emissoras e da censura, que foi agravada pelo Ato Institucional nº5, de 1968. Também durante esta fase, o conglomerado dos Diários e Emissoras Associados, que criou a TV Tupi, surgido como um empreendimento privado e em forma de condomínio, perdeu considerável espaço para a TV Globo — que apareceu em 1965 com respaldo financeiro e técnico do grupo americano Time/Life, segundo Mattos (1990). Esse período foi marcado pela “norteamericanização da televisão, ganhando relevância o Estado e sua Ideologia de Segurança Nacional” (BRITTOS, 1999a, p.15).

A terceira fase da televisão brasileira foi a do desenvolvimento tecnológico, que começou em 1975 com a gradual perda de hegemonia dos militares. A televisão então passou a ser um meio de massas e de intenções comerciais e, diante do apoio recebido pelo governo com acordos e créditos, a programação começou a ser nacionalizada. No final dessa fase, outras três redes comerciais em escala nacional se tornaram concorrentes da Globo: SBT, Manchete e Bandeirantes. Além disso, a Record e a rede estatal Educativa cresciam no âmbito regional. Por conta das mudanças na política brasileira, se iniciou em 1985 a fase da transição e da expansão internacional, marcada pela Constituição de 1988, pelo fim da censura e pelas concessões distribuídas em maior quantidade. Essa etapa durou até 1990, mas foi ainda em 1988 que a televisão paga teve início no Brasil — em Presidente Prudente, interior de São Paulo — mesmo sem ter canais exclusivos. Em seguida, os sistemas de televisão por assinatura<sup>3</sup> são implantados de forma decisiva na fase da multiplicidade da oferta, por conta da aceleração da globalização. O período foi caracterizado pelo surgimento de mais canais e produtos e, para Brittos (1999a), isso foi resultado da consolidação de mais emissoras de sinal aberto e das inovações dos canais por assinatura. O objetivo da televisão paga era melhorar a recepção dos

---

<sup>3</sup> Entende-se como televisão por assinatura, ou televisão paga, o mercado que oferece um serviço de televisão no local de residência da pessoa e que tem características únicas. Mais tarde, com o desenvolvimento tecnológico e a popularização de streamings de vídeo, alguns canais passaram a transmitir seu conteúdo também em plataformas gratuitas, fazendo com que veículos de televisão paga não fossem exclusivos a quem assinasse.

brasileiros ao aparelho. Esta fase também foi marcada pelo início da segmentação do consumidor:

As tecnologias de tevê paga e sua pluralidade de canais, bem como, com menos intensidade, o crescimento do número de emissoras/redes de sinal aberto, têm provocado a fragmentação do consumo televisivo. A recepção de televisão por assinatura tende a ser individual ou em grupos de interesse e não-familiares: uma cena que começa a se incorporar ao cenário nacional é a filha reunir-se com amigas para assistir à MTV, o pai ver o ESPN e a mãe, um filme no Telecine, por exemplo. Como grande parte das famílias só dispõe de um ponto de tevê paga, muitas vezes há uma alternância entre a posse do controle remoto (BRITTOS, 1999a, p.24).

A partir deste ponto, Brittos (1999b) apresenta mais três fases do início dos canais pagos no Brasil. Na fase da pulverização (1988-1991), a tendência foi a retransmissão de veículos internacionais, sendo a maioria na própria língua estrangeira e com público muito limitado. O empreendimento no setor que se destacou na época foi o Canal +, que trouxe a ESPN, a CNN internacional, a RAI e a TVM para o Brasil. Pouco tempo depois o Grupo Abril assumiu o controle da empresa. Outra a entrar no mercado da televisão paga nesta fase foi a Globo, com Telecine, GNT, Multishow e Top Sport. O terceiro grupo forte da época era o gaúcho Rede Brasil Sul (RBS). Já na fase da ordenação (1993-1994), o mercado começou a ser estruturado como um oligopólio — sistema de mercado em que poucas, mas grandes empresas dominam um setor com uma concorrência imperfeita, dificultando o crescimento de outras. Nessa época, os grandes grupos começaram a separar suas atuações e fazer grandes movimentações e aquisições. Por exemplo, a Globo se uniu à RBS e à Multicanal para formar a Net Brasil apenas para distribuição e operação dos canais, e à parte, criou a Globosat para cuidar da criação e da programação. Do outro lado, a Abril lançou a HBO Brasil ao unir TVA, Warner Bros, HBO, Sony Pictures e OLE Communications. Nessa curta fase, houve um salto na quantidade de assinantes da televisão paga, passando de 250 mil, em 1993, para 700 mil, em 1994 (BRITTOS, 1999b, p.11). O autor explica que, a partir 1995 e com a popularização, a televisão paga no Brasil entra em sua fase de definição de um oligopólio, já que a união de Globosat, Net Brasil e Sky é responsável por programar e distribuir os principais canais pagos, além de ter a maior quantidade de outorgas. Atrás do conglomerado, está a TVA/DirecTV, do Grupo Abril, que detém uma menor parte do mercado.

Já do ponto de vista normativo, a regulamentação da televisão a cabo foi sancionada em janeiro de 1995, com a Lei nº 8.977, o que trouxe o primeiro estatuto próprio do mercado. Almeida (2009), após estudo econômico, entende que o

estabelecimento da televisão paga no Brasil foi tardio, em comparação a outros países, e não se desenvolveu economicamente como o esperado. Não foram encontrados trabalhos acadêmicos e científicos sobre o mercado da televisão paga no Brasil a partir dos anos 2000 com dados assegurados. Mas Brittos (1999b) já afirmava que a caminhada desta área rumo ao oligopólio foi estruturada e definida a partir do Grupo Globo.

Entrando no negócio no quarto ano de seu funcionamento regular, inicialmente esse conglomerado não possuía uma estratégia de concorrência definitiva, até porque a estrutura produtiva igualmente não se mostrava plenamente clara. Foi a partir da reordenação das estratégias da Globo, participando com empresas específicas (Globosat, Net e depois Sky) nas diferentes fases do processo industrial da televisão por assinatura, adquirindo operações, fazendo associações e criando canais e um line-up diferenciado, que se originou a situação de oligopólio de hoje (BRITTOS, 1999b, p.13-14).

Já o Grupo Abril também adquiriu outorgas, mas constituiu empresas próprias para cada fase (programação, distribuição e operação) e associou-se a mais grupos internacionais do que a Globo. O Grupo Abril, vale destacar, já tinha tradição midiática na área impressa, com jornais e revistas, e criou diferentes produtos exclusivos na televisão paga.

O mercado foi crescendo e, em 2014, o Brasil chegou a ter 19,56 milhões de assinaturas de televisão (ANATEL, 2023). Mas, nos anos seguintes, a quantidade de acesso da população brasileira à televisão paga foi decaindo. Em 2021, o número chegou a ter um leve aumento (de pouco mais de 1 milhão em comparação ao ano anterior), visto que, a partir de julho, a Anatel passou a considerar na conta os usuários que têm equipamento de recepção de sinal pago mas não acessam os canais por assinatura porque não pagam pelo serviço — ou seja, continuam assistindo apenas canais de televisão aberta.

No período em que este trabalho foi realizado, no meio do ano de 2023, a quantidade de acessos de televisão paga era de pouco mais de 13 milhões (ANATEL, 2023). Desse número, 11 milhões são assinaturas padrões, em que as pessoas pagam e assistem os canais por assinatura. Atualmente, existem nove canais de televisão pagos com foco jornalístico no Brasil, sendo apenas cinco com programação nacional e 24 horas de duração por dia (Band News, CNN Brasil, Globo News, Jovem Pan News, Record News) e quatro transmissões de produção internacional (BBC, Bloomberg, CNN Espanhol, CNN Internacional). Dos canais nacionais, Band News, Globo News e Record News advêm de grupos empresariais que inicialmente possuíam veículos em televisão aberta (TV Band, TV Globo e TV Record). A Jovem

Pan News deriva de uma empresa que não tinha experiência anterior com televisão, apenas rádio (Rádio Jovem Pan). Por fim, a empresa detentora da CNN Brasil tem foco apenas jornalístico e não possui canal de entretenimento geral, mas reproduz a marca internacional CNN. Foi dessa marca, a Cable News Network (CNN), nos Estados Unidos, que se originou o modelo de telejornalismo 24 horas por dia. A proposta deste tipo de cobertura surgiu com o empresário Ted Turner que, na década de 1970, possuía negócios na área de comunicação do país, onde a televisão paga já era difundida. Em meio à hegemonia das grandes redes televisivas dos Estados Unidos (ABC, CBS e NBC), em 1980 Ted Turner criou o primeiro canal especializado em notícias que funcionaria 24 horas por dia. A CNN então ganhou notoriedade por conta das grandes coberturas e imagens exclusivas, e o modelo jornalístico logo foi replicado em outros canais que se destacaram, como a Fox News, nos Estados Unidos; a Al Jazeera, no Catar; e a BBC News, na Inglaterra (BOECKEL, 2004, p.20). No Brasil, a Globo News foi a primeira a seguir o modelo. A seguir, será apresentado um histórico dos veículos selecionados como objeto deste trabalho.

#### **2.4.1 Globo News**

Não demorou muito após o surgimento da televisão paga no Brasil para o Grupo Globo embarcar no setor. Em 15 de outubro de 1996, o primeiro canal pago focado em jornalismo e com programação 24 horas por dia no Brasil foi ao ar: a Globo News. A implementação do novo canal foi liderada pelo então vice-presidente-executivo da Rede Globo, Roberto Irineu Marinho, que contou com o apoio de nomes como José Bonifácio de Oliveira Sobrinho — conhecido como Boni —, Evandro Carlos de Andrade, Marluce Dias, Alice-Maria e Letícia Muhana. Em sua monografia sobre a criação da Globo News, Boeckel (2004) afirma que a chegada do canal no contexto jornalístico brasileiro abriu um nicho de mercado não explorado no país, assim a empresa precisou testar diversos formatos de programação até chegar no modelo atual.

Assim como a CNN, a GloboNews contou com certas dificuldades para produzir noticiários 24 horas por dia. A ideia inicial era montar telejornais que eram atualizados com as matérias do jornalismo da TV Globo. Porém, como a diferença de horário entre um telejornal e outro é grande, os noticiários do canal ficavam desatualizados. Este problema durou os primeiros dois anos. Desta forma, a necessidade de haver uma produção própria nos telejornais se tornou evidente. Os investimentos nos telejornais passaram a ser nos três assuntos que mais interessavam os assinantes do canal: política, economia

e internacional. A GloboNews começava a ganhar identidade própria (BOECKEL, 2004, p.37).

A jornalista Vera Íris Paternostro (2012) participou da criação da Globo News e, em seu livro sobre o canal — Globo News: o primeiro canal de jornalismo do Brasil, 10 anos, 24 horas no ar —, faz uma comparação do veículo com a CNN, afirmando que a Globo News também provocou uma revolução no jornalismo. O canal criado nos Estados Unidos foi então o modelo-referência para a criação da Globo News. A autora ainda explica que por conta da programação de 24 horas, os produtos do canal seguiam uma “ética rígida: buscar a isenção e a imparcialidade e ser sempre plural” (PATERNOSTRO, 2012, p.9). Boeckel (2004) afirma que o modelo narrativo dos telejornais da Globo News é descritivo e indireto, ou seja, o jornalista mantém distância do fato que está sendo noticiado e tem um tom de observador. Para a autora, é perceptível a influência do modelo original da CNN na programação da Globo News, entretanto, a produção focada na realidade e na visão brasileira faz com que o veículo “apesar de ainda beber muito da fonte do modelo que o canal norte-americano criou, tenha uma identidade própria” (BOECKEL, 2004, p.43).

Em 2011, foi lançado um documento denominado de Princípios Editoriais do Grupo Globo, assinado pelos integrantes da família Marinho, que comanda a empresa. O texto esclarece para funcionários e para o público os princípios e valores que regem o jornalismo praticado nos veículos do grupo, com o objetivo de construir uma sociedade democrática. Como a Globo News faz parte dos veículos da empresa, também está sujeita ao documento. Portanto, ele é utilizado neste trabalho para compor as conclusões do estudo. O texto está disponível na internet com fácil acesso. Na carta inicial dos acionistas, que faz parte do documento, o Grupo Globo afirma o objetivo da divulgação dos princípios editoriais objetiva facilitar o “julgamento do público sobre o trabalho dos veículos”, o que permite que os telespectadores possam verificar se a prática jornalística do canal é condizente com a crença” (GLOBO, 2021a).

O texto contém um preâmbulo em que o Grupo Globo (2021a) descreve a definição de jornalismo que adota: um conjunto de atividades que seguem regras e princípios e resultam no conhecimento sobre fatos e pessoas, ou seja, uma forma de “apreensão da realidade”. A empresa compartilha da problematização sobre o significado do que é a verdade de fato, apresentada no início deste capítulo, e afirma

que, se a objetividade total não é possível de ser alcançada, o jornalista pode usar técnicas que diminuam o subjetivismo, de forma que seja aceitável.

É para contornar essa simplificação em torno da “verdade” que se opta aqui por definir o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela história. Quando uma crise política eclode, por exemplo, o entendimento que se tem dela é superficial, mas ele vai se adensando ao longo do tempo, com fatos que vão sendo descobertos, investigações que vão sendo feitas, personagens que resolvem falar. A crise só será mais bem entendida, porém, e jamais totalmente, anos depois, quando trabalhada por historiadores, com o estudo de documentos inacessíveis no momento em que ela surgiu. Dizer, portanto, que o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos, mas traduz com mais humildade o caráter da atividade. E evita confusões (GLOBO, 2021a).

Os princípios editoriais do Grupo Globo estão divididos em três seções. Na primeira, são apresentados os atributos de qualidade da informação, seguidos pela empresa: isenção, correção e agilidade. Para isenção, o documento apresenta 26 princípios a serem seguidos para atingir um grau satisfatório. Para correção, são mais 14 preceitos e, para agilidade, apenas sete. Dentro do tópico da isenção, o 25º princípio fala especificamente do tratamento dos jornais acerca de uma pessoa criminosa:

Uma reportagem pode legitimamente apresentar uma pessoa como suspeita de crime ou irregularidade quando a suspeição partir oficialmente de alguma autoridade pública e estiver registrada em documento ou entrevista. O anúncio oficial de que alguém é suspeito de crime ou irregularidade é um fato, que pode ser registrado dependendo de sua relevância para a sociedade. Ao jornalista, cabe informar sobre o estágio em que se encontram as investigações, devendo sempre cobrar os indícios que levaram a autoridade a sustentar suas suposições, publicando-os, acompanhados da versão da pessoa acusada, se ela se dispuser a falar. Se a autoridade errar e culpar um inocente, o fato deve ser publicado com o mesmo destaque, e a polícia deve ser cobrada por seus erros (GLOBO, 2021a).

Na segunda seção, o Grupo Globo traz regras de como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas, do veículo para o qual trabalha e das redes sociais. Já na terceira seção, são apresentados os valores, cuja defesa, segundo o Grupo Globo, é um imperativo do jornalismo, e que sem eles a sociedade não consegue se desenvolver de forma plena: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza.

Para os propósitos deste documento, não cabe defender a importância de cada um desses valores; ela é evidente por si só. O que se quer é frisar que todas as ações que possam ameaçá-los devem merecer atenção especial, devem ter uma cobertura capaz de jogar luz sobre elas. Não haverá, contudo, apriorismos. Essas ações devem ser retratadas com espírito isento e

pluralista, acolhendo-se amplamente o contraditório, de acordo com os princípios aqui descritos, de modo a que o público possa concluir se há ou não riscos e como se posicionar diante deles (GLOBO, 2021a).

Quatro anos depois, em 2015, o grupo empresarial criou o Código de Ética e Conduta — ampliando o que foi apresentado no documento dos princípios editoriais — com diretrizes e normas que objetivam orientar o comportamento dos funcionários em “atividades internas e na relação com agentes públicos e com terceiros” (GLOBO, 2021b).

#### 2.4.2 Jovem Pan News

Apesar dos mais de 80 anos de existência, o grupo de comunicação Jovem Pan só chegou ao mercado da televisão paga recentemente. A estação de rádio foi criada em 1942 e a emissora televisiva existiu entre 1991 e 1995. Já a Jovem Pan News foi fundada apenas em 2021 e é o canal focado em jornalismo com programação de 24 horas mais novo no Brasil. Apesar de entrar na categoria de televisão paga, o veículo também permite acesso à programação de forma gratuita e ao vivo por meio do YouTube<sup>4</sup>. A origem da marca, em rádio, começou na cidade de São Paulo e teve alto destaque no cotidiano brasileiro, chegando a ser a rede de rádio mais ouvida no Brasil em 2016. O Grupo Jovem Pan, comandado pela família Machado de Carvalho, decidiu então criar o canal de televisão paga com programação baseada na rede de rádio. Em entrevista pouco tempo depois do lançamento da Jovem Pan News, o presidente do grupo empresarial, Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho — conhecido como Tutinha — afirmou que o jornalismo opinativo seria o foco do veículo:

O que vai ser o nosso diferencial é que vamos basear nosso jornalismo em muita opinião. Eu gosto de colocar um comentarista de centro-esquerda com um outro de centro-direita e deixar o debate acontecer. O ouvinte, o espectador, é que tire as suas conclusões. A maioria dos nossos programas vai ser assim (CARVALHO FILHO, 2021).

Por ter um lançamento muito recente, a Jovem Pan News ainda não consta como objeto de pesquisa em trabalhos científicos disponíveis na internet, o que se constatou após uma busca ampliada. Desta forma, optou-se por tentar compreender melhor o modelo jornalístico do canal por meio de análises em torno de outros veículos do grupo empresarial. Bertoncello (2019) afirma que a rádio Jovem Pan de São Paulo se tornou um exemplo para as rádios concorrentes pelo seu formato. O veículo “revolucionou a radiodifusão brasileira ao optar por um jornalismo atuante e

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@jovempnews>

participativo” e foi a prestação de serviços que resultou no ganho de notoriedade e credibilidade do público (BERTONCELLO, 2019, p.81). Um exemplo disso é o Manual de Radiojornalismo Jovem Pan (MRJP), que foi lançado em 1993, mas já deixou de circular. Entretanto, a obra continua sendo foco de estudos que envolvem o grupo e serve de guia para outras rádios menores.

No tocante ao que foi apresentado pelo MRJP é mínimo entender que, no bojo dos procedimentos metodológicos por ele expostos, existem elementos ideológicos e discursivos provenientes da cultura organizacional presente na Jovem Pan à época da publicação. Porventura não há, em momento algum da obra, explicitação de que algo sobre ideologia e discurso será versado de forma abrangente ou crítica, já que a configuração adotada está na salvaguarda do conceito de “manual” ou “guia” de trabalho para o jornalista radiofônico que atua – ou pretende atuar – na citada emissora (GALVÃO JUNIOR, 2012, p.10)

Vale destacar, por conta do acontecimento em que este trabalho é construído, que o Grupo Jovem Pan foi alvo de um inquérito civil do Ministério Público Federal (MPF) para apurar a conduta dos veículos da empresa ao disseminar “conteúdos desinformativos a respeito do funcionamento das instituições brasileiras e com potencial para incitar atos antidemocráticos” (MPF, 2023). O foco da investigação é decorrente dos atos criminosos contra as sedes dos Três Poderes no dia 8 de janeiro de 2023. Na ação, o MPF afirma que comentaristas da Jovem Pan News “minimizaram o teor de ruptura institucional” dos crimes e tentaram justificá-los (MPF, 2023). O documento também pede a cassação das concessões de rádio e televisão da empresa. No dia seguinte à intimação, o presidente do grupo renunciou ao cargo, mas continua até o momento como o maior acionista. Alguns comentaristas também foram afastados da emissora. Até a redação final deste trabalho, o inquérito do MPF não resultou em desdobramentos e continua em aberto.

### **2.4.3 CNN Brasil**

Apesar de não ter amplo histórico no país, a CNN Brasil já foi construída com o peso da marca internacional, em 2020. O veículo brasileiro pertence à Novus Mídia, criada pelo co-fundador da MRV Engenharia Rubens Menin e pelo ex-diretor de jornalismo da RecordTV Douglas Tavolaro, que, pouco depois, vendeu sua participação para a família Menin. Além de fazer parte da televisão paga, o canal transmite sua programação ao vivo no YouTube<sup>5</sup>. Por conta da recente criação do

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@CNNbrasil>

veículo, não foi possível encontrar trabalhos científicos sobre ele e optou-se por apresentar informações da marca repercutida: a CNN original. Apesar do nome, a CNN Brasil opera com licenciamento de marca da CNN nos Estados Unidos, mas não conta com a mesma produção ou chefia. Entretanto, a popularização e a credibilidade da marca CNN de forma geral ainda tomam mais espaço na repercussão do novo canal. Segundo Aronchi de Souza (2004), a CNN tem um dos papéis mais importantes na mídia na era da globalização.

Essa é a análise final sobre o papel da maior rede de TV de notícias 24 horas do mundo. Seu surgimento impulsionou o lançamento de outros canais, porém nem os novos canais e nem as novas tecnologias de comunicação em rede derrubaram a bandeira da hegemonia que ela carrega no contexto da Aldeia Global. Constata-se que a CNN difunde a hegemonia norte-americana. Essa difusão de notícias em escala mundial leva ao conceito de geocomunicação, um termo que agrega os valores da comunicação estratégica e da geopolítica. A geocomunicação das nações hegemônicas é feita através dos canais de TV com notícias 24 horas (ARONCHI DE SOUSA, 2004, p.9).

Vale destacar que a CNN Brasil se preparou para a inauguração durante quase um ano, mas a equipe foi surpreendida com a pandemia da Covid-19 — decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 11 de março de 2020 —, quatro dias antes da estreia da programação. No primeiro dia, o veículo realizou uma entrevista com o então presidente da República Jair Bolsonaro, o que gerou as primeiras críticas à CNN Brasil, em relação à desinformação passada pelo chefe de Estado sem interrupção dos jornalistas. Em entrevista pouco antes da estreia, o vice-presidente de Jornalismo da CNN Brasil, Leandro Cipoloni, afirmou que o veículo tem a responsabilidade de representar uma das maiores marcas jornalísticas do mundo e, por isso, parte do ponto de que a “notícia não tem ideologia”: “Teremos um jornalismo plural, como o público tem buscado” (CIPOLONI, 2019).

### 3. METODOLOGIA

Nesta pesquisa, objetiva-se analisar as escolhas lexicais dos veículos selecionados relacionando com contexto histórico e editorial de cada um utilizando a Análise de Conteúdo (AC), baseada na obra da socióloga francesa Laurence Bardin (1977). A autora foi escolhida como referência principal deste trabalho por sua contribuição às pesquisas científicas com um modelo de análise adaptável. O método busca obter resultados por meio da interpretação de mensagens de forma objetiva e sistemática. Neste estudo em específico, as mensagens estão compreendidas nas escolhas lexicais dos veículos. Mesmo com o foco no léxico, a opção de análise não se assemelha ao estudo linguístico. Bardin (1977) destina uma parte de seu livro para diferenciar a AC da linguística, já que o método não se sujeita apenas à linguagem — enquanto a AC trabalha com a prática (a palavra), a linguística foca na parte teórica (a língua). “A linguística é um estudo da língua, a análise de conteúdo é uma busca de outras realidades através das mensagens” (BARDIN, 1977, p.44). Para a autora, a AC é constituída por um conjunto de técnicas da comunicação e levanta diversos indicadores para que sejam realizadas as inferências — deduções lógicas do pesquisador por meio de observação das informações coletadas — em relação às condições de produção e recepção das mensagens.

Bardin separa a AC em três fases: 1) a pré-análise, 2) a exploração do material e o tratamento dos resultados e 3) a inferência e a interpretação. Os detalhes das etapas e a adaptação do método a este trabalho são apresentados logo abaixo. A terceira fase está no capítulo sobre os resultados.

#### 3.1 Pré-análise

Antes de iniciar a análise, várias etapas são importantes para que as inferências e interpretações finais sejam concisas. Segundo Bardin (1977), a pré-análise é o primeiro dos polos cronológicos da AC e objetiva operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais do trabalho, para assim estabelecer um programa preciso e, ao mesmo tempo, flexível no decorrer da análise. A autora indica três missões para a pré-análise que vão além da preparação do material: a) leitura flutuante; b) elaboração de hipóteses e objetivos; e c) escolha dos documentos e indicadores.

### **3.1.1 Constituição do corpus**

Para responder à pergunta desta pesquisa, que é descobrir o que os termos escolhidos pelos canais jornalísticos para qualificar os envolvidos na invasão dos Três Poderes do dia 8 de janeiro de 2023 teriam de relação com a inclinação editorial dos veículos, constituímos um corpus com a gravação dos telejornais mais assistidos na televisão, segundo o Kantar Ibope (FELTRIN, 2022): Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil. Depois de transcrever as gravações, comparamos as escolhas lexicais utilizadas com os princípios editoriais dos canais. A primeira coleta de dados foi feita no período entre 15h40 e 17h40. A escolha do intervalo de tempo e dos canais segue a regra da representatividade da AC (Bardin, 1977), visto que a amostragem da análise se restringe aos veículos de maior alcance de telespectadores no contexto estudado e ao período de cobertura dos acontecimentos principais da invasão dos Três Poderes. As outras regras da AC segundo Bardin (1977) — da homogeneidade e da pertinência — foram atendidas na construção do corpus, pois os dados a serem coletados obedecem a critérios específicos e são adequados ao objetivo da análise deste trabalho, focada nas escolhas lexicais dos veículos.

### **3.1.2 Preparação do material**

Antes de realizar a análise, Bardin (1977) aconselha a preparação do material, ou seja, a realização dos recortes e gravações necessárias para codificação do corpus proposto. No caso desta pesquisa, para a coleta das escolhas lexicais, foi possível encontrar no YouTube as gravações da cobertura da CNN Brasil e da Jovem Pan News, pois os veículos transmitem em tempo real o conteúdo na plataforma (CNN BRASIL, 2023; JOVEM PAN, 2023). Já a gravação da GloboNews não foi encontrada em contas oficiais e no serviço de streaming da empresa — o GloboPlay. Apesar das tentativas de contato direto com a Globo para ter acesso à gravação, não houve retorno. A análise da cobertura da GloboNews do dia 8 de janeiro, portanto, só foi possível por meio de uma gravação amadora feita por um canal não-oficial do YouTube e disponibilizada na internet (AOVIVONEWS, 2023). Com a transmissão das coberturas, os arquivos foram baixados para garantir o armazenamento do conteúdo em caso de eventual retirada pela plataforma online. Assim, os vídeos analisados foram salvos no dia 20 de março de 2023.

Para a coleta e análise dos dados, optou-se por utilizar uma planilha do Google Sheets, que foi criada e modificada de acordo com as unidades de análise (estas serão detalhadas no subtópico de codificação). A plataforma apresenta, de forma gratuita, uma interface intuitiva e com amplas fórmulas para realizar análises automatizadas.

Depois, seguiu-se para o levantamento dos princípios editoriais de cada veículo: Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil. Apesar de não constituírem o corpus que de fato será analisado, as informações serão utilizadas para o processo das inferências, ao final do trabalho. Para reunir esses princípios, foi realizada uma pesquisa em sites oficiais das empresas. Concomitantemente, foram enviados e-mails aos três veículos com pedidos de acesso a qualquer documento que apresentasse seus princípios editoriais. Na pesquisa inicial, foi encontrada uma página com os princípios editoriais do Grupo Globo — empresa responsável pelo canal Globo News — disponível na internet e de fácil acesso (GLOBO, 2011). Os e-mails enviados à organização nunca foram respondidos. Em comparação às outras emissoras, este foi o documento de maior facilidade de acesso e detalhamento.

No caso da Jovem Pan News, os e-mails enviados também não foram respondidos e não foi encontrado um documento disponibilizado na internet com as linhas editoriais da empresa ou do canal. Desta forma, foi utilizado para análise notas e posicionamentos publicados pela empresa referentes a episódios específicos. Após uma pesquisa, foram selecionados 3 textos editoriais, sendo um em preparação para as eleições presidenciais e estaduais de 2022 (JOVEM PAN, 2022a); um referente ao segundo turno das eleições, publicado antes da contagem de votos (JOVEM PAN, 2022b); e um publicado dias antes da posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2023 (JOVEM PAN, 2022d). Além disso, foi encontrado um comunicado divulgado amplamente em que o então CEO do grupo Jovem Pan, Roberto Araújo, fala sobre a linha editorial da empresa (JOVEM PAN, 2022c).

Por fim, a CNN Brasil chegou a responder aos e-mails, mas não atendeu aos pedidos específicos acerca das linhas editoriais da empresa. Segundo a resposta, a CNN Brasil, por responder à marca e ter um contrato com a CNN Internacional, não tem autorização para divulgar seus princípios editoriais para pesquisas acadêmicas ou para o público. A empresa enviou, entretanto, documentos referentes ao Código de Conduta dos funcionários e à campanha de anticorrupção interna. Tendo em vista o objeto desta pesquisa, as informações repassadas não se mostraram suficientes para

a análise. Desta forma, foram coletados textos e vídeos divulgados abertamente pelo veículo: alguns referem-se ao início da cobertura eleitoral das eleições de 2022 (CNN, 2022a) e outros tratam de reposicionamento editorial da empresa (CNN, 2022b). Além disso, foi adicionado ao corpus desta pesquisa o manifesto do início da CNN Brasil, em 2020, que se baseia na linha editorial mundial da marca (CNN, 2020).

Todos os textos e vídeos citados, que indicam as linhas editoriais dos veículos pesquisados, foram salvos, por meio do site oficial das empresas, até o dia 7 de junho de 2023 — ou seja, caso haja alterações nas mídias após esta data, elas não foram incluídas neste trabalho.

## **3.2 Exploração do material**

Após as operações de pré-análise, deve-se realizar a exploração do corpus construído, ou seja, a “administração sistemática das decisões tomadas” sobre os dados coletados (BARDIN, 1977, p.101). Este momento pode ser dividido em dois estágios: o de codificação e o de categorização. Bardin (1977) explica que a codificação é a fase de tratamento dos dados — de forma sistemática — que objetiva entender o que o conteúdo estudado pode representar ou expressar. Já na categorização é realizada a classificação e o agrupamento das unidades de registro codificadas para fornecer uma representação simplificada dos dados brutos. Esta segunda parte será apresentada no capítulo dos resultados, visto que faz parte do início da análise e necessita ser realizado após a coleta.

### **3.2.1 Codificação e coleta de dados**

Primeiro, foi definido o recorte para a codificação, ou seja, a escolha das unidades de registro e de contexto. Na análise do conteúdo jornalístico deste trabalho, a palavra é a unidade de registro — aquilo que possui o significado a ser codificado na mídia estudada. Entretanto, não são todas as palavras utilizadas na cobertura dos veículos referente aos atos de 8 de janeiro que serão analisadas, e sim aquelas que caracterizam os envolvidos, podendo ser um adjetivo ou um substantivo. Mostra-se necessário diferenciar o objeto de estudo, visto que serão analisados os termos referentes a quem estava fisicamente no local e/ou participou da organização, nem serão investigados os termos relativos ao ato em si. Por exemplo, as palavras “manifestantes” e “vândalos” entram como unidades de registro, mas “manifestação”

e “vandalismo”, não. Além disso, as unidades de registro deste trabalho se dividem em duas origens: os termos que surgem na fala dos jornalistas na cobertura ao vivo e os que aparecem escritos na tarja — blocos com palavras ou pequenas frases na tela que o jornal utiliza para resumir o que está sendo noticiado de uma forma geral. As tarjas costumam estar na parte inferior da tela e contar, além do texto noticioso, com a hora e o símbolo de identificação do jornal e/ou veículo. Por haver um curto espaço para resumir o que se noticia ou o que se discute no momento, as escolhas lexicais na tarja precisam ser mais objetivas. Além disso, a tarja também tem como objetivo chamar a atenção do telespectador sem que ele tenha que prestar atenção no que está sendo falado. Além disso, temos a linha rotativa da tarja, que também é conhecida como “carrossel de notícias”, em que outras matérias e informações relacionadas com o que está sendo transmitido ou ao que está reverberando no universo jornalístico são apresentados em um texto em movimento no inferior da tela.

Já a unidade de contexto é a que ajuda na compreensão do universo em qual a unidade de registro está alocada, para entender o seu verdadeiro sentido e realizar a codificação. Para isso, as unidades de contexto definidas para este trabalho são duas, sendo uma para cada unidade de registro: as funções dos autores das falas — no caso de análise dos termos mencionados pelos jornalistas — e o destaque dado aos termos nas tarjas — para as palavras escritas em diferentes espaços na tela.

Definido o recorte, passamos para a enumeração na codificação, ou seja, a escolha do modo de contagem. Os tipos que serão aplicados no corpus desta pesquisa são apresentados por Bardin (1977) como índices de presença e de frequência ponderada. Ao utilizar a presença como regra de enumeração, entendemos que os termos, apenas por estarem presentes no corpus, carregam significado. Ou seja, eles funcionam como um indicador, já que demonstram a escolha do veículo em meio ao leque vocabular disponível. Já na medida da frequência ponderada, entende-se que um termo pode ter um peso — no sentido de importância — maior que o outro levando em conta a intensidade em que é registrado. “A medida de intensidade com que cada elemento aparece é indispensável na análise dos valores (ideológicos, tendências) e das atitudes” (BARDIN, 1977, p.110).

Aqui, usamos como medida de intensidade as duas unidades de contexto definidas anteriormente, uma para cada unidade de registro. Nas escolhas lexicais empregadas pelos jornalistas em suas falas, o peso é medido pela necessidade de seguir as linhas editoriais de acordo com a função do jornalista na empresa: repórteres

e apresentadores têm menor espaço para escolha dos termos a serem empregados por eles mesmos, enquanto analistas e comentaristas costumam ter maior independência para decidir o modo como falam, visto que a responsabilidade da análise e do comentário recaem, majoritariamente, na pessoa, e não no veículo. Já a linguagem utilizada na tarja terá como medida de intensidade o destaque dado ao texto, já que esses textos jornalísticos costumam ter mais de uma linha com estilos diferentes — o que é caracterizado pela diversidade de cores, fontes e tamanhos de cada canal.

Definidas as unidades e as regras de enumeração, foi realizado um pré-teste de coleta das unidades de registro e de contexto em uma planilha do Google Sheets — onde as informações foram incluídas e já codificadas — de acordo com o recorte temporal e amostral desta pesquisa: cobertura ao vivo dos canais Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil no 8/1 no período delimitado: entre 15h40 e 17h40. Entretanto, para o pré-teste, foi escolhido apenas uma hora de um canal: CNN Brasil, das 15h40 às 16h40. Com isso, foi possível aprimorar a planilha e o formato, além de conseguir prever o tempo necessário para realizar a coleta das seis horas de material. As contribuições do pré-teste serão apresentadas no decorrer das situações.

Por fim, foi realizada a coleta de dados completa, acrescentando à mesma planilha inicial as informações, após as alterações necessárias. As gravações das duas horas de cada jornal foram assistidas duas vezes: uma para a coleta das palavras empregadas nos textos das tarjas e outra para a coleta das palavras faladas pelos jornalistas. Os termos foram coletados com duas marcações de tempo, incluindo a hora e minuto do dia, para ajudar no contexto da análise. No caso dos termos escritos, a primeira marcação determina o momento em que a palavra foi incluída na tarja e a segunda determina o momento em que foi retirada. Esse espaço temporal foi contabilizado automaticamente dentro da planilha, apresentando o tempo total em que a palavra permaneceu em evidência na tela do jornal, e ajudará a definir quais termos tiveram maior destaque. Além disso, para medir a intensidade na tarja, foi criada uma escala de 1 a 3 para a classificação dos termos coletados:

1) Escala 1 - é a linha de maior destaque da tarja, que tem a maior fonte e as cores mais vibrantes do design da tela;

2) Escala 2 - refere-se à linha que vem logo abaixo da primeira, complementando as informações, com destaque mediano;

3) Escala 3 - compreende a linha rotativa da tarja, que tem fonte pequena e pouco destaque, já que não costuma ficar mais que 30 segundos na tela.

Já na coleta auditiva, das palavras faladas pelos jornalistas durante a cobertura, a marcação de tempo foi pontual, ou seja, foram recolhidos a hora e o minuto da citação. Para identificar os autores das falas, na planilha de coleta de dados foi incluída a categoria do jornalista que mencionou o termo: apresentador(a), repórter ou analista. As falas de outras presenças constantes nas coberturas — como comentaristas, entrevistados e telespectadores participativos — não foram incluídas por não terem a obrigatoriedade de responder às linhas editoriais dos veículos, ou seja, não fazem parte do objeto desta pesquisa. No caso dos jornalistas analisados, entende-se como apresentador a função que também é conhecida como âncora — o responsável por narrar e conduzir o jornal, seja com opiniões próprias ou não. Já o repórter é aquele que passa a notícia com mais detalhes e de forma direta, pois está com o foco maior na informação, podendo se basear em apurações próprias ou na produção do jornal. Por fim, o analista tem a função de interpretar e analisar o fato, utilizando-se da própria vivência e de fontes próximas, para apresentar ao telespectador o contexto e possível impacto da notícia. Diferente do comentarista, o analista tem mais restrições acerca de sua fala, principalmente opiniões pessoais, mas, em comparação aos repórteres e apresentadores, sua independência editorial é maior. As classificações do cargo dos jornalistas possibilitam uma maior análise das escolhas lexicais em relação aos princípios editoriais dos veículos, visto que a liberdade de escolha dos termos pode ser diferente para as diversas funções.

Foi através do pré-teste que se percebeu a necessidade de incluir as falas dos analistas no levantamento. A ideia inicial desta pesquisa era coletar os termos citados por repórteres e apresentadores, entretanto, a participação de repórteres na cobertura foi baixa em comparação à programação normal. Esta diferença pode ser explicada pelo fato de que a cobertura ocorreu num domingo, uma semana após o ano novo — o que costuma ser uma data em que poucas pessoas são escaladas para o trabalho, visto que não há previsão de movimentação para a cobertura. Por este motivo, a maioria dos analistas entrou na cobertura ao vivo de forma remota. Já os repórteres, que estão acostumados a utilizar o equipamento da empresa, seja celular, seja a câmera com cinegrafista, para entrar ao vivo no jornal, não conseguiram fazer isso de casa. Além disso, a instabilidade da invasão aos Três Poderes, confirmada por meio de vídeos publicados na internet por quem estava no local, mostrou não ser seguro

para jornalistas a cobertura in loco. Assim, os repórteres que eventualmente participaram da cobertura ao vivo estavam em locais distantes da Esplanada dos Ministérios ou descaracterizados com um telefone normal, para não chamar a atenção dos envolvidos e por receio de represálias violentas. Desta forma, boa parte das falas e informações trazidas à cobertura veio dos analistas, o que justificou a inclusão desta função no levantamento.

No decorrer da coleta de dados, alguns questionamentos surgiram em relação a termos utilizados. Um dos casos foi a cobertura das manifestações na cidade de São Paulo, que ocorriam concomitantemente às de Brasília, mas tinham um teor menos agressivo e não envolviam depredação ou invasão de espaço público. Quando os jornalistas ou os textos da tarja utilizavam os mesmos termos para se referir aos envolvidos no ato de São Paulo, optou-se por não incluir as escolhas lexicais no levantamento, visto que estes manifestantes não eram o foco do estudo. Também observaram-se casos especiais de comentários de analistas e apresentadores sobre a escolha lexical em si, em que os jornalistas pediam desculpa ou corrigiam a si mesmo pelo termo falado. Essas observações foram registradas e serão utilizadas na fase de resultados e inferências da análise.

#### 4. RESULTADOS

Neste trabalho, temos como foco a significação da mensagem e a representação do emissor, ou seja, os termos escolhidos e o veículo jornalístico. Com base na codificação das unidades de registro e de contexto de nosso corpus serão realizadas as inferências — o que Bardin (1977) explica ser uma interpretação controlada dos dados coletados. A autora afirma que a AC permite que sejam feitas inferências nos elementos construtivos da comunicação: acerca do emissor (a representação ou expressão dele na mensagem), do receptor (na finalidade de ação ou adaptação da mensagem com o outro), da mensagem (com foco no código ou na significação) e do meio (que pode ser um canal, instrumento ou objeto técnico). Faremos, neste capítulo, a apresentação dos resultados dos três veículos propostos.

No total, foram identificadas 16 palavras diferentes nas duas horas centrais da cobertura dos veículos Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil. Para interpretar os termos, optou-se por ter um dicionário como base de significação. Segundo Hayakawa (1972), esse tipo de definição é um “guia inestimável para a interpretação dos textos”.

As palavras não possuem apenas um “único significado correto”: aplicam-se a grupos de situações similares que se poderão denominar “áreas de significado”. E é para as definições em áreas de significado que o dicionário tem utilidade. No emprêgo de qualquer palavra, examinamos o contexto particular e, se possível, os acontecimentos extensionais denotados, a fim de descobrirmos o ponto visado dentro da área de significado (HAYAKAWA, 1972, p.51)

Assim, o significado de cada termo que foi aplicado nesta pesquisa tem como base o dicionário brasileiro da língua portuguesa Michaelis (2023):

1. “apoiadores” [de Jair Bolsonaro]: que dão apoio ao Jair Bolsonaro;
2. “arruaceiros”: que promovem ou participam de arruaça (desordem nas ruas);
3. “baderneiros”: que são dados a baderna (desordem provocada por grupo) ou que criam desordem;
4. “*bolsonaristas*”: relativo à política do ex-presidente ou que apoiam Jair Bolsonaro (PL);
5. “criminosos”: que cometeram crime;
6. “depredadores”: que praticam depredação;
7. “golpistas”: que praticam manobras desonestas para obter vantagens (no contexto político, é a pessoa que defende a tomada de poder pela força);
8. “grupo”: conjunto de pessoas ou coisas que formam um todo;

9. “invasores”: que invadem;
10. “manifestantes”: que se manifestam, publicamente ou não;
11. “militantes” [bolsonaristas]: que militam ou defendem uma causa ou ideia ativamente;
12. “ocupantes”: que ocupam, se apossam ou se apoderam de determinado lugar;
13. “povo”: conjunto de pessoas que constituem uma nação, raça, etc;
14. “radicais”: relativos a raiz, que se opõem ao que é conservador ou tradicional (no contexto político, que defendem o radicalismo);
15. “terroristas”: termo relativo ao terrorismo (sistema governamental que se impõe por meio do terror, uso sistemático da violência como meio de repressão);
16. “vândalos”: que danificam ou destroem bens naturais ou culturais de importância significativa.

Para a categorização dos termos, optou-se por utilizar o critério léxico, ou seja, de classificação das palavras segundo o próprio sentido. Assim, foram criadas três categorias: a) termos descritivos relativos a crimes, condenando o ato; b) termos relativos a protestos sem obrigatoriamente tipificação de crime; c) termos relativos a conjuntos de pessoas ou ideologias, como podemos ver no Quadro 1 abaixo.

**Quadro 1** - Categorização das palavras que caracterizam os envolvidos no ataque aos Três Poderes.

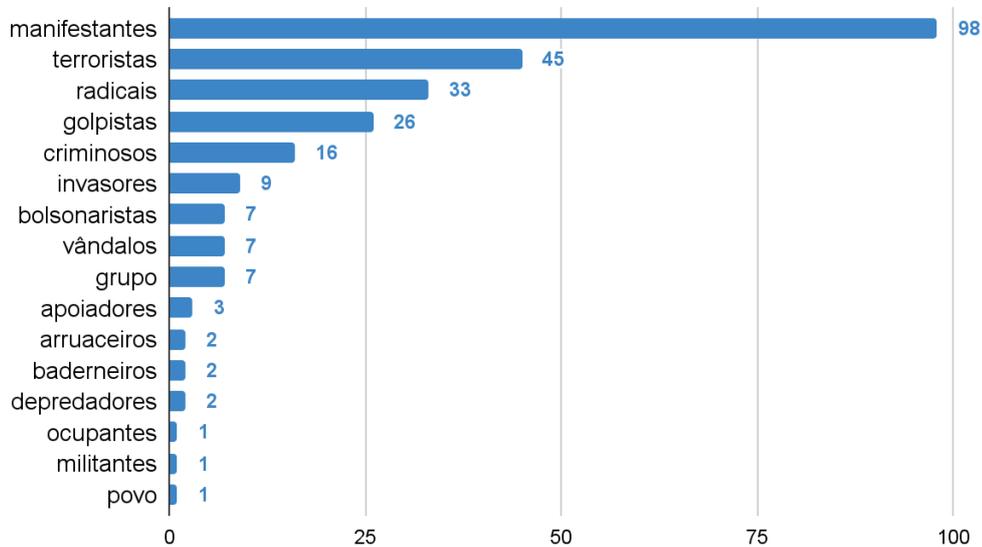
<b>Relativo a crime</b>	<b>Relativo a protesto</b>	<b>Relativo a conjunto</b>
criminosos	arruaceiros	apoiadores
depredadores	baderneiros	bolsonaristas
invasores	manifestantes	grupos
golpistas	ocupantes	militantes
terroristas		povo
vândalos		radicais

**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Antes de iniciar a aplicação das categorias nos diferentes veículos, apresentamos um apanhado dos termos utilizados e o espaço nos três telejornais. No caso das palavras mencionadas por repórteres, apresentadores e analistas, foi calculado o índice de ocorrência, ou seja, cada vez que uma delas foi citada. Já para as palavras presentes na tarja dos veículos, o quantitativo foi realizado com base no tempo em que os termos ficaram em evidência. No Gráfico 1, apontamos o número de vezes em que cada termo foi mencionado. Encontramos, por exemplo, que a

palavra “manifestantes” (98 ocorrências) acabou prevalecendo, vindo em segundo lugar outras significações mais duras, como “terroristas” (45), “radicais” (33) e “golpistas” (26).

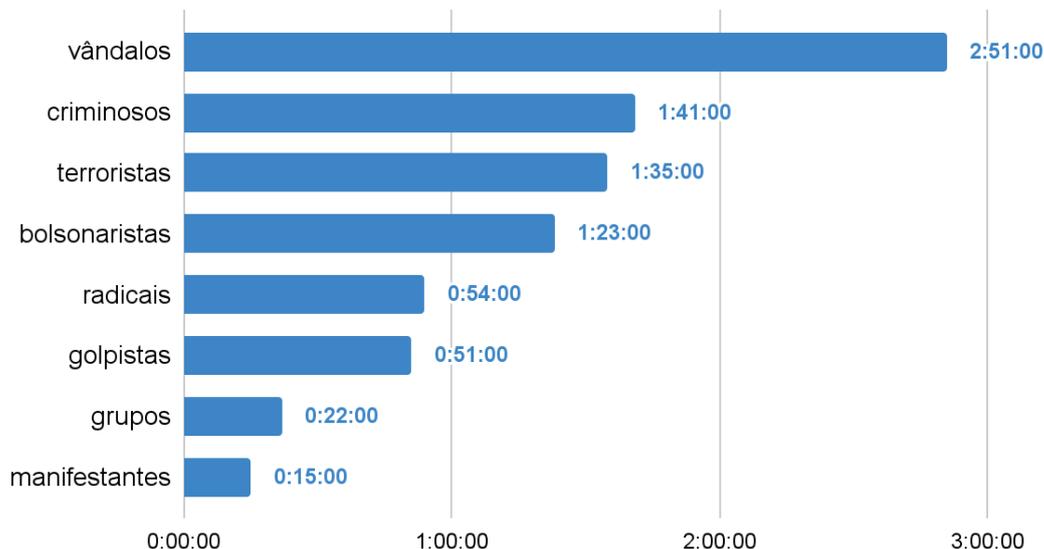
**Gráfico 1** - Quantidade de vezes que cada termo foi falado por jornalistas nos três canais.



**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Já no Gráfico 2, registramos o total de horas e minutos que os termos perfizeram, com sua presença na parte inferior da tela da televisão. Vale destacar que mais de um termo foi empregado ao mesmo tempo. Então vemos que as emissoras priorizaram a palavra “vândalos”, seguida de “criminosos” e “terroristas”.

**Gráfico 2** - Tempo em que cada termo ficou em evidência na tarja dos canais.



**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

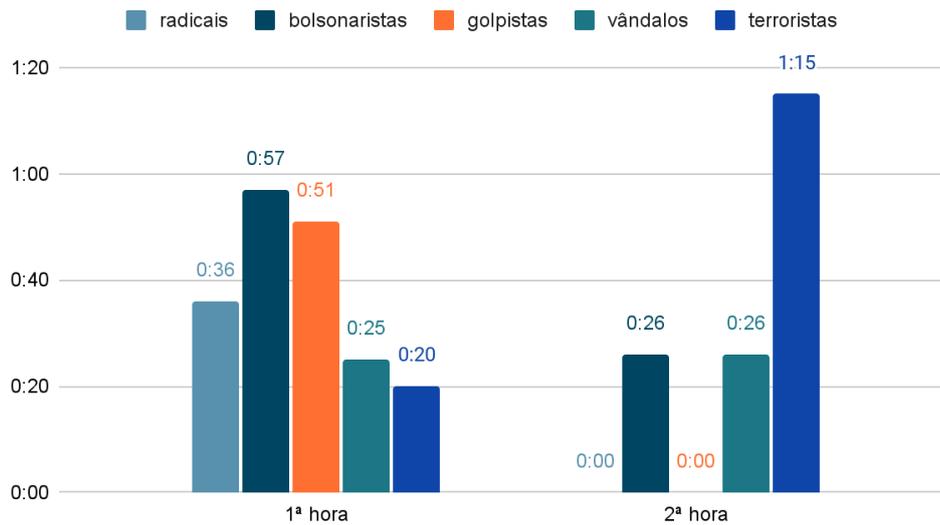
Na análise dos termos, serão utilizadas como variáveis as unidades de contexto, ou seja, os diferentes espaços na tarja e cargos dos jornalistas, como já foi explicado no capítulo metodológico. Além disso, também contaremos com os índices de presença e frequência ponderada aplicados aos termos de cada veículo. Na seção seguinte, trataremos de cada emissora, pormenorizadamente.

#### **4.1 Globo News**

Nesta pesquisa, dar detalhes sobre como começou a cobertura dos atos de 8 de janeiro na Globo News não será possível, visto que não foi encontrada a gravação completa do veículo. Entretanto, pode-se afirmar que a programação entrou com a marcação “URGENTE” na tela, indicando o objeto de grande dimensão que estava sendo televisionado, e se manteve a cobertura até o final do dia. O veículo contou com imagens aéreas dos atos, transmitidas em tempo real, com um helicóptero privado, que sobrevoava o espaço ao redor da Esplanada dos Ministérios. Também foram utilizadas imagens gravadas por pessoas que estavam no local, enviadas diretamente ou disponibilizadas na internet. Diante do cenário que envolvia questões de segurança para a presença de repórteres, no horário pesquisado (de 15h40 a 17h40), as emissoras colocaram no ar seus analistas, sendo que a maioria participou de forma virtual, e os repórteres fizeram suas entradas de locais seguros, fora da Esplanada dos Ministérios.

Na coleta dos dados presentes nas tarjas, foram registrados, no intervalo de duas horas, na Globo News, os seguintes termos referentes aos envolvidos: “radicais”, “bolsonaristas”, “golpistas”, “vândalos” e “terroristas”. As palavras foram quantificadas com base no tempo que estiveram em evidência (Gráfico 3). A escala (coluna vertical) marca o período em que os termos foram empregados, atingindo um máximo de 1 hora e 15 minutos na segunda parte pesquisada. Entende-se que as escolhas lexicais da Globo News, ao mesmo tempo, condenaram os atos e caracterizaram os envolvidos politicamente com ligação ao radicalismo de direita.

**Gráfico 3** - Tempo em que cada termo ficou em evidência na tarja da Globo News.



**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Para analisar os termos (Gráfico 3) foi utilizado, além do índice de presença, o índice de frequência ponderada, em que as unidades podem diferir de peso ou importância dependendo da sua unidade de contexto. Os dados do Gráfico 3 são referentes a toda às duas horas analisadas. Desta forma, na primeira hora estudada, as palavras que tiveram maior peso (escala 1) foram: “radicais” (36 min) e “bolsonaristas” (33 min), seguidas de “vândalos” (23 min). Já na escala 2, com menor destaque na tarja — ou seja, menor tamanho de fonte e contraste de cor —, o termo “golpistas” foi o que mais esteve em evidência, com 51 minutos, seguido “bolsonaristas” (24 min), e, por fim, “vândalos” (2 min) e “terroristas” (2 min). Já na segunda hora, o termo “terroristas” esteve em evidência por mais tempo nas escalas 1 e 2, resultando em 75 minutos totais (1h15min). Na sequência estão “vândalos” (3 min) com maior destaque; e “bolsonaristas” (26 min) e “vândalos” (23 min) com menor destaque.

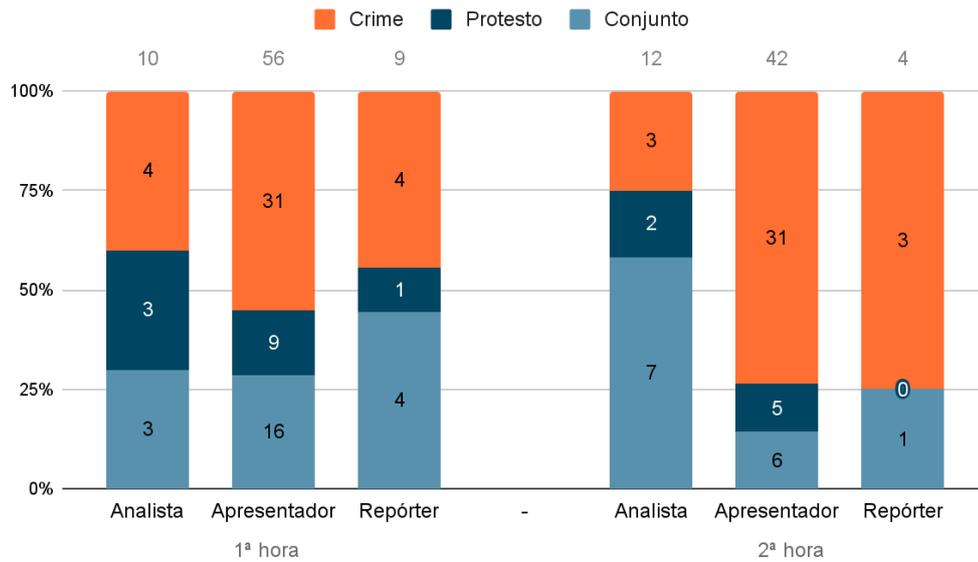
Isso demonstra uma mudança nas escolhas lexicais da Globo News, que, no decorrer da cobertura, passou a utilizar majoritariamente o termo “terroristas” e, portanto, caracterizar os envolvidos como participantes de um ataque sistemático e violento, sem deixar de relacioná-los a uma ideologia política específica do contexto, referente ao ex-presidente Jair Bolsonaro. Vale destacar que, às 17h19, o canal de televisão aberta do Grupo Globo, a TV Globo, passou a espelhar a cobertura da Globo News em formato de programação urgente até às 20h25, quando os envolvidos nos atos estavam sendo retirados da Esplanada. No canal aberto, entretanto, foi utilizada

uma tarja simples, com apenas uma linha. Os termos utilizados nas três horas de programação especial da TV Globo foram: “terroristas”, “criminosos” e “golpistas”.

Já na análise das escolhas lexicais empregadas na fala dos jornalistas, foram coletadas 133 unidades de registro, entre analistas, apresentadores e repórteres. Os 11 termos encontrados — “apoiadores”, “arruaceiros”, “baderneiros”, “bolsonaristas”, “criminosos”, “golpistas”, “invasores”, “manifestantes”, “radicais”, “terroristas” e “vândalos” — foram categorizados entre crime, Protesto e Conjunto, como foi explicado no início deste capítulo (Quadro 1). Por conta do contexto em que a cobertura foi realizada, apresentadores tiveram mais espaço no jornal — foram 98 escolhas lexicais coletadas — do que analistas (22) e repórteres (13), levando em conta a pouca quantidade de jornalistas que foram escalados para trabalhar no primeiro domingo do mês.

A partir da categorização de cada função (Gráfico 4), revelou-se que os apresentadores foram utilizando cada vez mais os termos que criminalizam os envolvidos no 8 de janeiro — 55,3% na primeira hora e 73,8% na segunda hora — do que os que se relacionam a protestos fora do Código Penal e a grupos ideológicos. A partir do grande espaço que os apresentadores tiveram na cobertura e da maior dependência da linha editorial do veículo (em comparação com os analistas), optou-se por destrinchar os resultados verificados na função dos apresentadores. Nesta classe, de quem apresenta os programas, os termos mais citados foram: “terroristas” (42), “radicais” (29), “golpistas” (22) e “manifestantes” (16). Na primeira hora, os apresentadores utilizaram mais nos termos “golpistas” e “radicais”, já na segunda hora, as mesmas palavras quase foram extintas do vocabulário dos apresentadores, que passaram a utilizar majoritariamente o termo “terroristas” — o emprego da palavra passou de 17,8% para 66,6%. O mesmo termo também foi usado mais vezes na segunda hora por analistas e repórteres, mas numa quantidade menor.

Os percentuais que aparecem no Gráfico 4 aplicam as categorias do Quadro 1, agrupadas em três modalidades: Crime, Protesto e Conjunto. Vemos então que os apresentadores, tanto na primeira hora como na segunda, referiram-se aos envolvidos como infratores, o que elevou a categoria Crime, empatando com a categoria Conjunto, onde estão palavras como “apoiadores”, “bolsonaristas” e “radicais”.

**Gráfico 4** - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da Globo News.

**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Já as palavras faladas por analistas se dividiram de forma igualitária entre as categorias de Crime, Protesto e Conjunto na primeira hora (respectivamente 40%, 30% e 30%), e no segundo momento notou-se um leve aumento no emprego dos termos referentes aos conjuntos de pessoas políticas (58,3%). Por fim, observou-se na fala dos repórteres uma leve mudança da primeira hora — com 44,4% das palavras relacionadas à criminalização e 44,4% aos grupos — para a segunda — com 75% condenando os atos e 25% descrevendo-os como ações conjuntas. Neste caso, as citações presentes na categoria de Protesto foram quase nulas (1 na primeira hora e 0 na segunda).

Vê-se que o emprego da palavra “terrorista” pelos jornalistas da Globo News aumentou com o decorrer da cobertura, assim como o tempo de evidência na tarja do veículo. Complementa-se ainda, a estes dados, o fato de que os próprios jornalistas afirmaram, em três momentos diferentes, que cometeram um erro ao se referir aos envolvidos no 8 de janeiro como “manifestantes”. Às 16h31, um analista corrige para “terroristas” e diz: “perdão pelo termo errado” (AOVIVONEWS, 2023, transcrição nossa). Às 16h51, um apresentador corrige para “criminosos” e reafirma “manifestantes, não” (AOVIVONEWS, 2023, transcrição nossa). Às 17h40, um apresentador também corrige para “terroristas” e pede desculpas.

Com base nisso e nas escolhas lexicais, é possível afirmar que houve uma mudança na caracterização dos envolvidos na cobertura da Globo News, pois a

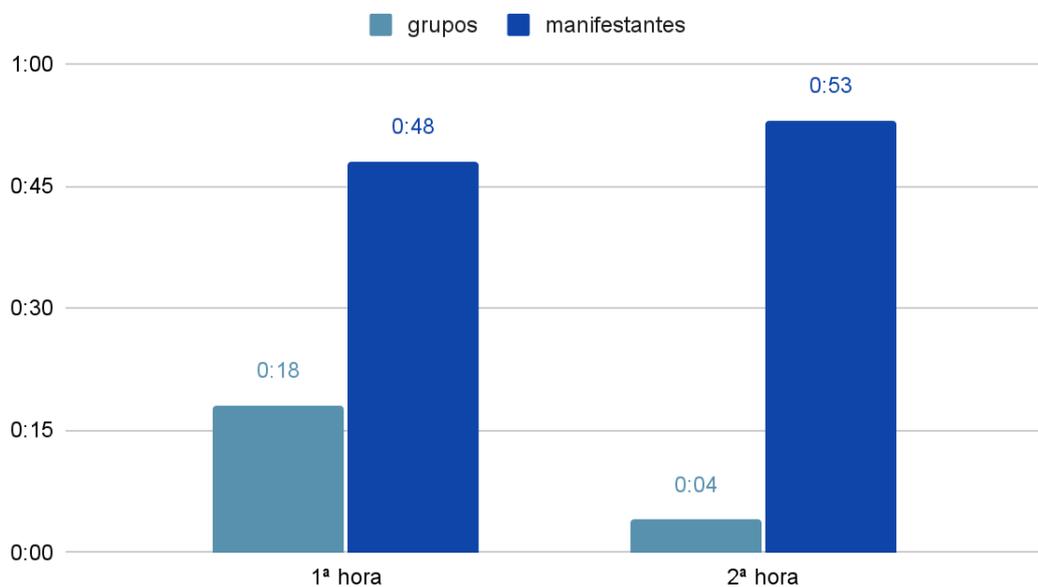
cobertura passa a aumentar o peso do crime cometido ao chamá-los de “terroristas”, sem deixar de relacioná-los a um lado político, nos desdobramentos do fato.

#### 4.2 Jovem Pan News

Na Jovem Pan News, a cobertura dos atos do 8 de janeiro começou às 15h07, com uma transmissão classificada como urgente pela emissora. O veículo utilizou imagens de pessoas que estavam no local, que podem ter sido enviadas diretamente ao jornal ou disponibilizadas na internet. Diferente da Globo News, a Jovem Pan News contou com repórteres no local que narravam os acontecimentos em tempo real no jornal. Além disso, não houve, no período, analistas participando da cobertura, apenas apresentadores, repórteres e comentaristas. Desta forma, foram coletados termos falados apenas pelas duas primeiras funções citadas, já que comentaristas exercem uma função que tem a menor obrigatoriedade de seguir a linha editorial informativa dos veículos. Portanto, analisar as escolhas lexicais dos comentaristas sairia do escopo desta pesquisa.

Foram encontrados quatro termos na cobertura da Jovem Pan News: “bolsonaristas”, “grupos”, “manifestantes” e “ocupantes”. As três palavras detectadas na coleta de unidades escritas (tarjas) — “bolsonaristas”, “grupos” e “manifestantes” — foram quantificadas com base no tempo que ficaram em evidência (Gráfico 5).

**Gráfico 5** - Tempo que cada termo ficou em evidência na tarja da Jovem Pan News.

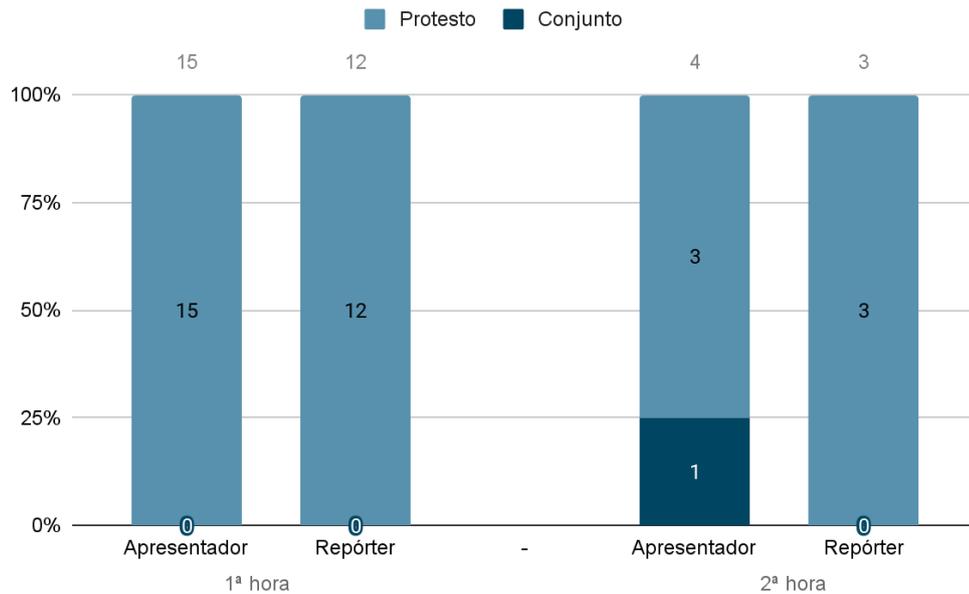


**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

O tamanho do vocabulário léxico utilizado pelo canal mostra que não houve espaço para muitas mudanças no decorrer da cobertura dos atos. Na tarja da Jovem Pan News, em ambos os horários estudados, permaneceu em destaque o termo “manifestantes” — por 1h40min na primeira escala, e 1 minuto na segunda. Em seguida, vem “grupos”, com 18 minutos na primeira escala e 4 minutos na segunda.

Já o termo “bolsonaristas” foi mencionado apenas na linha rotativa da tarja, ou seja, durou menos de cinco segundos na tela, na menor escala, onde outras matérias e informações são apresentadas em movimento. Assim, não mostrou-se útil contabilizar o tempo desta palavra em evidência. Com isso, entende-se que a Jovem Pan News adotou uma posição permanente e e menos negativa em relação aos outros veículos estudados, visto que não há mudança nas escolhas lexicais ao longo da cobertura e os termos utilizados não imprimem juízo de valor aos envolvidos, pelo contrário, ao referir-se a eles como “manifestantes” parece diminuir a gravidade da ocorrência, que de fato é classificada como crime.

Em relação às palavras empregadas nas falas dos jornalistas, foram coletadas três — “grupos”, “manifestantes” e “ocupantes” — entre apresentadores e repórteres. Os termos foram categorizados de acordo com o Quadro 1, entretanto, a classe Crime não está presente, visto que nenhuma das escolhas lexicais dos jornalistas da Jovem Pan News compreendem a participação no ato como criminosa. Assim como no emprego das tarjas, a maioria das citações foi com o uso da palavra “manifestantes” (32), enquanto “grupos” (1) e “ocupantes” (1) tiveram um resultado quase nulo. Na primeira hora, o único termo utilizado foi “manifestantes”, ou seja, 100% em ambas as funções do jornalista, e os outros foram empregados depois, como exposto no Gráfico 6. Assim, só na segunda hora que o emprego de palavras relativas à categoria Conjunto chegou aos 25% entre apresentadores. Os repórteres continuaram utilizando “manifestantes” em 100% dos casos, termo que é classificado como Protesto, assim como “ocupantes”.

**Gráfico 6** - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da Jovem Pan News.

**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

A partir dos dados apresentados, é possível observar de forma clara que a Jovem Pan News preferiu utilizar termos mais comuns e menos negativos para se referir aos envolvidos no 8 de janeiro, sem condenar ou ligar os envolvidos ao ex-presidente Jair Bolsonaro durante a cobertura. Percebeu-se que uma questão política e a diversificação de vocabulário estava presente nas falas dos comentaristas do jornal, mas que não cabe a análise por estarem fora do escopo desta pesquisa.

Apesar de não utilizarem termos que condenaram os envolvidos, vale destacar que os apresentadores pararam a narração dos fatos em dois momentos, durante o período estudado, para responder a publicações de outros jornalistas e telespectadores, nas redes sociais, que criticavam a postura dos comentaristas e acusavam o canal de ser conivente com os atos e de tentar justificar as invasões aos Três Poderes. Em um desses episódios, um apresentador chegou a dizer que a Jovem Pan News espera que “aqueles que estão depredando e que estão flagrantemente cometendo crimes sejam punidos” (JOVEM PAN, 2023, transcrição nossa), ou seja, afirmando um posicionamento do canal em meio aos fatos narrados.

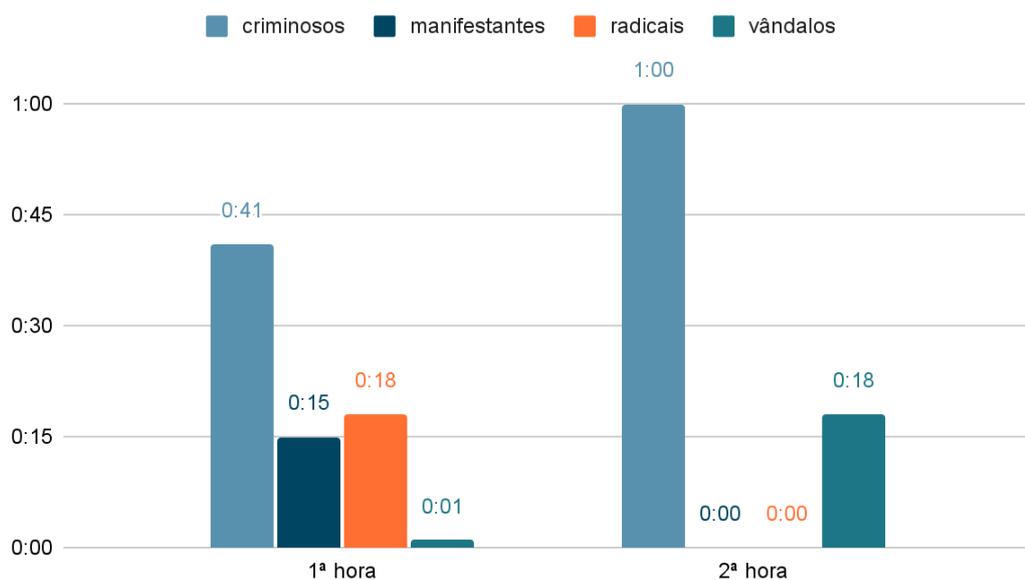
### 4.3 CNN Brasil

A cobertura dos atos de 8 de janeiro na CNN Brasil começou às 14h52, com o modelo da CNN Internacional de notícia urgente, o *Breaking News*, interrompendo a programação gravada. O canal veiculou imagens do marco inicial — quando os

envolvidos ultrapassaram a barreira da Polícia Militar e adentraram a Esplanada dos Ministérios — feitas com câmera própria da sede em Brasília, ao lado de onde ocorreram os atos. Desta forma, o veículo contou com imagens do ocorrido gravadas à distância, além de vídeos enviados ou disponibilizados na internet por quem estava no local. Assim como os outros canais estudados, a CNN Brasil não teve entradas de repórteres por vídeo, mas algumas equipes foram descaracterizadas ao local e conseguiram fazer entradas ao vivo na programação apenas por áudio e com imagens dos atos. Alguns analistas que não estavam escalados para o dia também participaram a distância, por vídeo e/ou áudio.

A coleta das unidades de registro trouxe 12 termos diferentes utilizados pelo veículo para caracterizar os envolvidos nos atos: “apoiadores”, “criminosos”, “depredadores”, “golpistas”, “grupos”, “invasores”, “manifestantes”, “militantes”, “povo”, “radicais”, “terroristas” e “vândalos”. Na tarja (Gráfico 7), das quatro escolhas lexicais, a que teve maior destaque e ficou em evidência por mais tempo foi “criminosos”, que, no total, permaneceu na escala 1 por 1h31min e na escala 2 por 10 minutos. Na primeira hora, o termo citado dividiu espaço, na maior escala, com “manifestantes”, durante 15 minutos; e “radicais”, por 14 minutos. Já na segunda hora, a palavra “criminosos” ficou 100% do tempo em destaque, apenas o termo “vândalos” foi utilizado, na escala 2, por 18 minutos.

**Gráfico 7** - Tempo que cada termo ficou em evidência na tarja da CNN Brasil (em todas as escalas).

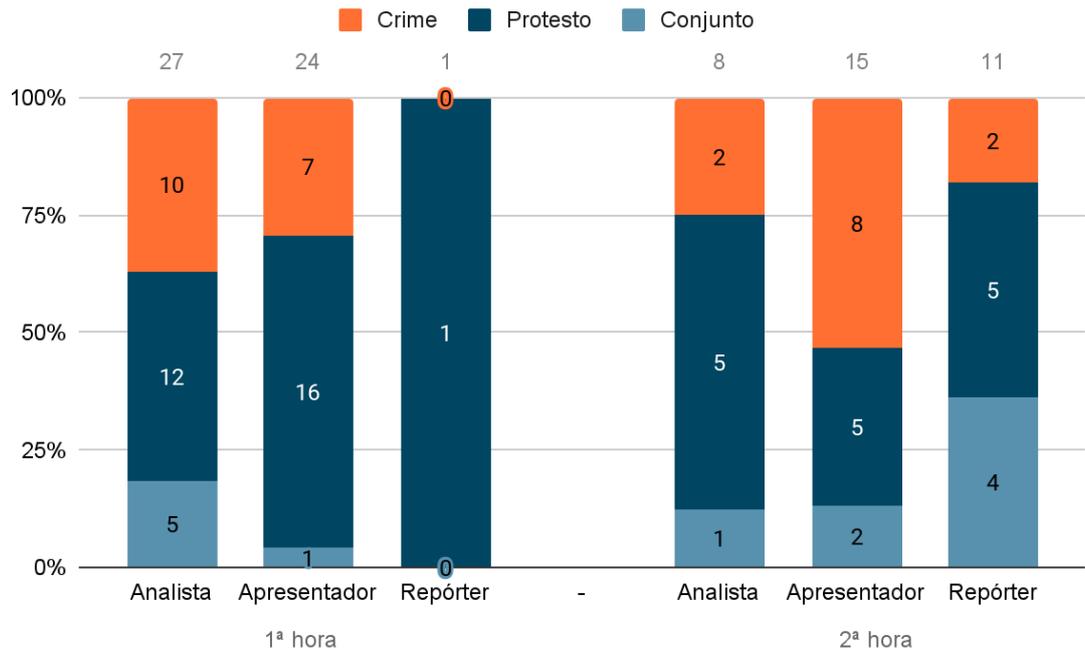


**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Isso mostra, como apresentamos no Gráfico 7, que a CNN Brasil realizou mudanças durante a primeira hora estudada até estabelecer apenas um termo como padrão para a tarja. A primeira escolha lexical coletada foi “manifestantes”, mas a palavra não voltou à tarja após os primeiros 15 minutos, sendo substituída por “radicais” e, depois, “criminosos”. Desta forma, entende-se que houve uma decisão editorial, no decorrer da cobertura, de aumentar o sentido negativo nos léxicos referentes aos envolvidos nos atos, decidindo condenar os envolvidos.

Já o vocabulário presente nas falas dos jornalistas foi categorizado de acordo com o Quadro 1 — no trinômio Crime, Protesto e Conjunto — e analisado com base na unidade de contexto, que, neste caso, são as funções dos jornalistas. Notou-se que os analistas e apresentadores tiveram uma participação maior na cobertura durante a primeira hora, mas começaram a dividir espaço com repórteres no segundo momento estudado. Na primeira hora, os analistas utilizaram mais os termos que relacionam os atos a protestos e manifestações comuns (44,4%), do que a crimes (37%) ou grupos (18,5%). E, na segunda hora, essa preferência dos analistas se manteve — 62,5% foram categorizados como termos relacionados a protesto, 25% a crime e 12,5% a conjunto. Já os apresentadores registraram mudanças: foram de 66,6% as escolhas lexicais relativas a protesto e 29,1% relativas a crime na primeira hora, para 33,3% e 53,3%, respectivamente, como é mostrado no Gráfico 8.

Por fim, os repórteres, que passaram a atuar efetivamente na segunda hora, adotaram uma linguagem mais neutra: focaram nos envolvidos como participantes de um protesto (45,4%) e de grupos políticos (36,3%) do que criminosos (18,1%). Chama a atenção no Gráfico 8 que todos os repórteres na primeira hora qualificaram o episódio na categoria de Protesto; na segunda hora eles variaram o vocabulário, que passou às classes de Conjunto e Crime.

**Gráfico 8** - Categorização e quantidade dos termos citados por jornalistas da CNN.

**Fonte:** Elaborado pela autora (2023).

Além disso, das 12 palavras diferentes coletadas em 93 ocorrências, as escolhas lexicais mais utilizadas foram: “manifestantes” (50) e “criminosos” (12). Os outros termos tiveram menos de 10 citações cada. A palavra “manifestantes” foi a mais empregada por todos os jornalistas, independente dos cargos. Isso mostra que, apesar de realizar mudanças no tom das tarjas, passando a usar termos que condenam os envolvidos no 8 de janeiro, a maior parte das falas dos jornalistas da CNN Brasil caracterizou essas pessoas como participantes de um ato político, não necessariamente ligado a um crime. Vale destacar que, durante o intervalo de tempo estudado, um analista expressou suas dúvidas a respeito de como tipificar os envolvidos no 8 de janeiro de 2023. Ele comentou as escolhas lexicais realizadas até ali e disse ser necessário realizar um “ajuste” pois os envolvidos não deveriam ser chamados mais de “manifestantes” ou “patriotas” e sim de “criminosos” e “vândalos” (CNN BRASIL, 2023, transcrição nossa).

## 5. CONCLUSÃO

De forma geral, os principais canais de jornalismo pago no Brasil – Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil — contaram com um vocabulário diversificado na hora de se referir aos envolvidos nas invasões dos Três Poderes em 8 de janeiro de 2023. Observamos diferenças entre a fala dos jornalistas (analistas, apresentadores e repórteres) e o texto escrito que tem como objetivo ancorar as imagens da televisão — a tarja. Nas falas de jornalistas, prevaleceram os termos que condenam essas pessoas e as relacionam a manifestantes comuns. Já na tarja dos telejornais, as escolhas lexicais realizadas parecem focadas em tratar dos envolvidos como criminosos, além de os relacionarem a conjuntos político-ideológicos, como veremos a seguir.

Como o objetivo deste trabalho foi estudar o discurso das emissoras tendo em vista uma possível posição editorial dos veículos, faremos aqui o cotejamento entre essas duas variáveis para chegar a conclusões e responder à nossa pergunta de pesquisa.

### 5.1. Globo News

No caso da Globo News, para relacionar os resultados com a linha editorial, utilizamos como base os princípios editoriais do Grupo Globo (GLOBO, 2021a), que são divididos em três seções. Na carta que abre o documento, os acionistas da empresa afirmam que a divulgação de tais informações busca facilitar o julgamento das produções do Grupo Globo pelo público, já que proporciona que os telespectadores verifiquem “se a prática jornalística do canal é condizente com a crença” (GLOBO, 2021a). Essa ideia vai ao encontro do que Kovach e Rosenstiel (2021) afirmaram, quando destacaram que a apresentação das normas editoriais de um veículo é uma das formas de garantir a lealdade com o público, já que isso permite que o jornalismo cumpra sua missão de repassar a verdade. Para os autores, é através da transparência do método jornalístico de apuração e checagem que é possível comprovar à sociedade a veracidade dos fatos noticiados.

Entre os princípios apresentados, de isenção, correção e agilidade, destaca-se um sobre o tratamento dos veículos ao se referir a uma pessoa criminosa. O Grupo Globo afirma que o jornal só pode apresentar uma pessoa como suspeita de crime quando essa suposição sair de uma fonte oficial pública e estiver registrada, além

disso, deve abrir espaço para trazer o outro lado, ou seja, que a pessoa acusada possa se defender. O Grupo Globo tem como parte de seus valores a defesa da democracia e considera que ações que possam ameaçar esse “imperativo do jornalismo” devem “merecer atenção especial” e ter uma cobertura “capaz de jogar luz sobre elas” (GLOBO, 2021a).

A cobertura da Globo News foi a que teve uma mudança na escolha lexical de maior grau e passou a chamar os envolvidos nos atos de “terroristas”, deixando de usar os termos “radicais” e “golpistas”, durante as duas horas de observação (entre 15h40 e 17h40) da cobertura do 8 de janeiro de 2023. As escolhas lexicais do canal, na amostra estudada, parecem ter o objetivo de caracterizar o ato como um ataque criminoso, sistemático e violento, além de relacionar os participantes a um extremo político, representado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro.

Levando em conta o que diz o documento da linha editorial do veículo para tratar de criminosos, alguns pontos precisam ser flexibilizados, já que se trata de uma cobertura que baseia a narrativa de um crime com grandes proporções em imagens. Apesar dos envolvidos não serem, desde o começo, considerados criminosos de forma oficial pela justiça ou pelas polícias — uma vez que não foram julgados nem condenados —, as imagens das invasões dos Três Poderes, advindas da internet, de autoridades ou do próprio veículo, funcionaram como provas suficientes para afirmar a ocorrência de crimes de dano ao patrimônio, associação criminosa e tentativa de golpe de estado. Assim, apesar da possibilidade dos envolvidos serem caracterizados como criminosos em flagrante desde o início da cobertura, por conta das imagens, o canal só optou por chamá-los de “criminosos” após declarações de autoridades dos Três Poderes.

Entende-se que, ao optar por um léxico condenatório associado ao ex-presidente Jair Bolsonaro para se referir aos envolvidos nos atos do 8 de janeiro de 2023, a Globo News não se atém aos seus princípios editoriais de isenção e do contraditório — já que também não houve, durante a cobertura, o espaço para posicionamentos em defesa dos envolvidos nas invasões. Por outro lado, é perceptível que o estilo narrativo nas escolhas lexicais da Globo News reafirma o postulado de Boeckel (2004), que entendeu o modelo desse canal como descritivo e indireto, ou seja, com uma distância entre o fato narrado e o jornalista, aplicando um tom observador, mas que não deixa de ser opinativo.

## 5.2. Jovem Pan News

A Jovem Pan News não tem sua linha editorial disponível na internet, mas conta com três posicionamentos eventuais do Grupo, publicados em 2022, que serão utilizados. Em todos os textos, o canal reitera a sua posição contrária a quem busca atacar o Estado Democrático de Direito, a independência entre os Poderes e as instituições públicas. A empresa também afirma ser contra a incitação à violência (JOVEM PAN, 2022a; 2022b). Apesar dessa postura editorial contra algumas características que estavam presentes na invasão — ataques aos Poderes e ao Estado —, a Jovem Pan News não demonstrou uma posição forte nas escolhas lexicais feitas durante a cobertura do ato.

A Jovem Pan News contou com um vocabulário léxico menor do que os outros veículos pesquisados durante a cobertura acerca do 8 de janeiro de 2023. Desta forma, não houve mudança no decorrer da narrativa e o veículo sustentou uma posição de com intenção de neutralidade — visto que as palavras empregadas não condenam os envolvidos, nem os conectam a conjuntos partidários. Ao chamar de “manifestantes” quem estava no ato, na maior parte da cobertura, percebe-se que a Jovem Pan News acaba diminuindo a gravidade da ocorrência, que de fato é classificada como crime no Brasil, e sai do campo da neutralidade, por não se posicionar contrariamente ao ocorrido. Afinal, optar por não utilizar palavras negativas também é uma escolha lexical e compõe uma mensagem.

No final do ano de 2022, o veículo foi alvo de polêmicas em meio ao crescimento das discussões sobre possíveis atos violentos realizados por pessoas que não aceitaram o desfecho das eleições presidenciais e o terceiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Neste contexto, a Jovem Pan News publicou mais um posicionamento, em que diz:

É preciso, nestes tempos em que a verdade se decompõe com a truculência de uma publicação falsa em rede social, reforçar o óbvio e dizer que a Jovem Pan não faz coro e não endossa qualquer lampejo golpista, ato de violência ou o uso retórico irresponsável de instrumentos constitucionais como o artigo 142 da Constituição. A Jovem Pan nunca vai apoiar qualquer manifestação que caminhe na direção do enfraquecimento ou da destruição de nossas instituições. Somos defensores do direito de discordar e vamos exercer o papel de críticos sempre que necessário (JOVEM PAN, 2022c).

O papel crítico apontado pelo veículo, entretanto, não é verificado na análise dos termos empregados no jornal, conforme a nossa classificação (Quadro 1). Foi identificado também, durante a coleta do material, que a diversificação de vocabulário para se referir aos envolvidos nos atos estavam presentes nas falas dos comentaristas

da Jovem Pan News. Apesar disso, vale refletir sobre a decisão do veículo de fazer uma cobertura jornalística sem analistas. Em um posicionamento, a empresa afirma que os jornalistas e comentaristas contratados “gozam de total liberdade para emitir opiniões”, com limites definidos pela ética profissional e pela legislação brasileira (JOVEM PAN, 2022a). É desta forma, segundo a Jovem Pan News, que o público pode entender o compromisso com o debate e com a liberdade de expressão proposto. O veículo reforça frequentemente que as falas de jornalistas, comentaristas e convidados não refletem a posição editorial da empresa.

Entende-se que essa falta de jornalistas que necessitam, como parte declarada da função, seguir a linha editorial do jornal, abre espaço para uma desvinculação dos comentários propagados com a responsabilidade da empresa. Portanto, há dúvidas se as produções podem confirmar ou não qual é a ideologia do veículo e o contexto em que se inserem. Isso dificulta que o telespectador fique consciente das escolhas e objetivos da empresa e, conseqüentemente, afetam a própria construção social da realidade, como explica Bourdieu (1997). Entretanto, destaca-se que a contratação ou convite desses profissionais pela Jovem Pan News carregam por si só um significado, pois indicam quais são as linhas editoriais do veículo com base no perfil ideológico dos comentaristas. Silva (2022) havia apontado que os jornalistas, mesmo que inconscientemente, reproduzem nas manchetes as perspectivas da empresa. Por fim, por ser uma análise mais complexa e fora do escopo da pesquisa, optou-se por não incluir os comentaristas nesta análise.

Destacamos, por conta do acontecimento em que este trabalho é construído, que o Grupo Jovem Pan entrou como alvo de um inquérito civil do Ministério Público Federal (MPF) para apurar a conduta dos veículos da empresa ao disseminar “conteúdos desinformativos a respeito do funcionamento das instituições brasileiras e com potencial para incitar atos antidemocráticos” (MPF, 2023). O foco da investigação é decorrente dos crimes contra as sedes dos Três Poderes no dia 8 de janeiro de 2023. Na ação, o MPF afirma que comentaristas da Jovem Pan News “minimizaram o teor de ruptura institucional” dos crimes e tentaram justificá-los (MPF, 2023). O documento também pede a cassação das concessões de rádio e televisão da empresa. No dia seguinte à intimação, o presidente do grupo renunciou ao cargo, mas continua até o momento como o maior acionista. Alguns comentaristas também foram afastados da emissora. Até a redação final deste trabalho, o inquérito do MPF não tinha resultado em desdobramentos e continuava em aberto.

### 5.3. CNN Brasil

Os princípios editoriais da CNN Brasil também não são disponibilizados na internet, portanto utilizamos, neste trabalho, manifestos publicados nos últimos anos. Pela resposta da empresa a e-mails enviados, foi informado que o veículo segue a linha editorial da marca CNN internacional. Quando a empresa começou no Brasil, publicou um manifesto baseado na marca: fatos acima de tudo, sem imparcialidade ou emoções. Dois anos depois, a CNN Brasil divulgou um reposicionamento, focado no jornalismo brasileiro:

Somos uma plataforma de comunicação, independente, confiável e imparcial, comprometida com a verdade dos fatos, pois são eles que têm o poder de mudar a vida das pessoas, das sociedades e os rumos da História. Respeitamos a Constituição Brasileira, a democracia, a liberdade de expressão e os direitos das cidadãs e dos cidadãos. Temos compromisso com a pluralidade do povo brasileiro e com a sua diversidade (CNN BRASIL, 2022b).

O veículo se apresenta como um meio jornalístico independente, isento e plural, mas não dá mais detalhes sobre sua linha editorial. De forma semelhante aos outros canais estudados, e como discutido anteriormente, os princípios da CNN Brasil são baseados na imparcialidade e na isenção.

A CNN Brasil é o veículo com a maior diversificação de vocabulário entre os pesquisados neste trabalho, o que resulta em uma abertura para testes de termos. O canal realizou mudanças durante a primeira hora estudada até estabelecer poucos termos como padrão, assim concluímos que houve uma decisão, durante a cobertura, para intensificar o sentido negativo nas palavras empregadas ao se referir aos envolvidos nos atos. Entretanto, a maioria das falas dos jornalistas contou com o termo “manifestantes”. Desta forma, entende-se que, apesar das mudanças no tom das tarjas, que passaram a condenar os envolvidos no 8 de janeiro de 2023, a maior parte dos jornalistas empregou com cautela palavras referentes à participação de um ato político, não necessariamente ligado a um crime.

Mesmo condenando os participantes dos atos de 8 de janeiro de 2023 — medindo-se o tempo nas tarjas —, metade dos termos utilizados pelos jornalistas do veículo foram referentes ao ato de se manifestar. Isso nos leva a ponderar sobre a falta de uma linha editorial mais elaborada que, junto à recente criação da CNN Brasil, poderia ser o motivo da falta de padrão no tom das escolhas lexicais referentes à invasão dos Três Poderes. Alguns jornalistas da CNN Brasil — assim como da Globo

News — resolveram deixar claro, durante a cobertura, que chamar os envolvidos como manifestantes não seria correto, por se tratar de um crime com alta densidade política, o que comprova ainda mais as divergências entre as atuações de jornalistas da CNN Brasil diante da escassez de uma política editorial. Sabemos que, apesar de serem entendidas apenas como palavras, as escolhas do léxico apropriado a cada situação são carregadas de significado e simbolismo. A língua não tem como característica a transparência, sendo necessário interpretar criticamente cada termo, como explica Hayakawa (1972). Desta forma, o veículo cumpriria de forma parcial seus princípios editoriais relacionados à isenção e imparcialidade, pode-se dizer, mas destacamos que a falta de detalhamento editorial acaba sendo um problema, tanto para os funcionários, como para a crítica e interpretação do conteúdo jornalístico da CNN Brasil.

Como consideração final, é importante ressaltar a necessidade da publicização e disponibilização dos princípios editoriais dos veículos. Mesmo que sejam distribuídos peças comerciais e editoriais, por alguns dos veículos selecionados em nossa amostra, em momentos específicos, a confiabilidade do público só pode ser construída com a transparência das regras e dos compromissos das empresas jornalísticas sem data de expiração, como indicam Kovach e Rosenstiel (2021).

Compreendemos que há espaço para dar continuidade a este tipo de pesquisa e realiza um estudo focado na relação de comentaristas com os princípios editoriais das empresas jornalísticas, num nível ainda mais amplo do que realizamos aqui. Por fim, espera-se que o levantamento e a análise dos termos dos canais Globo News, Jovem Pan News e CNN Brasil possam contribuir para pesquisas futuras mais aprofundadas ou comparativas.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Eduardo Simões de. **O mercado da televisão a cabo no Brasil**. Ensaios FEE, Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser, v. 30, n. 1, p. 257-280, 2009.

ANATEL. **Acessos históricos TV por assinatura**. Disponível em: <<https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acoes/historico>>. Acesso em: 24 de jun. de 2023.

AOVIVONEWS. **Ao vivo: terroristas invadem o Congresso Nacional** | Globonews 08/01/2023. YouTube, 8 de jan. de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EMyIP3DtMIY>>. Acesso em: 20 de mai. de 2023.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Telejornalismo Global: A CNN e a geocomunicação na Guerra do Iraque**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n. 27, 2004, Porto Alegre. Anais. Porto Alegre: Intercom, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 12. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERTONCELLO, Marcos Notari. **A convergência no Radiojornalismo: Uma análise das transmissões da Rádio Jovem Pan de São Paulo através do Facebook**. 2019. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. **Dimensões da palavra**. Filologia e Linguística Portuguesa, n. 2, p. 81-118, 1998.

BOECKEL, Cristina Reis. **GloboNews: O começo do jornalismo 24 horas na TV brasileira**. 2004. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**: seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRITTOS, Valério Cruz. **Televisão a cabo: funcionamento e desenvolvimento. Verso e Reverso**, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, n. 24, p. 51-74, 1997.

\_\_\_\_\_, Valério Cruz. **A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, ano 20, n. 31, p. 9-34, 1999a.

\_\_\_\_\_, Valério Cruz. **A oligopolização do mercado brasileiro de TV por assinatura.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n. 22, 1999, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Intercom, 1999b.

CAPRINO, Mônica Pegurer. **Palavras de jornal:** uma análise do uso dos sinônimos na imprensa. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, v. 28, p. 25-43, 1997.

CARVALHO FILHO, Antônio Augusto Amaral de. Tutinha conta tudo sobre a estreia do canal Jovem Pan News na TV. [Entrevista concedida a] Adalberto Leister Filho. **GoWhere, Lifestyle e Gastronomia**, 2021. Disponível em: <<https://gowhere.com.br/a-nova-fase-da-jovem-pan/>>. Acesso em: 26 de jun. de 2023.

CIPOLONI, Leandro. CNN Brasil: Confira a chegada em terras brasileiras do maior canal de notícias do mundo. [Entrevista concedida a] autor não informado. **GoWhere, Lifestyle e Gastronomia**, 2019. Disponível em: <<https://gowhere.com.br/cnn-brasil-confira-a-chegada-em-terras-brasileiras-do-maior-canal-de-noticias-do-mundo/>>. Acesso em: 26 de jun. de 2023.

CNN BRASIL. **Fatos Primeiro:** manifesto expressa compromisso da CNN Brasil com a verdade. CNN Brasil, 15 de mar. de 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/fatos-primeiro-manifesto-em-defesa-da-credibilidade-da-cnn>>. Acesso em: 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **CNN lança posicionamento em ano de cobertura eleitoral.** CNN Brasil, 15 de fev. de 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/cnn-lanca-posicionamento-em-ano-de-cobertura-eleitoral/>>. Acesso em: 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **Nós somos a CNN Brasil.** CNN Brasil, 23 de mai. de 2022b. Disponível em: <<https://hotsite.cnnbrasil.com.br/novo-posicionamento>>. Acesso em: 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **CNN 360° - 08/01/2023.** CNN Brasil, 23 de mai. de 2022b. YouTube, 8 de jan. de 2023. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=3OLsCwoqZfE&ab\\_channel=CNNBrasil](https://www.youtube.com/watch?v=3OLsCwoqZfE&ab_channel=CNNBrasil)>. Acesso em: 20 de mai. de 2023.

FELTRIN, Ricardo. Veja os 20 canais pagos mais vistos no Brasil em outubro. **Splash Uol**, 7 de nov. 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/11/07/veja-o-ranking-dos-20-canais-pagos-mais-vistos-de-outubro.html>>. Acesso em: 10 de jun. de 2023.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia.** 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 2001.

FLORENCIO, José Herbertt Neves. **Argumentatividade das palavras:** construção de aparato textual-interativo para o estudo do léxico e análise em textos do jornalismo recifense sobre as eleições de 2018. 2020. Tese (Doutorado em Letras) -

Programa de Pós-Graduação em Letras - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.

GALVÃO JUNIOR, Lourival da Cruz. **O "Dizer" e o "Como Dizer"**: um estudo sobre a relação forma/conteúdo no manual de radiojornalismo Jovem Pan. Revista Alterjor, v. 2, n. 2, p. 1-13, 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88204>>. Acesso em: 26 jun. de 2023.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide** - para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GLOBO. **Princípios editoriais do Grupo Globo**. g1, 6 de ago. de 2011. Disponível em: <<https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>>. Acesso em 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **2011 - Lançamento dos Princípios Editoriais do Grupo Globo**. Grupo Globo História, 26 de nov. de 2021. Disponível em: <<https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/2005-2014/noticia/2011-lancamento-dos-principios-editoriais-das-organizacoes-globo.ghtm>>. Acesso em 2 de jul. de 2023.

HAYAKAWA, Samuel Ichiey. **A linguagem no pensamento e na ação**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1972.

HOUAISS, Antônio; CARDIM, Ismael (eds.) **Webster's**. English-Portuguese Dictionary. V. 1 e 2. Rio de Janeiro: Record, 1984.

JOVEM PAN. **Editorial do Grupo Jovem Pan**. Jovem Pan, 12 de mai. de 2022a. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/opiniao-jovem-pan/editorial-do-grupo-jovem-pan>>. Acesso em 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **Editorial Jovem Pan**. Jovem Pan, 30 de out. de 2022b. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/noticias/brasil/editorial-jovem-pan.html>>. Acesso em 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **Editorial do grupo Jovem Pan**. Jovem Pan, 27 de dez. de 2022c. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/noticias/brasil/editorial-do-grupo-jovem-pan-2>>. Acesso em 2 de jul. de 2023.

\_\_\_\_\_. **JP URGENTE** - 08/01/23. Jovem Pan News, 8 de jan. de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BqUoXWF9lRm&t=9254s>>. Acesso em 20 de mai. de 2023.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect**. 4. ed. Nova Iorque, Estados Unidos da América: Three Rivers Press, 2021.

KRIEGER, Maria da Graça. Lexicografia: o léxico no dicionário. *In*: SEABRA, Maria Cândida Trindade Costa de (Org.). **O léxico em estudo**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2006.

MAIA, Marcus. **Manual de Lingüística**: subsídios para a formação de professores indígenas na área de linguagem. 1. ed. Brasília: Ministério da Educação e Cultura (MEC/SECAD), 2007.

MARCONDES, Ciro (org.). **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Paulos, 2014b.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira**: 40 anos de história - 1950/1990. Salvador: Abap-BA/A Tarde, 1990.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MICHAELIS: **moderno dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues>>. Acessado em 27 de jun. de 2023.

MPF instaura inquérito contra Jovem Pan por divulgar fake news e incitar atos antidemocráticos. **Ministério Público Federal**, São Paulo, 9 de jan. de 2023. Disponível em: <<https://www.mpf.mp.br/sp/sala-de-imprensa/noticias-sp/mpf-instaura-inquerito-contr-a-jovem-pan-por-divulgar-fake-news-e-incitar-atos-antidemocraticos>>. Acesso em: 26 de jun. de 2023.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **Globo News**: o primeiro canal de jornalismo do brasil, 10 anos, 24 horas no ar. São Paulo: Globo, 2006.

PODER 360. **Leia a cronologia dos fatos que levaram às invasões**. Poder 360, 9 de jan. de 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/leia-a-cronologia-dos-fatos-que-levaram-as-invasoes/>>. Acesso em 7 de jul. de 2023.

SILVA, Camila de Lima da. **Perspectivas contrastantes nas manchetes jornalísticas durante a pandemia**: os desdobramentos da abordagem cognitiva nos textos jornalísticos. 2022. Monografia (Licenciatura em Letras) - Faculdade de Letras - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

## GLOSSÁRIO

**Analista:** o jornalista que faz uma análise das informações noticiais apresentando apurações próprias, com fontes divulgadas ou não, e dados indiretos. Costuma ser segmentado (analista de política, de economia, de saúde, de esporte etc.).

**Apresentador:** o jornalista que apresenta um jornal, chamando todas as notícias ao público e trazendo informações não necessariamente sendo autor das apurações.

**Comentarista:** pessoa que expressa opiniões sobre um fato, não obrigatoriamente de acordo com a linha editorial do veículo. Não precisa ser um jornalista.

**Repórter:** o jornalista que coleta e comunica as informações de forma direta e, na maioria das vezes, com fontes primárias (entrevistas, coletivas, documentos disponíveis etc.).

**Tarja:** bloco com palavras e/ou pequenas frases na parte inferior da tela que resume o que está sendo noticiado de uma forma objetiva e generalizada.