15 a 17 de maio, 2019
COMPOLÍTICA8
Brasília - FAC - UnB

VISIBILIDADE E DEBATE PÚBLICO SOBRE O CASO BOLSONARO/WHATSAPP NAS CAPAS DOS JORNAIS[1]

VISIBILITY AND PUBLIC DEBATE ON THE BOLSONARO/ WHATSAPP CASE IN THE NEWSPAPER COVERS

Alexandre Haubrich[2]
Nathália Bittencurt dos Santos[3]

***Resumo**: Este artigo analisa as capas dos principais jornais brasileiros nos dias seguintes à denúncia veiculada pela Folha de S. Paulo de que o então candidato a presidente nas eleições de 2018 Jair Bolsonaro (PSL) utilizara recursos ilegais em sua campanha. A denúncia referia-se ao uso de "caixa 2" para financiar o envio de mensagens em massa via Whatsapp através de listas cedidas por empresas, o que é proibido pela legislação eleitoral. Analisamos as capas dos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo nos sete dias contados a partir de 18 de outubro de 2018, quando a denúncia é veiculada. Essa investigação dá-se à luz de teorias relacionadas aos seguintes temas: debate público e visibilidade; interesse público e privado; práticas jornalísticas; e corrupção e escândalo político. Percebeu-se que, com exceção da Folha de S. Paulo, há um rápido esvaziamento do assunto nas capas dos jornais analisados.*

***Palavras-Chave:** Debate público. Eleições. Bolsonaro.*

***Abstract**: This article analyzes the cover of the main brazilian newspapers in the days following Folha de S. Paulo's denunciation that the candidate for president in the 2018 elections Jair Bolsonaro (PSL) had used illegal resources in his campaign. The complaint referred to the use of "box 2" to fund mass mailings via Whatsapp through lists provided by companies, which is prohibited by electoral legislation. We analyze the covers of the Folha de S. Paulo, O Globo and O Estado de S. Paulo newspapers in the seven days counted from October 18, 2018, when the complaint is transmitted. This research is based on theories related to the following themes: public debate and visibility; public and private interest; journalistic practices; and corruption and political scandal. It was noticed that, with the exception of Folha de S. Paulo, there is a rapid emptying of the subject in the covers of the analyzed newspapers.*

***Keywords:** Public debate. Elections. Bolsonaro.*

1. Introdução

No dia 28 de outubro de 2018 os eleitores brasileiros escolheriam o presidente da República que assumiria seu mandato em 2019. Na disputa, Fernando

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Jornalismo Político do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

[2] Doutorando em Comunicação e Informação no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs). Email: alexandre.haubrich@gmail.com.

[3] Graduada em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs). Email: nathaliabittencurts@gmail.com.

Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), em um segundo turno que refletia um processo eleitoral extremamente polarizado. Bolsonaro vencera o primeiro turno, mas mobilizações nacionais que reuniam pessoas e entidades de diversos campos políticos buscava reverter a vantagem com a qual o candidato do PSL largara. Dez dias antes da votação final, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou uma reportagem que denunciava práticas ilegais na campanha de Jair Bolsonaro e que, a depender de sua repercussão, poderia gerar mais ou menos influência nos resultados eleitorais.

Na reportagem[4], a *Folha* denuncia o uso, pela campanha de Bolsonaro, de doações não declaradas para a difusão de notícias falsas via *WhatsApp*, um aplicativo de mensagens instantâneas para *smartphones*. Conforme a reportagem, cada contrato chegaria a R$ 12 milhões e estariam vinculados a esses contratos disparos de centenas de milhões de mensagens com conteúdos contra o Partido dos Trabalhadores, de Fernando Haddad. Duas ilegalidades eleitorais estariam envolvidas: as doações de empresas, feitas via "caixa 2", e a compra de bases de dados vendidas por agências de estratégia digital.

Neste artigo tratamos da participação dos principais jornais impressos brasileiros no debate público constituído a partir de denúncia veiculada pelo jornal *Folha de S. Paulo* a respeito do uso, pelo candidato Jair Bolsonaro (PSL), de mecanismos ilegais de disparo de mensagens digitais em sua campanha, que terminou vitoriosa. A denúncia foi divulgada como manchete principal da capa da Folha no dia 18 de outubro, gerando, como assunto de interesse público, algum nível de debate público potencialmente capaz de influenciar a disputa eleitoral. Nesta análise, temos como objetivo, assim, compreender como os jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* repercutiram, em suas capas, as denúncias divulgadas pela Folha. A análise desenvolve-se à luz de discussões teóricas apresentadas no Capítulo 2.

Metodologicamente, analisamos as capas dos jornais em questão durante uma semana a partir da publicação da denúncia – de 18 a 24 de outubro –, partindo-se do entendimento de que as capas são o espaço mais nobre do jornal, onde a capacidade de atuar sobre a opinião pública está mais potencializada e, em alguma

[4] Disponível em www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml. Acesso em 1º de março de 2019.

medida, expressão das posições e das prioridades assumidas pelo jornal como empresa. Observamos, nas capas, as manchetes principais e secundárias, bem como fotos, legendas e textos em geral, buscando referências ao tema pesquisado, assim como analisamos os enquadramentos apresentados em cada caso.

2. Fundamentação teórica

Para compreender como o acontecimento aqui observado desenvolveu-se nas capas dos jornais, tratamos, como fundamentação teórica, do tema do *debate público e visibilidade* (com Weber, 2017; Maia, 2012; e Esteves, 2011), da *prática jornalística* (com Charron e Bonville, 2016; e Biroli e Miguel, 2017) e da *corrupção* e do *escândalo político* (dialogando com as reflexões de Avritzer, 2011; Filgueiras, 2008; e Thompson, 2002).

2.1. Debate público e visibilidade

Os espaços de debate público mantêm-se em funcionamento mesmo em sociedades com níveis mínimos de democracia. Esse debate acontece em espaços institucionais ou informais, estáveis ou instáveis, com regras delimitadas ou dinâmicas incontroláveis. E acontece não apenas de maneira argumentativa, mas também através de performances, protestos, mobilizações, marchas, etc. Também os atores são os mais variados, dos mais organizados aos mais marginalizados. Suas diversas formas de expressão vão compondo o debate público, enchendo esse volúvel recipiente de conteúdos que se confrontam, espalham, repelem e misturam.

Essas dinâmicas são crescentemente atravessadas pelas lógicas próprias dos meios de comunicação:

> Planejado ou espontâneo, o debate é acionado e os públicos se organizam para se manifestar, sendo que a disparidade no formato de participação está garantida, considerando a capacidade de cada público utilizar dispositivos de visibilidade e de comunicação com as competências de relações públicas, marketing, jornalismo e propaganda. (WEBER, 2017, p. 43).

As mídias interferem como meio de passagem de conteúdos, mas, também, como atores com posições e interesses próprios, escolhendo enquadramentos, visibilidades e invisibilidades.

Em experimentos com processos deliberativos, Maia (2012) percebeu que os conteúdos midiáticos estimulam conversações e orientam as interpretações das pessoas sobre os temas em debate. Apreendeu-se que os sujeitos mesclam, para interpretar os fatos, opiniões e experiências pessoais anteriores com os conteúdos e orientações fornecidos pela mídia.

Nosso entendimento sobre a noção de comunicação pública é compartilhado da conceituação formulada por Weber (2017, p. 23), que a percebe como "instância do debate público capaz de mobilizar a comunicação institucional do Estado (os três poderes e instituições), a comunicação midiática (mídias de massa, mídias alternativas) e a comunicação da sociedade (sociedade organizada, grupos e públicos)". Esse debate é acionado por temas de interesse público, embora nem sempre as posições, opiniões e estratégias que dele fazem parte estejam direcionadas ao atendimento do interesse público, já que este "é a marca retórica dos discursos e das práticas das democracias, embora a sociedade possa ser alijada das decisões sobre temas de interesse público" (WEBER, 2017, p. 26) e os interesses privados atravessem todos os âmbitos do debate.

Tensionada pelos diferentes interesses e concepções postos na mesa, essa discussão "ocorre na *esfera de visibilidade pública* onde são tecidos argumentos racionais, opiniões passionais, mobilizações e estratégias publicitárias em busca de promoção, compreensão, defesa, apoio" (WEBER, 2017, p. 39). A comunicação pública é, portanto, composta não apenas de argumentação, mas de uma série de recursos dos quais os sujeitos, instituições e organizações se valem para ganhar espaço, combinando ação comunicativa e ação estratégica.

Com maior ou menor qualidade, a comunicação pública constitui-se como a circulação de opiniões, argumentações e representações diversas em torno de temas de interesse público, formando o debate público. Esses temas e os seus sentidos são disputados na *esfera de visibilidade pública* e podem acessá-la a partir de diferentes caminhos, passíveis de resumo em duas formas: de maneira planejada, como mudanças políticas e econômicas programadas e que serão anunciadas; e de maneira espontânea, casos, por exemplo, de catástrofes ambientais ou tragédias sociais (WEBER, 2017). Esse debate público é incontrolável, embora alguns atores procurem controlá-lo. Porém, mesmo com

legislações, instituições governamentais e outras estruturas formais, há uma série de elementos formados em rede que vão ampliando ou reduzindo os holofotes e as vozes em torno de determinado tema (WEBER, 2007). Para se desenvolver sem controle direto, a comunicação pública depende de espaços "onde possam circular temas de interesse público gerados por sistemas e redes, assim entendidos por debaterem valores vitais para o Estado, a sociedade e indivíduos, tanto nas instâncias de produção, quanto naquelas de recepção" (WEBER, 2017, p. 43). Ao mesmo tempo em que contém a comunicação pública, o debate público é por ela contido. Os meios de comunicação são parte desse processo.

2.2. Práticas jornalísticas

O conceito de jornalismo pode estar ligado à prática discursiva de temas da realidade, do interesse comum e público. Em segundo plano, ligado à prática interdiscursiva, pois o jornalismo seria o encontro entre diferentes elementos, como o suporte material e as fontes de discurso (CHARRON e BONVILLE, 2016). Esses autores estudaram a história cronológica do jornalismo para propor uma análise teórica sobre suas modificações ao longo do tempo, focando, no entanto, nas mudanças que as novas culturas e fatores externos, como a economia mundial e as alterações que as próprias práticas jornalísticas possam ter causado no jornalismo.

Nessa concepção de historiografia do jornalismo, há modelos teóricos representados por paradigmas em que Charron e Bonville (2016) centram atenções especificamente nos atributos do discurso jornalístico. Um primeiro paradigma é o *jornalismo de transmissão*, a partir da identificação dos primeiros jornais que surgem no século XVII. Esses são impressos espalhados em correspondências diversas, transmitindo informações entre as fontes e os leitores que acompanham. Essas fontes eventualmente falam em nome de pseudônimos, no entanto, nem o responsável por entregar o jornal físico, no caso o gazeteiro, nem o jornalista responsável por redigir o conteúdo, possuem um modo discursivo.

A "cara" de uma opinião jornalística só seria identificada no início do século XIX, quando há um tipo de transformação de instituições políticas e debates relevantes na sociedade como o direito ao voto, à participação nas decisões comuns, à existência de partidos políticos. O *jornalismo de opinião* vem do espaço

social para a existência de opinião e de quem vocalize e organize essa opinião num jornal, isto é, um editor. O veículo fica então a serviço dos interesses das lutas políticas de seu contexto social, recheado de expressões de diferentes matizes e de combate a ideologias diversas, alcançando as altas e baixas camadas econômicas da população, sobretudo a norte-americana. Esse alcance é bastante limitado devido ao alto nível de analfabetismo e à simplicidade tecnológica, mesmo contando com financiamento significativo de leitores, mecenas políticos e, em certa medida, das primeiras práticas publicitárias.

A melhoria nas condições de transporte e a industrialização, principalmente nas últimas décadas do século XIX, contribuiu para a produção em massa de exemplares de jornais. O pensamento comercial ganha peso e consigo a publicidade nos produtos, incluindo os jornais, o que é visto como uma oportunidade de negócio. Os textos são pensados de forma mais suscetível ao entendimento do maior número de leitores possíveis, incluindo as classes populares. Entre 1880 e 1910, diante da maior facilidade em ampliar tiragens e distribuir mais jornal, isto é, mais *informações*, surge o *jornalismo de informação*, consolidando-se a partir dos anos 1920. Na segunda metade do século XX, é notada a diminuição do espaço para a informação nos jornais e o surgimento de novas plataformas de mídias, impulsionadas pela busca de inovações tecnológicas. O paradigma do *jornalismo de comunicação* ostenta então um tipo de superabundância de oferta, mais inovadora, com forte presença da digitalização e miniaturização (CHARRON e BONVILLE, 2016).

A definição de jornalismo estaria na identificação e especificação de suas práticas anteriores, o que não quer dizer uma abordagem cronocentrista, como se ao andar da evolução profissional os jornalistas pudessem aperfeiçoar-se e o verdadeiro jornalismo seria tal qual conhecemos mundialmente hoje em dia. Charron e Bonville (2016) combatem a corrente cronocentrista e também a visão liberal de que a história do jornalismo seria uma jornada permanente em busca da liberdade. Dentre as variantes históricas que criam os paradigmas, diferentes atores reivindicaram mais ou menos a identidade de jornalista.

Em um primeiro momento, os gazeteiros que entregavam os jornais em mãos. Depois, os editores e redatores, principalmente os redatores políticos durante o século XIX. Mais adiante, os repórteres têm seu papel fundamental na construção da

prática jornalística informativa. Para eles, “o jornalismo, no sentido contemporâneo do termo, só surge, portanto, pela especificação progressiva de práticas antigas. Entre elas, não há ruptura, mas continuidade” (CHARRON e BONVILLE, 2016, p.32). Essa continuidade é perceptível nos diferentes meios atuais do jornalismo, chegando-se ao jornalismo digital, *online*.

Dentro do jornalismo há um valor basilar: a objetividade. A busca pela objetividade pode disciplinar e dar legitimidade ao jornalismo. O jornalismo moderno seria impregnado de busca pela fidelidade aos fatos, orientando sua prática diária, potencializada com os avanços tecnológicos e a industrialização mundial. A padronização das rotinas jornalísticas e a diferenciação entre jornalistas e militantes de ideias diversas, principalmente as políticas, são alimentadas pelo ideal de alcance da objetividade (BIROLI e MIGUEL, 2017).

Independentemente do grau de protagonismo depositado na figura do jornalista, há a expectativa de que esse produza um trabalho recheado da maior quantia de objetividade possível, dando ênfase aos fatos e não à sua opinião ou de quem quer que seja. A busca por objetividade parte de um tipo de balanço consensual de que o jornalismo ideal não existe, nem nunca existiu. Diante da impossibilidade de retirar o narrador (o repórter, o jornalista) da cena reportagem, pois ele de um modo ou de outro escolhe palavras e signos para noticiar algo ao mundo, podem ser suprimidos da produção jornalística possíveis julgamentos sobre os fatos, restando apenas fatos. Biroli e Miguel (2017) explicam que a perseguição pela objetividade como um ofício jornalístico pode acrescentar dose importante de honestidade ao trabalho desempenhado. “O jornalismo pode não mais sustentar que aquilo que ele apresenta a seu público é *a* realidade - mas garante que, ao menos, *é* realidade” (BIROLI e MIGUEL, 2017, p.61).

Para eles, o que está em questão em meio à busca pela imparcialidade e a objetividade, mesmo que inatingíveis, é compreender como a comunicação de massa age através dos seus discursos jornalísticos sobre o mundo da política e assim o dão sentido. Apesar da tecnologia e as novas mídias terem facilitado o acesso ao mundo da informação, a prática jornalística faz-se necessária para coletar, selecionar e empacotar as milhares informações diárias de forma que estas

façam sentido para quem as acessa, contribuindo para a compreensão geral sobre o que se passa em arenas como a da política.

2.3. Corrupção e escândalo político

A democratização brasileira a partir da Constituição de 1988 é um marco na história política do país, gerando avanços do ponto de vista dos direitos civis e da participação cidadã. À medida em que os avanços civis são perceptíveis, há também uma problemática a ser enfrentada como prática que se renova sob diferentes formas e em diferentes locais na estrutura de poder: a corrupção.

Partindo da ideia de que há diferentes faces e *modus operandi* da corrupção, podemos discutir as diferentes abordagens do problema, afinal, não há uma teoria política da corrupção em si. O esforço diante de diversas angulações é o de expressar o horizonte normativo que algumas teorias procuram expressar, pensando também em como esse conceito foi pensado e recebido pela sociedade em cada época, como aponta Filgueiras (2008). Ao olhar para o recente século XX, podemos identificar linhas gerais de pesquisa sobre a corrupção que refletem as problemáticas de seu tempo. Após a Segunda Guerra Mundial, surge a *teoria da modernização*, com uma perspectiva evolucionista da sociedade e estabelecendo um princípio dicotômico entre tradição e modernidade. Essa teoria desenvolve-se sobre dois tipos de estrutura social e de acordo com seus processos de mudanças sociais, isto é, de acordo com seus estágios de desenvolvimento, para chegar à forma plena de um sistema, com o político e o econômico ao mesmo tempo. Os parâmetros são dicotomias como setor rural e setor urbano; não industrializado e industrializado; subdesenvolvido e desenvolvido.

De acordo com a teoria da modernização, quando a corrupção emerge, significa que o sistema de instituições (uma empresa ou um órgão público) pendeu mais à tradição do que à modernidade, criando um ambiente propício aos erros e escolhas individuais, caracterizando o subdesenvolvimento. A prática corrupta nesse caso “representa momentos de mau funcionamento das organizações do sistema político, que criam sistemas de incentivo para que esse tipo de comportamento se torne comum na política” (FILGUEIRAS, 2008, p.355).

Ao associar o mau funcionamento do sistema político ao guarda-chuva do subdesenvolvimento, a teoria da modernidade toma o sistema moderno capitalista como modelo normativo em que, para se combater a prática da corrupção, é necessário ter como modelo as instituições dos países ditos desenvolvidos, de acordo com os critérios capitalistas.

Outra abordagem da teoria da modernização é a cultura política. Esta determina que os países de tradição católica tendem a tolerar mais a corrupção por terem postura mais conducente e obediente em comparação com os países de tradição protestante. Avritzer (2011), em outra análise sobre os sistemas políticos, critica essa definição de fenômeno natural para corrupção, como se esta fosse uma característica da cultura brasileira adquirida por herança da colonização portuguesa e dessa forma tivesse marcado as relações corruptas entre o que é de pertencimento público e de gerência privada, inevitavelmente. Para Avritzer (2011), naturalizar a corrupção nas práticas do povo brasileiro é ignorar a percepção da própria política e da corrupção do ponto de vista da população e fechar os olhos para o esforço de aprimoramento institucional aplicado nos anos 1990, como a criação da Controladoria-Geral da União, da Lei Orgânica dos Tribunais de Conta e a reestruturação da Polícia Federal.

A superação da agenda de pesquisa hegemônica da teoria da modernização no século XX só se deu a partir dos anos 1980 e 90, dada a queda do Muro de Berlim e, com isso, a queda da visão dicotômica geral do mundo. Esta guinada de pensamento por parte de cientistas políticos considera que não importa, necessariamente, o tipo de estrutura social, mas as atitudes dos sujeitos políticos conforme suas próprias preferências políticas. A nova abordagem foi iniciada pela premissa de um novo institucionalismo por Susan Rose-Ackerman (1999 *apud* FILGUEIRAS, 2008). Esse ponto de vista está conectado a uma nova agenda política que defende um tipo de reforma do Estado na qual o que importa são as normativas da democracia e o mercado, e o que pesa fundamentalmente são as preferências individuais dos agentes políticos para o desenvolvimento de tais reformas, e não a mudança da estrutura da sociedade em si. A corrupção ocorre “na interface dos setores público e privado, de acordo com sistemas de incentivo que permitem aos agentes políticos maximizarem utilidade mediante suborno e propina”

(ROSA-ACKERMAN, 1999 *apud* FILGUEIRAS, 2008, p.357). Aqui, a corrupção é reflexo de um comportamento do indivíduo, que almeja maximizar sua renda privada pensando em seu próprio bem-estar. Essa abordagem aponta para a demanda por reformas institucionais que deem autonomia para o mercado e a democracia e incentivem a restrição da prática da corrupção, diminuindo o peso da burocracia estatal no desenvolvimento econômico e político do país.

Algumas reformas importantes foram aplicadas nos sistema político brasileiro a partir da ditatura militar em 1964. As reformas trouxeram distorções como a proporcionalidade das representações eleitas nos estados, mais vagas de deputados no Congresso Nacional e o uso de critérios políticos na divisão de recursos do orçamento nacional. O peso político nesse processo transformou-se em uma lógica de financiamento do sistema político e eleitoral baseada em verbas públicas. Avritzer (2011) demonstra a função de moeda de troca que recursos da máquina pública estatal e seus cargos tem na governabilidade dos governos contemporâneos, pois o sistema proporcional brasileiro é, na prática, o chamado "presidencialismo de coalizão", onde um presidente é eleito, porém nunca obtém sozinho junto aos parlamentares de seu partido maioria para aprovar seus projetos. Tal quadro leva a "um conjunto de negociações no interior do Congresso que, como é amplamente sabido, favorece casos de corrupção e o popular 'caixa dois'" (AVRITZER, 2011, p.45).

Conectada às discussões sobre corrupção está a noção de *escândalo*, que pode estar intimamente vinculada ao significado de contravenção, transgressão, ao mesmo tempo em que se liga à lembrança de estruturas de poder, seja na política ou na mídia ou nos dois.

Mesmo que a noção de contravenção seja carregada junto ao sentido de escândalo, esse varia de acordo com valores morais e costumes de cada cultura, em cada contexto social e histórico. Apesar desse quesito sensível de variabilidade, há expectativas de conduta e comportamento em determinados campos da sociedade. Um desses lugares é o exercício do poder político, suas regras e convenções obrigatórias para quem o ocupa. Integrantes dos altos escalões dos governos são postos em maior evidência, pois suas atitudes individuais podem ser julgadas incoerentes com seu discurso público.

A prática de violar regras, leis e convenções ao desempenhar cargos e obrigações públicas caracteriza a prática da corrupção que pode preceder um escândalo. Para assumir a identidade de *escândalo*, o ato transgressor corrupto precisa ganhar visibilidade e contar com indivíduos não envolvidos que acreditem em sua veracidade. Thompson adverte que um escândalo surge apenas quando "o véu do sigilo for levantado e as atividades de corrupção se tornarem conhecidas aos outros, ou se tornarem o foco de uma investigação pública" (2002, p.57).

O público não envolvido no caso desvendado de corrupção necessita ter alto conhecimento sobre os fatos, mesmo que sejam fruto de especulação. No entanto, mesmo com esses pré-requisitos, o fato escandaloso ainda depende do nível de censura moral da sociedade e do contexto histórico em questão, pois, a depender do ponto de vista, determinadas práticas corruptas podem ser entendidas com alguma legitimidade, como se pertencessem ao limite do aceitável. Em outros casos, atos relativamente simples podem ser considerados ofensas para toda uma população.

Thompson analisa o surgimento do *escândalo midiático*, um tipo diferente dos escândalos noticiados pela imprensa, isto é, que surgem externamente e são apenas trabalhados pela mídia de massa. O escândalo midiático é, até certo ponto, constituído por formas midiáticas de comunicação (2002, p.59). A relação dá-se primeiramente pela lógica mercadológica que permeia em grande parte tanto o mundo da política quanto o da comunicação de massa. Escândalos vendem mais revistas, jornais, e mexem profundamente com a imagem de sujeitos políticos, positiva ou negativamente. Ironicamente, revelar supostos segredos de políticos poderosos também pode ser visto como puro exercício do ofício jornalístico, ao defender o interesse público e, consequentemente, o amplo conhecimento de fatos que vinham sendo mantidos, pelos mais variados motivos, privados.

Há ainda o escândalo propriamente político, que envolve diretamente um líder ou uma figura política como um dos protagonistas. Mais do que isso, leva em conta as relações e instituições sociais pelas quais foi atribuído poder político ao indivíduo em questão, isto é, a natureza do poder dado. Segundo Markovits e Silverstein (2002 *apud* THOMPSON, 2002), um escândalo político emerge não do *status* da pessoa em questão, mas do tipo de transgressão que foi praticada. É necessária uma *violação de um processo devido*, isto é, "regras e procedimentos legalmente

obrigatórios que governam o exercício do poder político. […] são públicos e universais; eles definem o jogo político de um modo aberto e sensível" (MARKOVITS e SILVERSTEIN *apud* THOMPSON, 2002, p.124).

3. As capas dos jornais no escândalo "Bolsonaro-Whatsapp"

Neste capítulo, descrevemos e analisamos as capas dos jornais *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Globo* (OGLO) e *O Estado de S. Paulo* (OESP) veiculadas entre os dias 18 e 24 de outubro de 2018. Em cada uma das capas, observamos a presença do tema estudado – as denúncias contra a campanha de Jair Bolsonaro – nas manchetes principais, linhas de apoio, manchetes secundárias, imagens principais, legendas e imagens secundárias. Em todas as capas estudadas, não há nenhuma imagem ou legenda referente ao tema, motivo pelo qual essas categorias foram excluídas dos quadros descritivos.

Figura 1 – Capas dos jornais em 18/10/2018

Quadro 1 – Descrição das capas dos jornais em 18/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE S. PAULO 18/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 18/10/2018**	**O GLOBO 18/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL	Empresas bancam disparo de mensagens anti-PT nas redes		
LINHA DE APOIO	Serviços contratados efetuam centenas de milhões de disparos no WhatsApp e ferem a lei eleitoral		
MANCHETE SECUNDÁRIA			

O primeiro dia analisado corresponde ao momento em que a denúncia a respeito do disparo ilegal de mensagens através do *WhatsApp*, contratado por pessoas ligadas à campanha de Jair Bolsonaro, é noticiado no jornal *Folha de São Paulo*. O jornal adianta a gravidade da denúncia em sua manchete principal e na linha de apoio, e explica em três parágrafos o caso.

Pelo fato de a denuncia estar sendo veiculada naquele dia com exclusividade pela *Folha de S. Paulo*, os outros jornais não fazem, ainda, referência ao tema.

Figura 2 – Capas dos jornais em 19/10/2018

Quadro 2 – Descrição das capas dos jornais em 19/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 19/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 19/10/2018**	**O GLOBO 19/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL	Bolsonaro nega controlar uso ilegal de redes sociais		
LINHA DE APOIO	Candidato do PSL diz que 'apoio voluntário é algo que o PT desconhece e não aceita'		
MANCHETE SECUNDÁRIA		Campanhas gastam R$ 3 milhões no Whatsapp	PT pede ao TSE inelegibilidade do candidato do PSL

No dia seguinte à publicação da denúncia pela FSP, a mesma segue com destaque para a cobertura dos desdobramentos do caso em sua capa. Na manchete principal e na sua linha de apoio, bem como com mais quatro parágrafos dedicados aos novos fatos envolvendo a denúncia, é possível inferir a gravidade do caso e os segmentos das esferas políticas e jurídicas que se envolveram no escândalo.

Dentre os fatos relevantes destacados sobre o assunto estão: a defesa do candidato, que afirmou não ter conhecimento do alcance da rede "voluntária" que colaborava com sua campanha, logo, não poderia impedir o apoio recebido pelos empresários mandatários dos disparos de mensagens e tampouco colaborar na apuração que quem seriam os mesmos; a resposta política do Partido dos Trabalhadores (PT) ao solicitar ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a inelegibilidade da chapa de Jair Bolsonaro, devido ao abuso de poder econômico que configuraria a doação de empresários à sua campanha, resultando em crime eleitoral; e a autodeclaração de inocência de Luciano Hang, proprietário da rede de lojas Havan, acusado de ser um dos financiadores do disparo de mensagens.

No caso do OESP, a cobertura do caso resume-se a uma pequena manchete secundária, ao final da metade superior da capa. A chamada, porém, não cita o nome do candidato Jair Bolsonaro, tratando o tema como algo que perpassa diversas campanhas: "Campanhas gastam R$ 3 milhões no WhatsApp".

OGLO oferece grande cobertura à disputa presidencial, dedicando sua manchete principal e uma das imagens principais para informar as conclusões da pesquisa de intenção de votos feita pelo Datafolha. O dado mais destacado é a

vantagem que Bolsonaro obtém sobre Haddad. O jornal informa em uma das manchetes secundárias de maior destaque a movimentação política do PT em buscar o TSE para suspender a candidatura de Bolsonaro, caso fosse comprovada a denúncia em questão.

Figura 3 – Capas dos jornais em 20/10/2018

Quadro 3 – Descrição das capas dos jornais em 20/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 20/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 20/10/2018**	**O GLOBO 20/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL	WhatsApp derruba agências; TSE investiga e PF é acionada		PF vai investigar uso de WhatsApp para fake news
LINHA DE APOIO	Aplicativo age contra disparo em massa de conteúdo anti-PT; Bolsonaro é notificado		TSE aceita pedido do PT para apurar difusão de notícias falsas pela campanha de Bolsonaro
MANCHETE SECUNDÁRIA	Empresariado pró Bolsonaro recua para não se expor Eleitores têm como método replicar grupos e conteúdo	PGR abre inquérito que tem como alvo notícias falsas	

Entre os dia 19 e 20 de outubro, o aplicativo *WhatsApp*, o TSE e a procuradora-geral da República, Raquel Dodge, agiram sobre a denúncia feita pela FSP no dia 18. A FSP dá voz ao aplicativo e ao TSE em sua manchete principal, informando em sua linha de apoio e em mais quatro parágrafos as medidas tomadas por cada um: "*WhatsApp* derruba agências; TSE investiga e PF é acionada". O jornal também informa que o então candidato à Presidência foi notificado sobre o início da investigação no TSE. Em uma das manchetes secundárias, "Eleitores têm como método replicar grupos e conteúdo", o jornal traz ao debate público um ponto de vista importante a respeito da reflexão do comportamento dos eleitores no primeiro e segundo turno eleitoral, questionando como a forma de receber e enviar informações por aplicativos como o *WhatsApp* - o mais comum deste tipo - estaria relacionada ou não à facilidade com que as notícias falsas estariam sendo espalhadas por diversos segmentos sociais.

OGLO também escolhe dar destaque à ação da Polícia Federal sobre o escândalo em sua manchete principal, bem como em sua linha de apoio e em dois parágrafos sobre o assunto, de forma semelhante à FSP.

OESP dá espaço para a movimentação de Raquel Dodge e a investigação do TSE em uma manchete secundária com relativo destaque no dia 20. O tema eleitoral tem forte presença na capa do jornal neste dia, com o tema da renda dos fundos partidários após a eleição das bancadas de deputados federais, uma proposta de campanha de Bolsonaro e a cobertura do debate entre os candidatos ao governo de SP no dia anterior.

Figura 4 – Capas dos jornais em 21/10/2018

Quadro 4 – Descrição das capas dos jornais em 21/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 21/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 21/10/2018**	**O GLOBO 21/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL	Empresa fez oferta ilegal de disparo de mensagens		
LINHA DE APOIO	Punida pelo WhatsApp, Croc Services propôs o uso de base de terceiros ao PSDB		
MANCHETE SECUNDÁRIA			

No quarto dia após a denúncia, a FSP revela mais um esquema envolvendo uma das empresas já investigadas por prestar serviços ilegalmente à campanha de Bolsonaro. Na manchete principal, denuncia que a empresa Croc Services ofertou o mesmo serviço, também através da plataforma do *WhatsApp*, para a candidatura de Geraldo Alckmin (PSDB) pelo valor de R$ 8,7 milhões. A reportagem aponta que a lista de eleitores a receber as mensagens teria origem de terceiros, isto é, não eram

dados fornecidos pelo candidato do PSDB ou por seu partido. O coordenador da área digital da campanha presidencial do PSDB negou as acusações.

Já no OESP, a disputa nacional também predomina, com foco na polarização de ideias do segundo turno. Em sua manchete principal dá voz à um interlocutor da campanha de Bolsonaro, seu coordenador de campanha e então presidente do PSL, Gustavo Bebbiano[5]. Ele cita que o até então juiz Sérgio Moro seria um dos mais cotados para estar à frente do Ministério da Justiça num possível governo de Bolsonaro. Nenhuma menção sobre o caso do disparo de mensagens pelo *WhatsApp* é feita na capa.

No jornal OGLO, a disputa eleitoral é abordada do ponto de vista da mudança de opinião dos eleitores que até então votavam ou simpatizavam com as candidaturas petistas. Assim como OESP, não há citações sobre desdobramentos da denúncia da FSP.

Figura 5 – Capas dos jornais em 22/10/2018

[5] Gustavo Bebbiano foi nomeado ministro da Secretaria-Geralda Presidência no início do governo de Bolsonaro e exonerado em 18 de fevereiro de 2019, após escândalo político envolvendo a verba partidária enviada à candidatas mulheres do PSL na campanha eleitoral de 2018. O partido é acusado de realizar esquema de candidaturas laranjas para lavar dinheiro através das cotas femininas em alguns estados.

Quadro 5 – Descrição das capas dos jornais em 22/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 22/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 22/10/2018**	**O GLOBO 22/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL			
LINHA DE APOIO			
MANCHETE SECUNDÁRIA	Entrevista da 2ª - Francisco Brito Cruz - Tática digital de presidenciável é uma jabuticaba Artigo de Opinião - Tudo indica que as fake news não alteram voto - Marcus André Melo	O TSE e as notícias falsas	Fake news e compra de votos geram 469 inquéritos

No dia 22 de outubro, a FSP chama em sua capa para um artigo de opinião e uma entrevista a respeito dos possíveis efeitos da disseminação em massa notícias falsas durante o período de campanha eleitoral. Nesse dia, os três jornais abordam - em menor e maior grau - em suas capas os desdobramentos da declaração de um dos filhos de Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro (PSL), a respeito da facilidade que há em fechar o STF. Segundo ele, bastaria apenas “um soldado e um cabo” para encerrar os trabalhos da instituição. A FSP mostrou em sua capa a opinião do candidato Haddad, do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, da ministra Rosa Weber e de Jair Bolsonaro.

O jornal OESP trata do tema em uma manchete secundária, noticiando declaração da presidenta do TSE, Rosa Weber. A ministra admite dificuldades para lidar com a difusão de notícias falsas.

Por sua vez, o jornal OGLO traz, em sua mais destacada manchete secundária, a informação sobre inquéritos gerados por notícias falsas e compras de votos, também a partir de declarações dadas no dia anterior pela presidenta do TSE, Rosa Weber. No texto que apoia a chamada, destaca, assim como OESP, que a ministra falou de dificuldades no combate às notícias falsas.

Figura 6 – Capas dos jornais em 23/10/2018

Quadro 6 – Descrição das capas dos jornais em 23/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 23/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 23/10/2018**	**O GLOBO 23/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL			
LINHA DE APOIO			
MANCHETE SECUNDÁRIA		Facebook tira do ar páginas com conteúdo pró Bolsonaro	

Em 23 de outubro os três jornais analisados dão destaque aos desdobramentos de declaração de Eduardo Bolsonaro a respeito do STF, que já tivera destaque em OGLO na edição anterior. Tratava-se da divulgação e circulação, naqueles dias, de um vídeo (gravado meses antes) em que Eduardo Bolsonaro, filho de Jair Bolsonaro, dizia que para fechar o STF “basta um soldado e um cabo”.

Não há menção em nenhum dos três jornais à denúncia sobre o disparo de mensagens ilegais ou aos seus desdobramentos. No caso do OESP, porém, há uma

manchete secundária que trata de tema correlato, noticiando que páginas com conteúdo pró-Bolsonaro foram retiradas do ar pela rede social digital *Facebook*. O motivo da retirada foi que, de acordo com o *Facebook*, citado como fonte pelo jornal, as páginas “violaram as políticas de autenticidade e spam ao criar contas falsas”. Tratava-se, segundo OESP, da “maior rede pró-Bolsonaro da internet”, totalizando 68 páginas e 43 contas.

Figura 7 – Capas dos jornais em 24/10/2018

Quadro 7 – Descrição das capas dos jornais em 24/10/2018

JORNAIS	**FOLHA DE SÃO PAULO 24/10/2018**	**O ESTADO DE S. PAULO 24/10/2018**	**O GLOBO 24/10/2018**
MANCHETE PRINCIPAL			
LINHA DE APOIO			
MANCHETE SECUNDÁRIA		WhatsApp teve efeito limitado no 1º turno, aponta Ibope	

No último dia analisado, uma nova pesquisa de intenções de voto do Ibope é divulgada e ganha as manchetes principais em OESP e OGLO, enquanto a FSP

destaca negativamente uma proposta de reforma tributária apresentada por Bolsonaro. Sobre o caso das notícias falsas e do *Whatsapp*, há, entre os três jornais, apenas uma menção indireta, em uma manchete secundária na qual OESP traz chamada para uma matéria sobre o efeito das notícias falsas sobre os eleitores – não há na capa, porém, referência direta ao caso Bolsonaro/WhatsApp.

4. Considerações finais

A denúncia divulgada pela *Folha de S. Paulo* da qual tratamos neste artigo surgiu na reta final da campanha eleitoral, período em que naturalmente há encadeamentos de fatos que se sucedem rapidamente como destaques na discussão política. Especificamente neste caso, houve, nos dias seguintes à denúncia, situações que redirecionaram rapidamente a atenção dos meios de comunicação, como o aparecimento de uma ameaça pública do filho do então candidato Jair Bolsonaro ao Supremo Tribunal Federal. Também neste período foram divulgadas sucessivas pesquisas de intenção de voto, provenientes de diversos institutos de pesquisa. Nas capas aqui analisadas, esses e outros temas relacionados à disputa eleitoral rapidamente ocuparam espaços de destaque, fazendo com que o tempo de vida da denúncia em questão como acontecimento central da política nacional se tornasse muito curto.

Mesmo assim, nos primeiros sete dias após a publicação da matéria original pela *Folha de S. Paulo*, sempre houve, ao menos em algum dos três jornais analisados, referências diretas ou indiretas ao tema com chamadas na capa. Assim, podemos perceber que, mesmo de maneira secundária, o assunto teve permanência como objeto de debate público nas capas dos jornais. Essa presença foi sendo reduzida ao longo dos dias, sendo que nas duas últimas datas analisadas há apenas, em cada dia, uma referência indireta ao tema, nos dois casos em manchetes secundárias e nos dois casos n'*O Estado de S. Paulo*.

O jornal *Folha de S. Paulo*, difusor original da denúncia, dedicou grande espaço, cobertura e destaque ao assunto nos primeiros dias, com quatro capas seguidas cuja manchete principal referiu-se diretamente ao caso. Não obteve, porém, o efeito de repercussão similar nos outros dois jornais, e, nos dois últimos dias, a *Folha* já não trouxe nenhuma referência ao tema em suas capas. Além da

Folha, o caso só esteve em manchetes principais de capa uma vez, no dia 20 de outubro de 2018, em *O Globo*, sendo noticiada a decisão da Polícia Federal de investigar a denúncia. Nas 21 capas analisadas, há, assim, apenas cinco em que a manchete principal tratou do tema: quatro da FSP e uma do OGLO. Por outro lado, oito capas não trazem qualquer referência ao assunto: duas da FSP, duas do OESP, quatro do OGLO. Foi possível perceber, ainda, como o caso vai se esvaindo no tempo, com as chamadas perdendo espaço, relação direta e peso. Fica claro que não houve, por parte dos jornais OESP e OGLO, interesse em sustentar a pauta.

Em consonância com a crescente ampliação do uso das tecnologias digitais de comunicação pela sociedade, o processo eleitoral de 2018 foi, até o momento, a disputa eletiva na qual mais tiveram importância as redes sociais online e os aplicativos de trocas de mensagens instantâneas, notadamente o *Whatsapp*. Nessa primeira experiência, no caso do Brasil, de massiva utilização desses recursos, emergiram as denúncias de crime eleitoral das quais tratamos aqui, incluindo o abuso de poder econômico de forma ilegal e a distribuição de informações falsas. Esses elementos propõem debates importantes de interesse público, com influência direta nos processos político-sociais. Mesmo assim, o debate público sobre o tema, ao menos no caso analisado, teve pouco fôlego nos três jornais pesquisados.

Ao mesmo tempo, foi possível perceber a interdependência da comunicação de massa com o campo da disputa política (WEBER, 2006), na medida em que os jornais observados, apesar da relevância pública do tema e de sua capacidade de conformar-se como um escândalo político-midiático (THOMPSON, 2002), moveram suas pautas destacadas nas capas em acordo com o que as dinâmicas próprias da campanha ofereciam, abandonando – aos poucos, mas rapidamente – a denúncia veiculada pela *Folha de S. Paulo*.

O debate público esteve prejudicado por conta da pouca – e, principalmente, breve – visibilidade que o fato denunciado e sua investigação receberam. O nível de debate público e visibilidade que mensurariam a conexão entre a esfera civil e o sistema político (GOMES, 2008), tiveram sua intensidade mediada pelas escolhas editoriais dos jornais e também pela conturbada conjuntura da campanha eleitoral.

Chama a atenção, ainda, o fato de que o jornal que mais deu atenção ao caso foi justamente o que primeiro fez a denúncia. Essa dinâmica indica que houve, na

cobertura deste tema, outros interesses e jogos de poder envolvidos para além da escolha jornalística. Os critérios de noticiabilidade utilizados por cada um dos jornais se mostraram diferentes entre si, tendo importado nessa escolha, como se pôde ver, a procedência da pedra fundamental que deu origem às repercussões: o jornal que primeiro noticiou a denúncia insistiu na cobertura, enquanto os demais pouco a abordaram em suas capas.

Por fim, é interessante notar que se trata de um acontecimento que, em que pese certo apagamento no contexto da campanha eleitoral, poderá ressurgir com outras roupagens, já que instrumentos como o *Whatsapp* são crescentemente utilizados para a circulação de informações e para as disputas políticas que se desenvolvem nos múltiplos processos e disputas políticas, sejam eleitorais ou não.

Referências

AVRITZER, L. Governabilidade, sistema político e corrupção no Brasil. In: AVRITZER, L.; FILGUEIRAS, F. (Orgs.). Corrupção e Sistema Político no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2011.

ESTEVES, J. Sociologia da Comunicação. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FILGUEIRAS, F. Passado, presente e futuro da corrupção brasileira. In: AVRITZER, L.; BIGNOTTO, N.; GUIMARÃES, J.; STARLING, H. (Orgs.). Corrupção, Ensaios e Críticas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. Notícias em disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2017.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. Natureza e transformação do jornalismo. Florianópolis: Editora Insular, 2016.

MAIA, R. C. M. Em busca do interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha. In: KUNSCH, Margarida (Org.). Comunicação Pública, sociedade e cidadania. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

THOMPSON, J. B. O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na Era da Mídia. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

WEBER, M. H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos. Comunicação Pública e Política – Pesquisa e práticas. Florianópolis: Insular, 2017.

WEBER, M. H. Visibilidade e Credibilidade - Tensões da Comunicação Política. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. (Orgs.). Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.