

O jeito Jovem Pan de (não) fazer jornalismo: Os atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023

The Jovem Pan way of (not) doing journalism: the anti-democratic acts of January 8, 2023

La manera de Jovem Pan de (no) hacer periodismo: los actos antidemocráticos del 8 de enero de 2023

Luiz Artur Ferraretto; Izani Pibernat Mustafá; Luã José Vaz Chagas;
Andrei dos Santos Rossetto; Mariane Souza de Quadros

Resumo

Analisa a deturpação dos parâmetros técnicos de jornalismo por parte da Jovem Pan News, de São Paulo. Pelo viés da análise de conteúdo (BARDIN, 2011), enfoca o que é apresentado, sob a denominação *JP Urgente*, como cobertura dos atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023. Contrasta o veiculado com os padrões definidos pelo antigo manual de estilo da Jovem Pan (PORCHAT, 1986, 1989, 1993), comparando o posicionamento adotado por este veículo com aquele seguido por estações internacionais voltadas à propaganda no contexto da Segunda Guerra Mundial e da Guerra Fria (HALE, 1979). Demonstra que, no material estudado, ao adotar uma estratégia própria do entretenimento – a definição pelo gosto da audiência (FERRARETTO, jan.-abr. 2022) –, a Jovem Pan News afasta-se do jornalismo, convertendo o que apresenta como cobertura de fatos em instrumento de desordem comunicacional e de propaganda ultradireitista.

Palavras-chave: Jovem Pan News; Radiojornalismo; Propaganda

Sobre os autores

Luiz Artur Ferraretto

luiz.ferraretto@uol.com.br

<https://orcid.org/0000-0001-9888-8834>

Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mesma instituição onde atua como professor no curso de Jornalismo. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2007-2010).

Izani Pibernat Mustafá

izani.mustafa@ufma.br

<https://orcid.org/0000-0003-1229-6171>

Professora da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em Imperatriz. Doutora em Comunicação Social (PUCRS).

Luã José Vaz Chagas

luanchagas@ufmt.br

<https://orcid.org/0000-0002-2491-8479>

Professor da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT), em Cuiabá. Doutor em Comunicação (UERJ).

Andrei dos Santos Rosseto

andrei.rosseto@ufrgs.br

<https://orcid.org/0000-0001-6336-722X>

Professor da Escola Superior de

>> Como citar este texto:

FERRARETO, Luiz Arthur; MUSTAFÁ, Izani Pibernat; CHAGAS, Luan José Vaz; ROSSETO, Andrei dos Santos. O jeito Jovem Pan de (não) fazer jornalismo: Os atos antidemocráticos de 8 de Janeiro de 2023. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 14, n. 03, p. 40-66, out./dez. 2023.

Propaganda e Marketing (ESPM) e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre. Doutorando em Comunicação (UFRGS)

Mariane Souza da Quadros
mariane.quadros@ufrgs.br
<https://orcid.org/0000-0000-3498-4552>

Mestranda em Comunicação (UFRGS)

Abstract

This paper analyzes the misrepresentation of the technical parameters of journalism by Jovem Pan News, from São Paulo. Through the bias of content analysis (BARDIN, 2011), it focuses on what is presented, under the name *JP Urgente*, as coverage of the antidemocratic acts of January 8, 2023. It contrasts the broadcasted with the standards defined by the former style manual of Jovem Pan (PORCHAT, 1986, 1989, 1993), comparing the positioning adopted by this vehicle to that followed by international stations focused on propaganda in the context of the Second World War and the Cold War (HALE, 1979). In the material studied, it demonstrates that, by adopting a strategy specific to entertainment – the definition by the preferences of the audience (FERRARETO, Jan.-Apr. 2022) – Jovem Pan News moves away from journalism, converting what it presents as coverage of facts into an instrument of communicational disorder and ultra-rightist propaganda.

Keywords: Jovem Pan News; Radio journalism; Propaganda

Resumen

Analiza la deformación de los parámetros de la técnica del periodismo por parte de Jovem Pan News, de São Paulo. Desde la perspectiva del análisis de contenido (BARDIN, 2011), se centra en lo que se presenta, bajo el nombre de *JP Urgente*, como cobertura de los actos antidemocráticos del 8 de enero de 2023. Contrasta lo transmitido con los estándares definidos por el antiguo libro de estilo de Jovem Pan (PORCHAT, 1986, 1989, 1993), comparando el posicionamiento adoptado por este vehículo con el seguido por emisoras internacionales centradas en la propaganda en el

contexto de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría (HALE, 1979). Demuestra que, en el material estudiado, al adoptar una estrategia propia del entretenimiento – la definición por el gusto de la audiencia (FERRARETTO, enero-abril de 2022) –, Jovem Pan News se aleja del periodismo, convirtiendo lo que presenta como cobertura de hechos en un instrumento de desorden comunicacional y propaganda ultraderechista.

Palabras clave: Jovem Pan News; Periodismo radiofónico; Propaganda

Introdução

Obra de referência e aprendizado para várias gerações de profissionais, o Manual de radiojornalismo Jovem Pan, de Maria Elisa Porchat (1986, 1989, 1993), com suas três edições, deixou, em definitivo, de ser empregado na própria empresa com a ascensão de Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho, o Tutinha, à presidência do Grupo Jovem Pan, em junho de 2014⁴. No livro, é explicitada a maneira como se constrói a credibilidade com base em uma série de condutas profissionais. Em outra obra clássica, Radio power – Propaganda and international broadcasting⁵, Julian Hale descreve o uso propagandístico do meio durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria. Cruzando tais referências, na reflexão aqui apresentada, partimos da premissa de que, ao se afastar do estabelecido como paradigmático nas diversas edições do manual de estilo da emissora da qual se origina⁶, a Jovem Pan News aproxima-se de modelos radiofônicos propagandísticos. Como foco da análise de conteúdo

⁴ Em 9 de janeiro de 2023, um comunicado da empresa anunciou que Roberto Alves de Araújo passava a ocupar a presidência do grupo. A substituição de Tutinha ocorreu horas antes da abertura de inquérito pelo Ministério Público Federal para investigar a conduta do Grupo Jovem Pan na disseminação de conteúdos atentatórios à ordem institucional e relacionados a atos antidemocráticos como os da véspera (MEIO & MENSAGEM, 9 jan. 2023).

⁵ Para este artigo, utilizou-se a edição em espanhol da obra (HALE, 1979).

⁶ A denominação Jovem Pan News começou a ser usada em 7 de outubro de 2013 (TUDORADIO.COM, 7 out. 2013). Gradativamente, sob essa marca, foram sendo unificadas faixas horárias das programações das redes originariamente encabeçadas pelas rádios Jovem Pan AM, 620 kHz, e Jovem Pan FM, 100,9 MHz, de São Paulo, com operações de internet e televisão.

(BARDIN, 2011), usamos o JP Urgente, programa que acompanhou os atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023⁷, quando as sedes dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário foram atacadas e depredadas por apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro.

Julgamos que a atuação de Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho é fundamental no afastamento do Grupo Jovem Pan em relação ao jornalismo. Desde 1976, o empresário atuava como gestor da Jovem Pan 2, estação musical em frequência modulada dirigida ao público jovem, tendo, portanto, experiência com entretenimento no rádio. Em uma série de ações iniciadas antes dele assumir efetivamente o comando da empresa, Tutinha muda o foco das operações de jornalismo do grupo, integra programações, cria a Jovem Pan News e desenvolve um projeto de convergência entre as suas estações de rádio e dessas com a televisão e a internet. Com o Brasil já vivendo os primeiros efeitos da Operação Lava-Jato, na esteira das denúncias de corrupção relacionadas ao Partido dos Trabalhadores, a jornalista Julia Duailibi descreve, na revista *Piauí*, o ocorrido:

[...] a Jovem Pan sempre teve como vocação falar para a classe média do estado mais rico e populoso do Brasil, onde o sentimento antipetista é antigo e alcança altos decibéis. Para voltar ao topo, a emissora fez uma aposta: converter em negócio – leia-se audiência e, portanto, publicidade – o crescimento da insatisfação com o PT. (*PIAÚÍ*, jul. 2015, p. 16).

Duailibi (*PIAÚÍ*, jul. 2015, p. 21) registra a participação do empresário em manifestações favoráveis a Aécio Neves, candidato do Partido da Social Democracia Brasileira à Presidência da República em 2014. Produzida sete anos depois, outra reportagem da revista *Piauí* (ago. 2022, p. 18-25) descreve a conversão da Jovem Pan ao bolsonarismo, processo iniciado entre o primeiro e o segundo turno das eleições de 2018, após Tutinha perceber que Geraldo Alkmin, então candidato do PSDB, não tinha condições de se eleger. A jornalista

⁷ Um mês após os atos antidemocráticos, nota oficial da Secretaria de Administração Penitenciária do Distrito Federal (SEAPE, 8 fev. 2023) informava que 1.398 pessoas haviam ingressado no sistema prisional devido aos ataques em Brasília.

Ana Clara Costa parte de uma pesquisa da Novelo Data, demonstrando, com dados quantitativos⁸, a aproximação de um dos carros-chefes da emissora, o programa *Os Pingos nos Is*, em relação à narrativa ultradireitista, processo que ganha força com a saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça:

“Quando o Moro saiu, tínhamos a certeza de que o governo tinha acabado”, diz um profissional que integra a produção da emissora e falou à *Piauí* sob condição de anonimato. Naquela altura, Tutinha teve a mesma certeza e chegou a decretar o fim do apoio ao bolsonarismo [...]. Mas antes que a ordem fosse dada, o empresário foi bombardeado por informações de que a audiência não havia desembarcado. [...] Outra observação sensibilizou o bolso de Tutinha: se a imprensa estava majoritariamente contra o presidente naquele momento, quem atenderia a audiência que ainda era favorável a ele? Assim, na medida em que foi constatando que a audiência abandonara Moro e mandara às favas seus pruridos anticorrupção, continuando fiel ao presidente, *Os Pingos nos Is* mergulhou de vez no bolsonarismo – e o fez com uma voracidade ideológica poucas vezes vista na mídia brasileira. (PIAUÍ, ago. 2022, p. 19).

Citado na reportagem, outro estudo, este encomendado pelo Tribunal Superior Eleitoral, posiciona o programa como principal difusor das versões bolsonaristas na internet:

No relatório, *Os Pingos nos Is* é tratado como “mídia de *reframe*”, expressão que os especialistas usam para designar meios digitais que reenquadram narrativas por interesse político, sem compromisso com o rigor de uma apuração jornalística, mas mantêm a aparência de jornalismo. O programa, diz o estudo, é a principal mídia de *reframe* da extrema direita no YouTube [...]. (PIAUÍ, ago. 2022, p. 20).

No entanto, a motivação mais forte do empresário parece-nos ser mesmo econômica. Duas de suas entrevistas encaminham para esta conclusão. Nelas, o então presidente do Grupo Jovem Pan descreve a submissão do jornalismo ao interesse da sua empresa e à maneira como esta se define politicamente. Ao site especializado em economia *Brazil Journal* (15 set. 2019), afirma: “Jornalismo é *commodity*. O que viraliza e gera audiência é opinião.” A complementação destas ideias indica qual o impacto buscado a partir do que Tutinha considera *opinião*: “E a gente adora um pauzinho, gente se pegando de porrada.” Durante uma *live*, provocado a respeito por Marcos Wettreich, criador

⁸ A pesquisa analisou 1.080 edições do programa, totalizando 1.994 horas de conteúdo veiculado de 1º de janeiro de 2019, data da posse de Jair Bolsonaro, até 30 de junho de 2022, quando o presidente completou três anos e meio de mandato.

do Prêmio iBest, Tutinha explica melhor sua abordagem de rádio e de política, inspirada na Fox News, notória pela defesa do governo Trump nos Estados Unidos:

[...] a rádio é uma rádio mais de centro. Isso levou uma grande vantagem também, porque todo mundo é de esquerda. [...] O nosso público é classe média e classe alta. Nós temos 70% de classe AB. A gente faz para o nosso público. Se o nosso público amanhã não gostar, mudar de lado, eu vou mudar com ele. (PRÊMIO iBEST, 30 nov. 2020).

Mesmo se considerarmos que uma emissora de rádio produz conteúdo em busca da audiência a ser vendida aos anunciantes, é de se perguntar se, ao tratar jornalismo como commodity, o empresário pressupõe que a notícia está à venda. A ideia de “gente se pegando de porrada” (BRAZIL JOURNAL, 15 set. 2019) aproxima-se mais do sensacionalismo do que da conduta exigida de um veículo de comunicação sério e detentor de uma outorga pública de radiodifusão. Lembramos que um jornalista deve se posicionar como: (a) curador de informações, por definir “a relevância ou não de algo a ser informado em dado instante”; (b) mediador/fomentador de interlocução, ao fazer “a intermediação entre as fontes e o público, incentivando no processo a emissão de opiniões”; e (c) certificador de acontecimentos e de posicionamentos, afirmando “um determinado fato ou opinião como uma verdade razoável”, ou seja, “aquela a que se chega em um determinado momento, mas pode ser contestada por novos fatos e opiniões de fontes no futuro” (FERRARETTO; MORGADO, 2020, p. 31). Se jornalismo fosse mesmo uma mera mercadoria – e não um serviço essencial à manutenção da democracia –, a base de sua atuação acabaria sendo agradar ao público, algo muito mais próximo dos objetivos de uma rádio musical, origem do empresário como gestor. Causa espécie, ainda, ver o centrismo⁹ associado à Jovem Pan, ainda mais se considerarmos o aqui

⁹ “Em linhas gerais, o centro, segundo a visão geométrica tradicional de política, que se baseia na dicotomia *mudança-conservação*, é a posição intermédia por excelência [...]. Quando o grau de polarização das partes que se defrontam se eleva a ponto de pôr em grave perigo a mútua existência física, é então que nascem os agrupamentos, as coalizões, as tendências de opinião, os partidos de centro, as atitudes e políticas centristas. As motivações que determinam o Centrismo pressupõem todas elas a dificuldade da escolha; todavia, podem ser assim esquematizadas: escolhe-se o Centrismo, ou porque se crê que ambas as posições opostas apresentam elementos positivos tais que justifiquem uma síntese ou mediação, ou porque se considera que ambos os contendores estão

constatado.

Quadro teórico-conceitual e metodológico

Para a construção do modelo teórico-conceitual a embasar a análise de conteúdo, metodologia que “procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça” (BARDIN, 2011, p.50), levamos em conta: (a) os parâmetros jornalísticos apresentados por Porchat (1986, 1989, 1993) e Melo e Assis (2010); (b) os processos de planejamento e execução de programações radiofônicas conforme Ferraretto (2014); (c) a vigência das práticas de desordem comunicacional elencadas por Wardle e Derakhshan (2017); (d) o conceito de propaganda dicionarizado por Rabaça e Barbosa (2001) e Sabi (1997); e (e) os modelos de uso propagandístico do rádio descritos por Hale (1979).

A construção da credibilidade a partir de um jornalismo com critérios éticos e técnicos norteia o conteúdo das edições do livro de estilo da antiga Jovem Pan (PORCHAT, 1986, 1989, 1993): “Não existe meio termo na confiança do ouvinte e, por isso, não se pode errar na informação. A exatidão da notícia é exigida com todo rigor e seriedade, em todos os setores do jornalismo.”. (PORCHAT, 1986, p. 29)¹⁰. Embora toda descrição de um fato tenha, em parte, o olhar do profissional e o do veículo, é importante destacar a ideia de isenção, “a capacidade de o jornalista se eximir de uma ideia preconcebida e analisar os fatos conforme os efeitos que eles provocam”, deixando de lado “paixões, ideologias, preconceitos, até mesmo uma opinião já formada, a fim de enxergar a verdade de cada fato, de forma isolada” (PORCHAT, 1986, p. 32/ 1989, p. 29/ 1993, p. 29). Considera-se ainda a noção de objetividade, com alerta da autora indo ao encontro do já ponderado a respeito de isenção:

A objetividade absoluta não existe na medida em que a própria seleção da informação e o enfoque da notícia seguem critérios subjetivos. O caminho para a objetividade é o levantamento de números (porcentagens, estatísticas e

errados; então, a via justa está em situar-se ao centro, isto é, acima das facções.” (MASTROPAOLO, 1997, p. 158).

¹⁰ Quando o trecho foi identificado em apenas uma das edições, a referência é única. Para diferenciar, quando aparece em várias, optou-se pela múltipla indicação.

comparações) que comprovem o fato, a síntese e a nitidez da linguagem (PORCHAT, 1986, p. 189/1989, p. 188/1993, p. 188).

Nesta linha de raciocínio, julgamos importante ressaltar como, décadas atrás, eram tratadas, nas edições do manual da Jovem Pan, qualidade – “A qualidade da informação se garante pela escolha de assuntos que interessam ao ouvinte, na checagem com fontes adequadas e na abordagem apropriada da matéria” (PORCHAT, 1986, p. 196/ 1989, p. 194/ 1993, p. 194) – e manipulação – quando a fonte atua para “usar o repórter como menino de recados, fazendo com que ele transmita ao público a informação que a fonte deseja” (PORCHAT, 1986, p. 185/ 1989, p. 185/ 1993, p. 185). Além destas, recordamos o que o livro de estilo afirma sobre independência política: “Politicamente, a única causa que compensa abraçar é a do bem-estar da comunidade, não importa contra qual partido político. O jornalista precisa deixar seu partidarismo de lado ao elaborar a informação” (PORCHAT, 1989, p. 27). A respeito ainda, a segunda e a terceira edições registram que uma “empresa moderna não se atrela comercialmente ao governo” (PORCHAT, 1989, p. 27). Antes de adentrarmos mais especificamente na técnica jornalística, salientamos o referente à busca de audiência – “o profissional do rádio não pode fazer concessão que resulte em índices de audiência, mas que comprometa o jornalismo sério e consciente” (PORCHAT, 1986, p. 36)” – e à confiança do público – “é conquistada ao longo do tempo, mas se perde do dia para a noite”, observação complementada pelo alerta de que uma “única falha, na exatidão da notícia, pode ser suficiente para perder o que muito se batalhou para conquistar” (PORCHAT, 1986, p. 36).

Como referido pela própria Porchat (1986, p. 53), salientamos a importância de diferenciar os gêneros jornalísticos. Recorremos à parte da taxonomia defendida por José Marques de Melo (2010), aquela relacionada a três desses: (a) o informativo, que descreve ou narra o ocorrido com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão; (b) o interpretativo, apresentando uma ampliação qualitativa em relação ao primeiro, com o objetivo de situar o público, ao estabelecer uma contextualização maior por meio de comparações e interligações com outros acontecimentos presentes ou passados e, assim,

possibilitar a identificação de tendências e de projeções para o futuro; e (c) o opinativo, incluindo um julgamento próprio – pessoal ou do veículo – a respeito de uma determinada temática.

Aqui, vamos buscar a demonstração de que há um erro ao trabalhar o radiojornalismo a partir do gosto do público, prática comum ao entretenimento, de onde procede o ex-presidente do Grupo Jovem Pan, Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho:

[...] não se escolhe fato ou opinião a serem divulgados por critério de gosto do ouvinte. Uma programação musical, sim, pode ser definida com base no que o público *quer ouvir*. De certo modo, o jornalismo fornece aquilo que as pessoas *precisam ouvir*. (FERRARETTO, jan.-abr. 2022, p. 16).

Assumimos tal equívoco como parte do processo de “jornalismo” de bolha no qual pretendemos demonstrar que a Jovem Pan se enquadra, com a palavra jornalismo colocada entre aspas para indicar que “não se trata, de fato, de jornalismo, mas sim de propaganda ou de senso comum, tudo dando conta de uma bolha determinada” (FERRARETTO, jan.-abr. 2022, p. 28), da qual fazem parte haters¹¹, personagens típicos de redes sociais. Nesse sentido, há uma aproximação com a desordem comunicacional, como descrita em duas categorias identificadas por Claire Wardle e Hossein Derakhsan (2017, p. 20): (a) dis-information, informações falsas deliberadamente criadas para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país, sendo a que mais se aproxima do identificado pelo senso comum como fake news; e (b) mal-information, informações baseadas na realidade, mas divulgadas de forma mal-intencionada para prejudicar alguém.

Nesta reflexão – embora, no Brasil, as palavras publicidade e propaganda sejam usadas de modo similar, ambas referindo-se à comunicação com intuito mais persuasivo –, assumimos uma diferenciação relacionada ao uso da segunda com fins mais ideológicos: “Enquanto a publicidade visa à venda de produtos ou serviços, uma imagem favorável para uma empresa ou uma marca,

¹¹ Aqueles que, em geral, tratam pejorativamente o chamado discurso politicamente correto (CHANDLER; MUNDAY, 2011, p. 326). Ao longo dos últimos anos, devido à radicalização nas redes sociais, a expressão passou a ser usada para identificar as mais diversas manifestações de extremismo.

a propaganda política tem por objetivo a conquista e a conservação do poder” (RABAÇA; BARBOSA, 2001. p. 598). Neste sentido, a palavra é empregada por Hale (1979) ao apresentar quatro modelos de uso do rádio em ondas curtas por governos ao longo da Segunda Guerra Mundial e da Guerra Fria. Antes de descrevermos essa categorização, precisamos dar conta de uma particularidade relacionada ao conceito de propaganda – o seu derivativo *agitação* –, importante em função do apresentado em *Radio power – Propaganda and international broadcasting*:

Na ideologia e na práxis comunistas, é usada com frequência a distinção – devida a Plekhanov e depois repetida por Lenin – entre *agitação* e *propaganda*. Aquela é feita sobretudo oralmente e visa a inculcar uma só ideia ou poucas ideias num grande número de pessoas; esta teria, ao contrário, como objetivo, difundir muitas ideias num auditório restrito. Em suas acepções mais correntes, a propaganda difere de outras formas de persuasão, enquanto realça elementos puramente emotivos, recorre a estereótipos, põe em relevo só certos aspectos da questão, revela um caráter sectário etc. Em suma, o termo adquiriu uma conotação amplamente negativa: a propaganda está muitas vezes ligada à ideia de manipulação de grandes massas por parte de pequenos grupos; certamente o uso exagerado que dela têm feito neste século [*no século 20*] os regimes totalitários muito contribuiu para a difusão de tal conotação” (SABI, 1997, p.1.018).

O primeiro dos modelos de uso propagandístico do rádio refere-se à utilização do meio pelos nazistas, tendo o ministro do Esclarecimento Público e da Propaganda do Terceiro Reich, Joseph Goebbels, como estrategista maior, e, provavelmente, como noção inspiradora do que escreveu Adolf Hitler (apud HALE, 1979, p. 23) em *Mein Kampf*¹² a respeito do rádio: “É uma arma terrível nas mãos de quem saiba fazer uso dela”. Como destaca Hale (1979, p. 28): “Igual a todas as armas, [a propaganda nazista] não era cavalheiresca nem razoável”. Assim, aquilo que seria notícia – a divulgação de fatos – assume uma função bélica, “uma mescla de fato, drama e manipulação psicológica” (HALE, 1979, p. 33). Para Goebbels (apud HALE, 1979, p. 33): “Seu propósito é lutar na guerra, não o de informar”. Por sua vez, o *público* é visto como uma “multidão que se podia manipular” e sujeito a uma “reação involuntária” ante “um efeito

¹² No Brasil, *Minha luta*, obra em dois volumes publicada na Alemanha, em 1925 e 1926, e na qual Hitler expressa seu ideário nacionalista, ultradireitista, antissemita e anticomunista.

hipnótico" a separar as pessoas facilmente *convencidas* daquelas *resistentes* à mensagem do Terceiro Reich e, portanto, "preferencialmente eliminadas e não persuadidas", havendo no processo a *identificação de alvos de ódio*, no caso, "os judeus, os comunistas, *Windsy*¹³ Churchill, os plutocratas senis", tudo com doses consideráveis de *uso emocional de mentiras e distorções*, sobrando "pouco lugar para a razão nesse enfoque", não havendo a "necessidade de dizer a verdade" (HALE, 1979, p. 27). A respeito ainda do modelo nazista, destacamos, observando que uns processos reforçavam os outros e vice-versa: (a) a *criação de estereótipos* a demarcar aliados e inimigos; (b) a *repetição* de informações e de ideias preconcebidas; (c) o uso de *slogans*; (d) a *intimidação*, recorrendo à obscenidade e à difusão de atrocidades; (e) a *utilização da voz*, alterando tons amistosos e ameaçantes para desmoralizar e confundir o inimigo (HALE, 1979, p. 30-36).

Possivelmente, devido à sua influência e preponderância sobre os demais, o modelo nazista é apresentado de forma mais detalhada por Hale¹⁴. Dos demais, julgamos oportuno destacar os seus principais norteadores. Na propaganda radiofônica dos comunistas, é central a ideia de agitação, próxima da de persuasão dos nazistas. Se Hitler e Goebbels queriam – a todo custo – manter o poder, leninistas, stalinistas e maoístas acreditavam "em um grupo de verdades fundamentais", colocando a história "inexoravelmente do seu lado" (HALE, 1979, p. 40). Assim, nazistas e soviéticos buscavam não só converter ouvintes, mas conduzi-los do argumento para uma ação específica. Já o modelo das emissoras mantidas pelo governo dos Estados Unidos apresenta "forte compromisso ideológico" em relação à uma verdade oficial, "conscientemente norte-americana-democrática-anticomunista" (HALE, 1979, p. 57) e o britânico é tributário da reputação obtida historicamente pela British Broadcasting

¹³ "Ventoso", forma de depreciar o primeiro-ministro britânico trocando o prenome Winston por essa expressão.

¹⁴ A respeito, o autor observa: "A propaganda científica por rádio foi em sua maior parte uma invenção dos nazistas, que viram com mais clareza que seus inimigos as possibilidades do meio de comunicação e a utilizaram de forma inigualável. Nos anos de pós-guerra, as lições que eles ensinaram foram aprendidas e adaptadas, ainda que para fins diferentes, pelos propagandistas radiofônicos de todo o mundo" (HALE, 1979, p. 18).

Corporation (BBC), a empresa pública de radiodifusão, cujas ondas curtas propagavam, em vários idiomas, uma versão dos fatos próxima dos cânones do jornalismo, portanto tida como de credibilidade.

Para coleta de dados, utilizamos o JP Urgente, conteúdo transmitido, ao vivo, em todos os canais do Grupo Jovem Pan, das 15h07 às 22h02 de 8 de janeiro de 2023, totalizando 6h55 (seis horas e cinquenta e cinco minutos). Após uma escuta prévia e a degravação do material¹⁵, optamos por analisar apenas o áudio – ou seja, o conteúdo disponibilizado aos ouvintes das rádios Jovem Pan News e Jovem Pan – de três fragmentos: (a) com 18 minutos e 29 segundos de duração, das 15h07 às 15h2616, compreendendo a descrição inicial dos fatos; (b) com 23 minutos e 51 segundos, das 15h38 às 16h01, correspondendo ao momento em que os manifestantes acessam o prédio do Supremo Tribunal Federal (STF); e (c) com 13 minutos e 33 segundos, das 21h49 às 22h03, englobando os instantes finais da transmissão. Submetemos, ainda, o material transcrito ao Iramuteq¹⁷, instrumento analítico que nos permitiu ter uma ideia visual da utilização de palavras e de suas associações ao longo do JP Urgente.

Na definição das categorias de análise, procuramos considerar as participações de apresentadores, comentaristas e repórteres, usando frases significativas como unidades de registros e o texto completo de cada fragmento como unidades de contexto. Com base nos pressupostos teóricos, definimos duas categorias: (a) radiojornalismo, abarcando o apresentado por Porchat (1986, 1989, 1993), Melo e Assis (2010), Ferraretto (2014) e Wardle e Derakhshan (2017); e (b) propaganda, considerando o conceito como dicionarizado por Rabaça e Barbosa (2001) e Sabi (1997) e em sua aplicação ao rádio conforme Hale (1979). Em relação à primeira, trabalhamos com as subcategorias: (a) construção da credibilidade, com base na isenção e na objetividade,

¹⁵ Usando o serviço Escriba – <https://escriba.aosfatos.org> – da agência de checagem Aos Fatos.

¹⁶ Nesta e nas indicações subsequentes, usamos como referência o horário colocado na tela da transmissão em vídeo.

¹⁷ Acrônimo de *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*, este software livre – <http://www.iramuteq.org> – foi desenvolvido pelo Laboratório de Estudos e Pesquisas Aplicadas em Ciências Sociais da Universidade de Toulouse e permite a análise do material textual digitado.

compreendendo o uso de fontes jornalisticamente válidas, o respeito ao contraditório, a análise por especialistas reconhecidos em suas áreas, a checagem de todas as informações antes de sua veiculação, a distinção entre os fatos e as versões e o que é notícia e o que são comentários; (b) pressuposto de qualidade, amparado no cuidado em relação a manipulações estranhas ao jornalismo e no exercício constante da autocrítica em termos de posicionamentos partidários e políticos; e (c) submissão das versões dos fatos ao gosto da audiência, prática antinoticiosa, incluindo a divulgação de notícias com o intuito de prejudicar pessoas e grupos e mesmo a criação e a difusão de fake news. No que se refere à segunda categoria, buscamos identificar: (a) argumentação manipulativa, mesclando elementos factuais e irreais em mentiras e distorções de forma algo dramatizada para expressar qualidade, superioridade e vantagem, apelando emocionalmente e fazendo juízos de valor em relação aos benefícios de determinada parcela do espectro político e aos prejuízos provocados por aquela que lhe é contrária; (b) o apelo à autoridade, usando o depoimento ou a influência de alguém considerado como referencial para validar um ponto de vista; (c) a identificação de alvos de ódio, posicionando situações e seus protagonistas como inimigos; (d) a criação de estereótipos, desconstruindo quem é marcado como adversário; (e) a utilização de palavras e expressões de efeito, tornando o discurso envolvente e criando apelos emocionais; (f) a repetição constante, reiterando e reforçando linhas mestras do discurso; e (g) o poder da voz, ao alterar tons amistosos e ameaçadores para desmoralizar e confundir. Após uma testagem do modelo teórico-metodológico, optamos pelo estudo em profundidade do segundo fragmento, aquele correspondente ao momento quando os manifestantes se espalham pela Praça dos Três Poderes em um crescente de vandalismo e de ameaça às instituições.

Descrição da narrativa da Jovem Pan News

Nos três fragmentos selecionados, verificamos uma espécie de fio

condutor: a associação da ideia de que os protestos eram conduzidos por patriotas inconformados com a falta de acesso a informações – os códigos-fonte – a respeito do sistema de urnas eletrônicas com a de que as autoridades eram incompetentes para lidar com a situação em andamento naquele dia 8 de janeiro de 2023 em Brasília. Com maior ou menor ênfase, tal linha argumentativa permeia toda a narrativa, mesmo após a invasão e a depredação dos prédios do Executivo, do Legislativo e do Judiciário. Destacamos, ainda, que a cobertura inicia com esse enfoque nas falas da apresentadora Livia Zanolini e do comentarista Paulo Figueiredo – neto de João Baptista Figueiredo, o último general a ocupar a Presidência do país, de 1979 a 1984, durante a ditadura civil-militar – e encerra-se com uma entrevista com a deputada federal Carla Zambelli – uma das principais parlamentares do Partido Liberal e bolsonarista conhecida por ter sacado uma arma, ameaçado um eleitor do Partido dos Trabalhadores e atirado para o alto em 29 de outubro de 2022, na véspera do segundo turno das eleições.

Nesta reflexão, vamos nos concentrar no segundo fragmento, que compreende o acompanhamento do ocorrido das 15h38 às 16h01 do dia 8 de janeiro, coincidindo com a escalada dos ataques. Escolhemos o Iramuteq, porque o *software* possibilita analisar o volume de texto com suas co-ocorrências, gerando estatísticas – ao mostrar dados como frequência e lematização das palavras¹⁸ – e outras informações referentes à classificação hierárquica descendente de segmentos de texto, à análise de correspondências e à análise de similitude (CAMARGO; JUSTO, 2013).

Optamos pelos recursos proporcionados pela análise de similitude e pela sua decorrente nuvem de palavras, as quais nos permitiram aprofundar as discussões sobre o segundo fragmento da transmissão da Jovem Pan News. As duas são parte da chamada *teoria dos grafos*, que visa identificar co-ocorrências, conexões e interações entre as palavras, também auxiliando na indicação da estrutura de um *corpus* textual (CAMARGO; JUSTO, 2013). As

¹⁸ Redução das palavras com base no seu lema, o termo sem flexão.

técnicas também permitem focar em determinados temas ou palavras que, ao lado da análise dos segmentos textuais, podem auxiliar a entender as motivações dos argumentos ou ideias propostas. Assim, nos foi possível juntar as análises quantitativas e qualitativas de forma a ampliar e aprofundar a interpretação dos dados.

Conforme o levantamento fornecido pelo Iramuteq, são 2.705 ocorrências, sendo 839 dessas aparecendo uma única vez. A nuvem de palavras – figura 1 – e a análise de similitude – figura 2 – demonstram visualmente a linha argumentativa da emissora, construída em torno da ideia de manifestantes que questionam a ausência de informações por parte do STF a respeito do funcionamento das urnas eletrônicas.



FIGURA 1 – Nuvem de palavras
FONTE – Iramuteq

resultados do pleito presidencial. Esses dados iniciais vão ao encontro do descrito a seguir.

O trecho inicia com Lívia Zanolini chamando a repórter Berenice Leite, que, de camisa verde e amarela, como a de muitos manifestantes, está no palco de ação dos fatos e narra: “Eu falo direto aqui da Esplanada dos Ministérios, acompanhando de perto essa mobilização. Os patriotas que não aceitam o resultado das eleições invadiram, como vocês podem ver nas imagens¹⁹, o Congresso Nacional.”²⁰ (JOVEM PAN NEWS, 8 jan. 2023)²¹. Como a se antecipar aos fatos, a repórter observa: “Eu vou tentar avançar, porque parece que o pessoal já chegou à Praça dos Três Poderes... Tudo fica muito próximo do prédio do STF²². Há uma possibilidade que os manifestantes tentem chegar também lá no STF.”. Por um breve instante, ouve-se um dos protagonistas dos atos: “Vamos chegar! Vamos chegar!”. Como a responder ao manifestante, a repórter lembra a contestação às urnas eletrônicas, aproximando-se das fakes news seguidamente divulgadas pelo ex-presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores. Há, então, a reiteração disso por parte da apresentadora Lívia Zanolini, ao fazer a ponte com o comentarista Paulo Figueiredo: “Falamos bastante sobre isso ao longo do processo eleitoral, estão sim contestando o resultado das urnas diante de toda essa questão que envolve essa dificuldade de acesso que foi solicitada pelas Forças Armadas.” Convém lembrar que, meses antes, o próprio Tribunal Superior Eleitoral contestara tal fake news:

Os códigos-fonte, que são as linhas que contêm as instruções que fazem determinado programa funcionar, estão abertos para inspeção das entidades autorizadas a fiscalizar o sistema eleitoral desde o dia 4 de outubro de 2021. Ou seja, todas as instituições autorizadas a participar dos processos de auditoria – entre elas, as Forças Armadas, a Polícia Federal, o Ministério Público

¹⁹ Destacamos que, embora também transmitida via canais de rádio, o *JP Urgente*, com referências como essa, parece priorizar a emissão com vídeo.

²⁰ Nos trechos degravados, procuramos manter contrações vocabulares, pausas e até equívocos gramaticais na tentativa de registrar as falas na forma mais precisa possível.

²¹ Nos demais trechos citados do *JP Urgente*, omitiu-se esta referência.

²² Supremo Tribunal Federal.

e departamentos de tecnologia da informação de universidades, por exemplo – tiveram um ano inteiro para conferir o conjunto de linhas de programação que geram comandos para a urna eletrônica.

No dia 1º de agosto de 2022, o TSE recebeu um pedido de inspeção das Forças Armadas, que foi prontamente atendido. A Corte recebeu representantes da entidade em duas ocasiões. A primeira foi no dia 3 de agosto, quando técnicos da instituição assistiram a palestras sobre a votação eletrônica e iniciaram a inspeção. Na semana do dia 12 de agosto, pessoas indicadas pelas FFAA [*Forças Armadas*] voltaram ao TSE para analisar o código e obter mais informações sobre a composição física e o funcionamento da urna. (TSE, 8 ago. 2022).

Justificando os atos, o comentarista insiste na tese da reivindicação legítima de acesso aos códigos-fonte, retomando argumento já apresentado na abertura da transmissão – fora, portanto, do fragmento em análise – e reforçando a ideia de que se trata de uma “catarse”, um protesto espontâneo e sem liderança. A apresentadora interrompe, chamando a repórter quando a manifestação começa a se ampliar. Berenice Leite descreve a chegada dos manifestantes antidemocráticos à sede do Poder Judiciário: “O povo tomou conta também do prédio do STF, do Supremo Tribunal Federal.”. O uso da palavra “povo” vai ao encontro do que o comentarista Paulo Figueiredo tratara, generalizando, como “as reivindicações das pessoas”. A repórter joga com a descrição – “Eu tô acompanhando tudo aqui de perto e a gente percebe uma mobilização muito grande, tem pessoas de todas as idades aqui, famílias, idosos inclusive, muita gente pedindo mais transparência nas eleições, algo que foi pedido aí durante o ano passado logo após o resultado do segundo turno” – e com a expressão “povo brasileiro” em uma remissão ao verificado no mesmo local em 1º de janeiro – “Deu uma semana depois de Lula assumir a presidência da República... O povo brasileiro veio às ruas, evitou o confronto no dia primeiro, da posse, o sistema de segurança realmente estava muito grande, mas a gente lembra que no domingo passado isso aqui tava tomado por bandeiras vermelhas.”. Assim, dá mais peso aos atos antidemocráticos na comparação que faz entre esses, normalizados por ela, e a posse do presidente da República. Também insiste que “os manifestantes”, nas primeiras horas da manhã, chegaram de forma pacífica. É de se destacar que a repórter descreve a estratégia dos participantes dos atos: “Existem algumas cercas, alguns

alambrados, que os próprios manifestantes estão colocando aqui no sentido de se proteger... Por quê? A Polícia Militar ficou naquele ponto ali atrás, onde está o Congresso Nacional. Então, eles temem ser atacados [...]. Eles estão tentando se proteger caso a polícia intervenha e eles não tenham pra onde sair, né?”.

Ocorre, então, o que poderia ser uma inflexão em direção ao bom senso por parte da apresentadora, tecnicamente a condutora da transmissão: “E é bom reforçar pra você que nos acompanha aqui na Jovem Pan News, em qualquer uma de nossas plataformas, que a emissora é contra qualquer ato de violência.”. A ponderação soa incoerente devido a um detalhe da fala que a segunda: “O nosso papel aqui como jornalistas, como emissora, como um veículo de comunicação, é levar as informações pra você, pra que você fique por dentro do que está acontecendo nesse início de novo governo.” Somada à ideia citada algumas vezes ao longo do JP Urgente, de que as autoridades tinham informações sobre a realização de uma grande manifestação naquele domingo, a referência, repetimos, ao “que está acontecendo nesse início de novo governo” parece associar o tumulto à então recente mudança de presidente da República. Na sequência, sem detalhar fonte, algo que se repete ao longo de quase toda a transmissão – “Segundo as informações que a gente está passando pra você” –, Livia Zanolini explica que os manifestantes já haviam invadido também o Palácio do Planalto. Destacamos que, neste caso, a ausência de fonte agrava-se pela presença de uma repórter na Praça dos Três Poderes sem que essa confirme ou detalhe a informação.

É quando o comentarista Rodolfo Mariz, autodefinido, nas redes sociais, como cristão e conservador, se integra ao JP Urgente. Antes de passarmos à descrição de sua fala, faz-se necessário retomar alguns pontos da manifestação de Paulo Figueiredo. Pouco antes de ser interrompido para a participação da repórter Berenice Leite, o comentarista, subindo o tom nos trechos mais claramente desinformacionais, transformara o que seria investigado após os atos como conivência com o golpismo da parte das autoridades de segurança ligadas ao bolsonarismo em um erro do governo Lula:

“É impossível que as forças de segurança não soubessem o que poderia acontecer e reforçassem com o efetivo suficiente pra reprimir esse tipo de coisa... E ninguém soubesse que isso ia acontecer? É estranho isso. Tem que gerar estranheza, as pessoas tão assistindo... Tem que falar: ‘Ué? Como assim?’ Eu... Ontem... As pessoas vieram me falar... Tá sabendo da manifestação que vai ter em Brasília? Que tá tendo em Brasília? Eu sabia. Então, se eu sabia, eu imagino que as forças de segurança – inclusive, as forças de inteligência – também soubessem. E, se sabiam, por que a segurança tava com o efetivo tão pequeno pra proteção desses locais? É uma boa pergunta. Uma pergunta que precisa ser feita.”.

Mariz recupera a ideia. Fala, por um instante, com calma – “Boa tarde a todos! Vou pegar carona no que o Paulo falou, porque ele deixou uma pergunta no ar... Se eles já sabiam dessa manifestação...” – para se tornar enfático, quase colérico: “Óbvio que já sabiam dessa manifestação e eu vejo esse ato como uma isca, porque esse... essa manifestação já está sendo falada há mais de uma semana aqui na avenida 23 de Maio²³, em São Paulo.”. E segue culpando o novo governo pelo vandalismo golpista. Condena o uso da violência, mas justifica o que seria a indignação dos manifestantes, vendendo tudo como uma hipotética “isca” ou “munição” para apanhar uma direita ingênua e cheia de boas intenções: “Tivemos um pequeno ato de manifestantes que estavam a caminho de Brasília. E nós temos uma inteligência muito bem-preparada aqui no Brasil. Então todas as forças, todo centro de inteligência de Brasília já sabia que isso ia acontecer, mas o povo que está se manifestando... Aí, eu volto a dizer, né, cara? Essa ideia de invadir o Congresso é no mínimo absurda, tá? [...] Óbvio que eles [os integrantes do novo *governo*] têm uma inteligência, que já sabiam o que ia acontecer. É óbvio que eles têm o contingente pra segurar essas pessoas caso eles quisessem. Caso eles quisessem! O que foi feito na minha concepção aqui – fazendo uma análise friamente – é que jogaram uma isca pra esses manifestantes e eles acabaram caindo nessa isca.”.

²³ Uma das mais movimentadas da capital paulista.

Mariz repete também o argumento de que o ataque aos três poderes é espontâneo, algo realizado pelo “povo” ou por “pessoas cristãs” indignadas com uma pretensa manipulação das urnas eletrônicas. Se a peroração soa confusa em alguns momentos, torna-se bem clara ao tentar dar outra dimensão aos participantes dos atos antidemocráticos – “Porque agora eles não querem nem serem chamados mais de bolsonaristas. Agora eles querem ser chamados de patriotas.” – e ao isentar de participação o ex-presidente da República – “Jair Messias Bolsonaro está nos Estados Unidos e não está fazendo parte alguma disso que tá acontecendo.” Relaciona, ainda, a ideia de “decência” com o fato de ele próprio ser “cristão”, em uma espécie de crítica às invasões em curso: “Não tem decência, não tem decência.”.

Retomando o comando da transmissão, a apresentadora lê um tuíte do ministro da Justiça, Flávio Dino, sobre o início da reação ao golpismo. É a única fonte diretamente citada ao longo do fragmento. Referindo-se a possíveis atitudes de Alexandre de Moraes, ministro do Supremo Tribunal Federal e presidente do Tribunal Superior Eleitoral, contra os envolvidos nos atos antidemocráticos, Lívia Zanolini dá a deixa para Paulo Figueiredo complementar a tese de seu colega Rodolfo Mariz sobre “isca” ou “munição”. Mais uma vez, o comentarista usa um discurso desinformacional, empregando implicitamente o argumento de fraude eleitoral e explicitamente a também falaciosa ideia de falta de informações, sempre referindo-se aos manifestantes como “patriotas” ou “um grupo importante da população”, participantes de um movimento “absolutamente legítimo”. Trata com desprezo os poderes Executivo – “Presidente da República, impossível é esperar juízo... Uma pessoa que sofre de psicopatia por definição não pode ter juízo.” –, Judiciário – “Não há como não reconhecer [como legítimo] se houvesse algum juízo na cabeça dos ministros do Supremo Tribunal Federal.” – e Legislativo – “Não adianta responder, como o Rodrigo Pacheco [presidente do Senado Federal], notinhas que são um amontoado de chavões que não significam absolutamente nada.” Na exortação que faz aos “patriotas” para que recuem – “Os senhores vão pra casa de forma

pacífica antes que algo pior aconteça ou nós termos repressão, pancada.” –, aproxima-se da vulgaridade das redes sociais – “Desculpem o termo... A cagada tá feita.”. Passa a lamentar que as Forças Armadas não tenham se colocado ao lado dos manifestantes, “majoritariamente ou quase que na sua totalidade pessoas de bem, pessoas que querem o bem do Brasil, pessoas que estão legitimamente revoltadas”. Ao final, Figueiredo coloca-se em igualdade em relação aos participantes dos atos, afirmando em tom exaltado: “É por isso que essas pessoas estão revoltadas. Quando os jornalistas tentavam noticiar os fatos, eles tinham as suas redes sociais bloqueadas, o seu passaporte cancelado... Como eu tive!”.

Considerações finais

Ao nosso ver, confrontado com os parâmetros radiojornalismo e propaganda, o conteúdo analisado indica o total afastamento da Jovem Pan News dos preceitos do manual de estilo adotado nos anos 1980 e 1990 pela emissora que lhe deu origem. De fato, a transmissão aproxima-se consideravelmente do que é descrito por Hale (1979) em relação, especialmente, ao modelo de rádio adotado pelos nazistas em suas emissões internacionais durante a Segunda Guerra Mundial. Identificamos também um forte componente de agitação, em especial nas falas dos comentaristas, ao quase incitarem uma ação concreta, já que, mesmo criticando o uso da violência durante os atos antidemocráticos, justificam, com base em fake news, o descontentamento dos manifestantes. De certo modo, aparece até o identificado por Hale (1979) como base das irradiações propagandísticas norte-americanas durante a Guerra Fria. Não se trata, obviamente, de descrever uma verdade oficial pelo viés do governo atual, mas sim de fazê-lo com base no pensamento daquele que o antecedeu. Se olharmos para o modelo britânico, aquele que se ancora na credibilidade da BBC, nenhuma relação de proximidade pode ser estabelecida pelo viés dos cânones do jornalismo. No entanto, a exemplo de perfis de haters em redes sociais, não se pode desconsiderar o fato

de que a *dis-information* e a *mal-information* (WARDLE; DERAKHSAN, 2017, p. 20) presentes no fragmento analisado possuem grau elevado de confiabilidade na bolha à qual se destinam. Isso posto, invertendo um pouco o raciocínio inicial, é necessário que nos debruçemos, primeiro, sobre o que identificamos dos elementos elencados dentro da categoria propaganda.

Em relação à argumentação manipulativa, observamos que práticas corriqueiras do radiojornalismo são deturpadas. É esperado que apresentadores conduzam programas e façam entrevistas; repórteres busquem e transmitam informações, transformando fatos e opiniões de fontes em notícias; e comentaristas emitam juízos com base em acontecimentos. Na transmissão da Jovem Pan News, o fato não é narrado com os detalhes necessários à sua compreensão nem há uma contextualização. Ocorre uma mescla constante entre a descrição do que acontece e posicionamentos com base ou não na realidade. Precisamos lembrar que a Jovem Pan News, no dizer de Tutinha (apud BRAZIL JOURNAL/15 set. 2019), valoriza a opinião – “gente se pegando de porrada”. Assim, as intervenções de Lívia Zanolini e Berenice Leite servem para alimentar o polemismo e as posições de Paulo Figueiredo e Rodolfo Mariz, ampliando e reiterando o lançado anteriormente como notícia. O apelo à autoridade dos comentaristas é evidente. Validam ideias falsas – a da falta de acesso aos códigos-fonte das urnas eletrônicas e a de criação de armadilhas pelas autoridades para usar os manifestantes como “isca” ou “munição” –, colocando-se tanto como especialistas quanto como partícipes do movimento ultradireitista.

Há, ainda, a identificação de alvos de ódio: o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva; o presidente do Tribunal Superior Eleitoral e ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes; e o presidente do Congresso Nacional e do Senado Federal, Rodrigo Pacheco, todos criticados enquanto os três poderes são atacados e depredados. Marcados como adversários, são ofendidos pela criação de estereótipos: “pessoa que sofre de psicopatia”, sem “algum juízo na cabeça” ou que lança mão de “um amontoado de chavões que

não significam absolutamente nada". Tal recurso, acreditamos, também serve à construção da ideia de bem – a luta de abnegados – contra o mal. Há profusão de estereótipos no tratamento dado pelas e pelos protagonistas do JP Urgente aos manifestantes, de forma a engrandecê-los em quantidade – “o povo” ou “o povo brasileiro” – e qualidade – “essas pessoas cristãs”, participantes de um movimento “absolutamente legítimo”, “pessoas de bem”, “pessoas que estão legitimamente revoltadas”, “pessoas que querem o bem do Brasil” ou “um grupo importante da população” –, enfim, não mais “bolsonaristas”, mas sim “patriotas”. Tais vocábulos tornam o discurso envolvente, criando apelos emocionais. No entanto, o ápice na utilização de palavras e expressões de efeito ocorre quando Pedro Figueiredo recorre a um termo vulgar, reiterando a ideia de que os manifestantes haviam caído em uma armadilha das autoridades.

Fica claro, assim, o recurso à repetição constante em torno de linhas mestras de um discurso que vai ao encontro da bolha atendida pelo conteúdo da Jovem Pan News, a mesma, aliás, da qual fazem parte as pessoas envolvidas nos ataques daquela tarde. É no poder da voz dos comentaristas que tal reiteração, cremos, ganha força. Figueiredo e Mariz alternam a ênfase. São quase calmos e distanciados quando querem que o dito se apresente como notícia. O levemente enfático e o explicitamente enfático surgem no incitamento propagandístico, na agitação.

Por tudo isso, podemos afirmar que, no fragmento analisado, não existe nenhuma preocupação, pelo viés da técnica jornalística, a respeito da construção de credibilidade. Isenção e objetividade cedem espaço para a ideologização, sem respeito ao contraditório e sem o recurso a entrevistas. Como destacamos, a informação, em uma circularidade curiosa, chega a ser dada como fonte das próprias informações. Mais grave ainda é verificar a divulgação de fake news, o que torna inútil qualquer especulação a respeito do interesse da Jovem Pan News em checar informações antes de veiculá-las. Vale o mesmo em relação à existência de algum pressuposto de qualidade. Pelo contrário, a manipulação político-partidária, totalmente estranha ao jornalismo,

é uma constante. Nos comentaristas, fica clara a intenção de se colocarem como pessoas que compreendem e justificam, se não os atos, ao menos as motivações dos manifestantes. Nesse processo, vale mesmo até a submissão das versões dos fatos ao gosto da audiência, ou seja, a difusão de fake news ultradireitistas.

Carente de valor jornalístico por se tratar de uma especulação sem base nos dados disponíveis em um momento extremamente confuso, é de se perguntar a quem interessaria demonstrar que as autoridades não teriam capacidade para gerir o caos que parecia se avizinhar pela ação de militantes legitimados pelo discurso dos participantes do JP Urgente. Obviamente, no fracasso do controle da situação pelas forças de segurança – Polícia Militar do Distrito Federal, forças de proteção aos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, Força Nacional de Segurança... –, a tarefa caberia a quem? À parcela das Forças Armadas descontente com o resultado das eleições de 2022? Na resposta a tais perguntas, desaparece o jornalista como curador de informações, mediador/fomentador de interlocução e certificador de acontecimentos e de posicionamentos, surgindo, em toda a sua dimensão, o agitador e o propagandista, com suas verdades fundamentais usadas na transformação do rádio – uma outorga pública – em uma arma que, em 8 de janeiro, se junta a manifestantes de “verde e amarelo” contra aqueles, os das “bandeiras vermelhas” de uma semana antes. Ao sabor da bolha, o jornalismo ganha aspas, deixando de ser jornalismo.

Ponderamos, por fim, ser impossível afirmar que tudo o que foi verificado em 8 de janeiro de 2023 na irradiação sob o título JP Urgente – em especial, no fragmento estudado – se trate de estratégia arquitetada previamente. É mais provável que seja mesmo consequência de um processo de comunicação baseado, em linhas gerais, na propaganda e incorporado por seus protagonistas com base em centenas de emissões assemelhadas, realizadas ao longo da gestão Tutinha, todas focadas no polemismo de teor ultradireitista em busca de audiência – e de lucro – dentro dessa bolha específica.

Bibliografia

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto: Sociedade Brasileira de Psicologia, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013.

CHANDLER, Daniel.; MUNDAY, Rod. **Oxford dictionary of media and communication**. Oxford, 2011.

COSTA, Ana Clara. A Jovem Pan e o golpe. **Piauí**, Rio de Janeiro/ São Paulo: Alvinegra, ano 16, n. 191, p. 18-25, ago. 2022.

DUALIBI, Julia. A nova sinfonia paulistana. **Piauí**, Rio de Janeiro/ São Paulo: Alvinegra, ano 9, n. 106, p. 16-25, jul. 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. Ponderações sobre o exercício de outorgas de rádio em um cenário de crise institucional: ameaças à democracia, instabilidade econômica e pandemia de covid- 19. **Esferas**, Brasília: Universidade Católica de Brasília/ Universidade de Brasília/ Universidade Federal de Goiás/ Universidade Federal do Mato Grosso/ Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, ano 12, v. 1, n. 23, jan.-abr. 2022. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.phyesffarticleÁiew/13903>.

FERRARETTO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. *Covid-19 e comunicação: um guia prático para enfrentar a crise*. Rio de Janeiro: Válega, 2020. Disponível em: <http:ftit.lv!lixroner>.

HALE, Julian. **La radio como arma política**. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.

JOVEM PAN NEWS. **JP Urgente**, São Paulo, 8 jan. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BqUoXWF91rM>. Acesso em: 9 jan. 2023.

MASTROPAOLO, Alfio. Centrismo. BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Org.). **Dicionário de Política**. 10.ed. Brasília: Editora UnB, 1997. v. I, p. 158-159.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 1.ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1989.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 3.ed. São Paulo: Ática, 1993.

PRÊMIO iBEST. **Tutinha: influenciando a história**. São Paulo, 30 nov. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PK-jxuUMi2k>. Acesso em: 6 jan. 2023.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**.

8.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

SAMORY, Geraldo; BARBOSA, Mariana. Na Jovem Pan, Tutinha resolveu ganhar dinheiro. **Brazil Journal**, Rio de Janeiro, 15 set. 2019. Disponível em: <https://braziljournal.com/na-iovem-pan-tutinha-resolveu-ganhar-dinheiro>. Acesso em: 11 jan. 2023.

SANI, Giacomo. Propaganda. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Org.). *Dicionário de Política*. 10.ed. Brasília: Editora UnB, 1997. v. 2, p. 1.018-1.021.

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO PENITENCIÁRIA **Nota à imprensa**. Brasília, 8 fev. 2022.

STARCK, Daniel. *Jovem Pan Morning Show* estreia na faixa AM e Jovem Pan News está disponível na internet. **Tudoradio.com**. Curitiba, 7 out. 2013. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/9896-iovem-pan-morning-show-estrela-na-faixa-am-e-jovem-pan-news-esta-disponivel-na-internet>. Acesso em: 16 fev. 2023.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Forças Armadas não tiveram "acesso dificultado" a código-fonte das urnas**. Brasília, 8 ago. 2022. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.ius.br/fato-ou-boato/chechagens/forcas-armadas-nao-tiveram-acesso-dificultado-a-codigo-fonte-das-urnas>. Acesso em: 15 fev. 2023.

TUTINHA deixa a presidência do Grupo Jovem Pan. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 9 jan. 2023. Disponível em: [https://www.meioemensagem.com.br/gente/tutinha-deixa-a-presidencia-do-grup\(hjovem-pan](https://www.meioemensagem.com.br/gente/tutinha-deixa-a-presidencia-do-grup(hjovem-pan). Acesso em: 10 jan. 2023.

WARDLE, Claire; DAVAKHANA, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-aninterdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>.