

Danilo Rothberg

Universidade Estadual
Paulista – Unesp
Email:
danilo.rothberg@unesp.br

Paulo Ferracioli

Universidade Estadual
Paulista – Unesp
Email:
paulo.ferracioli@unesp.br

**Andresa Caroline Lopes de
Oliveira**

Universidade Estadual
Paulista – Unesp
Email: acl.oliveira@unesp.br



Este trabalho está licenciado sob
uma licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):

Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou
reprodução

ISSN: 2175-8689

Equacionando questões de pesquisa sobre populismo, desinformação e credibilidade jornalística

*Settling research questions on populism,
disinformation and journalistic credibility*

*Resolvindo preguntas de investigación
sobre populismo, desinformación y
credibilidad periodística*

Rothberg, D., Ferracioli Silva, P., & Caroline Lopes de Oliveira, A.
Equacionando questões de pesquisa sobre populismo,
desinformação e credibilidade jornalística. Revista Eco-Pós,
26(01), 56–78. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i01.28024>

RESUMO

Populismo e polarização política são fenômenos que, adquirindo feições específicas na contemporaneidade, têm sido objeto de numerosos estudos. Há, no entanto, escassez de estudos que indiquem como temáticas tradicionais da pesquisa em comunicação e jornalismo podem ser exploradas a fim de abranger as especificidades de sociedades divididas e polarizadas, em particular no cenário pós-pandemia. Este texto contribui para suprir a necessidade de estudos nessa linha, ao examinar, com a metodologia de revisão sistemática, a literatura sobre comunicação política e credibilidade jornalística, a fim de atender nosso objetivo de sugerir direções para o aperfeiçoamento das pesquisas sobre essa temática. Como resultado, identificamos dois focos que agrupam os desenvolvimentos empíricos existentes, e para ambos sugerimos oportunidades de inclusão de questões de pesquisa pertinentes.

PALAVRAS-CHAVE: *Credibilidade jornalística; Populismo; Polarização.*

ABSTRACT

Populism and political polarization are phenomena that, acquiring specific features in contemporary times, have been the object of numerous studies. There is, however, a scarcity of studies that indicate how traditional themes of research in communication and journalism can be explored in order to encompass the specificities of divided and polarized societies, particularly in the post-pandemic scenario. This text contributes to meet the need for studies in this line, by examining, with the methodology of systematic review, the literature on political communication and journalistic credibility, in order to meet our objective of suggesting directions for the improvement of research on this topic. As a result, we identified two focuses that group existing empirical developments, and for both we suggest opportunities to include pertinent research questions.

KEYWORDS: *Journalistic credibility; Populism; Polarization.*

RESUMEN

El populismo y la polarización política son fenómenos que, al adquirir características específicas en la época contemporánea, han sido objeto de numerosos estudios. Hay, sin embargo, escasez de estudios que indiquen cómo se pueden explorar temas tradicionales de investigación en comunicación y periodismo para abarcar las especificidades de sociedades divididas y polarizadas, particularmente en el escenario pos pandemia. Este texto contribuye a suplir la necesidad de estudios en esta línea, al examinar, con la metodología de la revisión sistemática, la literatura sobre comunicación política y credibilidad periodística, a fin de cumplir con nuestro objetivo de sugerir rumbos para la mejora de las investigaciones sobre este tema. Como resultado, identificamos dos enfoques que agrupan los desarrollos empíricos existentes, y para ambos sugerimos oportunidades para incluir preguntas pertinentes.

PALABRAS CLAVE: *Credibilidad periodística; Populismo; Polarización.*

Submetido em 06 de março de 2023

Aceito em 22 de maio de 2023

Dossiê **Crises da democracia e desinformação: diagnósticos do tempo presente**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 26, n. 1, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i01.28024

Introdução

O que torna as notícias confiáveis? O que faz com que elas sejam assim percebidas pelos diversos públicos? Em busca de respostas a perguntas como estas, os estudos de credibilidade jornalística somam uma literatura com rigor e volume consideráveis.

Uma variedade de fatores intervenientes sobre a confiabilidade das notícias e organizações jornalísticas tem sido pesquisada. Características dos consumidores, assuntos das matérias, contextos de recepção, técnicas de apuração e estratégias de transparência estão entre os aspectos examinados pelas pesquisas, que trazem subsídios importantes tanto a jornalistas preocupados com seu trabalho quanto à sociedade em geral, que não deixa de ter interesse em saber mais sobre como filtrar os veículos em que pode confiar.

Há, no entanto, aspectos do cenário político global que têm trazido complicadores à pesquisa sobre o tema, ainda não devidamente enfrentados. Notadamente, e no que importa para este artigo, o populismo e as acentuadas divisões sociais que o fenômeno produz estão afetando a credibilidade jornalística. Estariam os estudos da área equipados para lidar com os diferenciais da contemporaneidade, especificamente nos termos da crescente polarização que influencia as visões sobre o universo político e as próprias percepções sobre a confiabilidade da informação jornalística?

Este artigo sugere que há oportunidades de aperfeiçoamento de tais estudos. Sua originalidade se situa no arranjo diferenciado que opera no diálogo entre teorizações consagradas e estudos empíricos recentes, a fim de iluminar desafios advindos da difusão sistemática de desinformação por canais oficiais, fenômeno para o qual os jornalistas ainda buscam respostas adequadas.

Para fazê-lo, empreende uma revisão sistemática da literatura sobre populismo e credibilidade, de modo a verificar brevemente se formas de avaliar a influência das divisões sociais têm sido pesquisadas, além de identificar espaços para avançar na delimitação de estratégias para o jornalismo reverter a desconfiança. A busca pelos artigos que compõem essa revisão ocorreu por meio das bases de dados *Scielo*¹ e *Web of Science*², ambas reconhecidas por

¹ Disponível em: <<https://www.scielo.br/>>.

agruparem periódicos de impacto (Sainz *et al.*, 2021; Sampaio *et al.*, 2022), por meio das palavras-chave “populismo” e “credibilidade jornalismo” (inglês e português) nas áreas de ciência política e comunicação, respectivamente. A partir dos resultados apresentados conforme sua relevância (sem limitação temporal), foram selecionados os artigos mais coerentes com nossos propósitos, além de outras referências mobilizadas por eles, de forma a reunir uma rede substantiva de artigos pertinentes.

No percurso do artigo, a seção 1 examina a conceituação de populismo. A seção 2 recupera traços centrais da compreensão sobre credibilidade jornalística. A seção 3 propõe cinco questões de pesquisa como contribuição ao avanço do conhecimento na área, considerando exemplos já documentados dos impactos do populismo sobre a atuação jornalística. Considerações finais sintetizam a contribuição do artigo.

1. Populismo como vetor de divisão social

O conceito de populismo recebe tratamento diversificado pela literatura especializada, necessário para lidar com as polissemias e ambiguidades inerentes a um tema tão complexo. No senso comum e entre jornalistas e comentaristas políticos, inclusive na América Latina, com frequência o termo é atribuído a atores de diferentes posições no espectro político: pode tanto ser associado ao risco que seria trazido por governos autoritários para a permanência da democracia, quanto, em sentido oposto, tido como movimento de ruptura que tornaria mais democráticos sistemas políticos historicamente excludentes, seja política, econômica ou socialmente (De La Torre, 2013).

Os impactos da crise econômica de 1929 levaram ao surgimento da primeira onda de populistas no subcontinente, com representantes como Juan Domingo Perón, na Argentina, e Lázaro Cárdenas, no México (Barr, 2017). Eles prometeram a inclusão vigorosa de setores de baixa renda na economia de mercado e apostaram na concessão de benefícios para satisfazê-los (De La Torre, 2013). Já a segunda onda veio a ocorrer no contexto em que o neoliberalismo

² Disponível em: <<https://www-webofscience.ez87.periodicos.capes.gov.br/wos/woscc/basic-search>>.

ganhava força, com a ascensão de nomes como Alberto Fujimori, no Peru, e Carlos Menem, na Argentina. A abordagem econômica da segunda onda foi diferente da primeira: reformas passaram a ser propostas supostamente em busca de reduzir a participação do Estado na economia e na sociedade. No início do século 21, os governos de Evo Morales, na Bolívia, e Rafael Correa, no Equador, também vieram a ser denominados populistas, mas se afastaram da ortodoxia econômica da segunda onda e buscaram restaurar o papel do Estado na economia.

O que torna semelhantes as camadas simbólicas que revestiram esses vários governos é a utilização do apelo à construção da imagem de uma conexão direta com os cidadãos para governar em nome do *povo*, entidade abstratamente constituída ao sabor de apropriações simbólicas cambiantes e engenhosamente arquitetadas para projetar o líder populista como *esperança nacional*.

Esse fenômeno, que a ciência política apontara como recorrente nas nações latino-americanas, também passou a ocorrer em democracias consolidadas na Europa e na América do Norte, com expressivos desempenhos eleitorais de Donald Trump, nos Estados Unidos, e Marine Le Pen, na França, assim como das agremiações Liga do Norte, na Itália, UKIP, no Reino Unido, e AfD, na Alemanha (Norris; Inglehart, 2019). O populismo de direita e extrema-direita, nestes casos, compartilhou das abordagens do populistas do começo do século 20, o que levou à crescente popularização do termo (Hatakka; Herkman, 2022).

Tais abordagens, segundo a literatura, envolvem a construção de uma liderança paternalista, carismática, que busca encorajar a mobilização de seus apoiadores por meio da disseminação de um difuso sentimento de nacionalismo, em torno de maniqueísmos e com atitudes de desafio às elites e desconfiança das instituições democráticas, como partidos, imprensa e demais poderes (Barr, 2017). Ser crítico das elites é uma condição necessária, porém não suficiente, para ser considerado populista. Além de serem contrários às elites, os populistas tendem a ser antipluralistas, uma vez que se manifestam em nome de um povo supostamente homogêneo (Müller, 2016).

Mudde (2004) sugere que populismo é uma ideologia flexível, na qual a sociedade é dividida em dois grupos homogêneos e antagônicos, e caberia ao líder populista representar a

vontade geral do grupo que é identificado como povo (Mudde, 2004). Essa visão do fenômeno como ideologia é limitada por perder de vista as diferenças entre populistas de esquerda ou direita (Dean; Maiguashca, 2020). Laclau (2013) indica que populismo é uma lógica de articulação em torno da qual reivindicações e demandas antissistema são agrupadas em uma formação política contra hegemônica. Aqui, a limitação viria da consideração de que tal definição poderia se aplicar a qualquer movimento político radical de oposição, não necessariamente populista (Dean; Maiguashca, 2020).

Em qualquer caso, nota-se em comum uma estratégia discursiva pela qual o *povo* é construído em oposição à *elite* (Brown; Mondon, 2021), buscando-se estabelecer uma suposta pureza moral no mundo político (Müller, 2016). Trata-se de uma reação de grupos da sociedade que não se reconhecem nos valores culturais liberal-cosmopolitas típicos da globalização (Norris; Inglehart, 2019).

Weyland (2001) assinala distinções no que considera neopopulismo contemporâneo. Se, no século XX, líderes carismáticos buscaram promover a incorporação de setores excluídos da sociedade e criaram partidos políticos como agentes importantes no sistema democrático nacional, o neopopulismo se caracterizaria por uma luta *antiestablishment* que não se preocupa em preservar instituições, apesar de, contraditoriamente, mobilizar eleitores para o voto.

Sobretudo, um líder populista faz apelos contra o sistema e propõe uma forma plebiscitária de comunicação com sua base por meio da construção de representações simbólicas de “nós contra eles”. “Nós” é apresentado como *outsider*, não corrompido pelo sistema político e independente dos alegados interesses das classes dominantes. “Eles” nutre-se de imagens negativas de elites, partidos políticos e instituições de Estado. A mobilização requer o culto de sua personalidade e a incitação regular de manifestações ruidosas de apoio (Barr, 2017).

O populismo questiona a ordem institucional existente e busca substituí-la por um regime que inclua o *povo*, entendido como entidade com desejos, aspirações e frustrações que apenas o líder populista compreenderia. Barr (2017) sugere que tal evocação de *povo*, apesar de se apresentar como vocacionada para a inclusão de estratos sociais que se veem excluídos

dos processos de decisão pública, na prática nega a pluralidade social e ataca as regras procedimentais do Estado de Direito.

Nesse sentido, desenvolve-se uma relação de investimento afetivo entre eleitorado e um líder que simula um sentimento de comunhão associado à valorização das opiniões de seus apoiadores. Ao invés de aceitar o conhecimento técnico-científico, o populismo eleva o conhecimento do eleitor médio como parâmetro para avaliar os eventos do cotidiano. Müller (2016) destaca três características comuns aos populistas: tentativas de se apropriar do aparato estatal, clientelismo em massa e esforços para suprimir sistematicamente a sociedade civil. Os líderes populistas agem de maneira aberta, porque alegam estar amparados na presumida representação do povo uníssono a que fazem constante referência. Entretanto, seu método é dividir os cidadãos, uma vez que a mensagem de que apenas alguns pertencem verdadeiramente ao povo tende a minar a posição de certos grupos, como as minorias sociais (Müller, 2021).

No Brasil, pesquisadores observam coincidências entre o populismo manifestado ao redor do planeta e aquele visto na ascensão de Jair Bolsonaro à Presidência da República. No país, também seria verificada a construção de *povo* como abstração conceitual, entidade útil como ferramenta retórica porque passa a figurar como “autêntico repositório das virtudes e valores genuínos de determinado grupamento social que o transforma no valor de referência de uma ideologia em que toda a legitimidade reside” (Aggio; Castro, 2020, p. 434).

Desde as primeiras negociações em que buscou um partido para se candidatar à presidência da República e, após não conseguir apoio de legendas maiores e se filiar ao PSL, Bolsonaro declarou que seu “partido é o povo” (Onofre, 2018). A construção de determinado simulacro de *povo* por Bolsonaro inclui o ataque a minorias étnicas e sexuais, dele excluídas (Daly, 2019). A divisão entre “nós” e “eles” se disseminou e aparece nas políticas públicas levadas a cabo pela gestão, o que pode ser visto no âmbito da educação, por exemplo, em que as relações com os entes federados tornaram-se um conflito aberto na votação para renovação do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb), bem como no

âmbito da saúde, em que se optou por não adotar certas medidas de combate ao coronavírus com o intuito de desfavorecer governadores (Vazquez; Schlegel, 2022).

A soberania do povo, o ataque às elites e o nacionalismo são aspectos que Aggio e Castro (2020) identificaram no perfil do *Twitter* do presidente brasileiro durante sua gestão. A própria utilização em larga escala das redes sociais já permite que o governante populista dialogue diretamente com seus apoiadores, livre da intermediação de veículos de comunicação tradicionais e seus filtros como *gatekeepers*.

Bolsonaro seguiu a tendência de outros populistas de recorrer à estratégia de se apresentar como o detentor da verdade, em oposição à maioria das mídias jornalísticas industriais, por ele tachadas de mentirosas (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022) — com exceção, naturalmente, das que o apoiaram sistematicamente (Mundim *et al.*, 2022). Ele, como outros, também se insurgiu contra a predominância de valores liberais, ao disseminar desinformação e mobilizar sentimentos de ódio em uma guerra cultural contra a esquerda, que estaria destruindo a família e os valores nacionais (Hoffmann, 2022; Penteado *et al.*, 2022).

Além da oposição aos veículos jornalísticos, a campanha de desinformação de Bolsonaro também foi marcada pela violência contra mulheres jornalistas como estratégia de descredibilização. Pereira (2021) analisa os discursos violentos de Jair Bolsonaro e apoiadores dirigidos a mulheres jornalistas, caracterizando-os como ataques sexistas, misóginos e empenhados em intimidar as profissionais. Pesquisas apontam que o canal do ex-presidente no *YouTube* e o *Twitter* também foram meios utilizados para a propagação de ataques sexistas (Nicoletti; Flores, 2022).

O populismo de Bolsonaro teria sido responsável, ainda, por despolarizar o debate público ao tirar da esfera política debates sobre questões relevantes e isentar a responsabilidade do poder público sobre elas (Baptista; Hauber; Orlandini, 2022).

Como o jornalismo se movimenta no cenário do populismo? Como a credibilidade das notícias pode ser afetada pela polarização política, em especial em situações críticas como a emergência da pandemia da Covid-19? Contribuições para responder a questões como essas

são trazidas na próxima seção, que avança em nossa revisão sistemática a fim de atender o objetivo de indicar direções para o aperfeiçoamento das pesquisas sobre essa temática.

2. Populismo e credibilidade jornalística

Sob o populismo, o jornalismo sofre frequentes ataques de descredibilização, o que torna necessário examinar se a pesquisa sobre credibilidade jornalística está equipada para enfrentar a especificidade do cenário político.

Os estudos sobre credibilidade jornalística incluem dois focos de investigação: um que busca compreender as percepções do público sobre as notícias e organizações jornalísticas, e outro que avalia como as práticas de qualidade jornalística contribuem para que as notícias possuam credibilidade. Essa distinção pode ser compreendida inclusive nos termos da oposição entre credibilidade constituída e percebida (Lisboa; Benetti, 2017): a primeira engloba aquilo que confere confiança a um agente, enquanto a segunda é dada pela dimensão percebida pela audiência.

No primeiro foco, Meyer (1988) examina a atribuição de credibilidade movida por razões que incentivem o público à confiança em uma mídia livre e responsável. As pessoas podem deixar de acreditar em um veículo, por exemplo, quando supõem que há influências políticas e econômicas sobre o trabalho jornalístico. Já Gaziano e McGrath (1986) revisaram estudos incluindo entrevistas sobre quais circunstâncias os meios de comunicação podem ser considerados tendenciosos ou não, se preocupam-se com a comunidade e o interesse público, se oferecem treinamento aos jornalistas, se suas matérias são veiculadas com o contexto devido, respeitam a privacidade de fontes e personagens e possuem caráter de vigilância sobre o poder. Os entrevistados se mostraram mais “propensos a apoiar a liberdade de imprensa quando a mídia serve como um cão de guarda sobre o governo” (Gaziano; McGrath, 1986, p. 462). Ou seja, a aproximação do jornalismo aos temas cruciais do debate público aumenta a percepção de credibilidade, enquanto fatores como desrespeito à intimidade e sensacionalismo levam à desconfiança.

A percepção de que o jornalismo exerce sua missão cívica também é vetor de credibilidade conforme Kovach e Rosenstiel (2004), que elencam valores como o compromisso público com a verdade, a checagem de informações e a independência como indicadores daquela missão. Lisboa e Benetti (2017) salientam que a credibilidade do jornalismo está centrada em dois aspectos essenciais à credibilidade de qualquer instituição: a competência (também conhecida como autoridade), que se refere ao conhecimento técnico sobre o assunto abordado; e a integridade da fonte, que abrange aspectos relacionados ao caráter, como a disposição em compartilhar informações, o compromisso com a verdade e sua reputação.

Masullo *et al.* (2021) apontam que a percepção de credibilidade aumenta quando o público considera que há imparcialidade, precisão, profundidade nas notícias, enquanto descontextualização conduz à desconfiança. Entretanto, por mais que a credibilidade seja central para o conhecimento produzido pelo jornalismo, não é o único fator que explica o consumo de mídia, que abrange também aspectos como tradição, existência de oligopólios no setor e poder aquisitivo (Lisboa, 2012).

Outro aspecto vem de Overgaard (2021), que aponta que a predominância de notícias negativas prejudica a credibilidade. Adicionalmente a esse aspecto, Newman et al. (2022) indicam que 38%, em média, de mais de 80 mil entrevistados de 46 países evitam propositalmente acompanhar os noticiários, principalmente quando as notícias são sobre política e pandemia da Covid-19. O Brasil lidera o ranking: 54% dos entrevistados brasileiros dizem evitar o noticiário. Efeitos psicológicos como tendência de pensamentos negativos são apontados como as principais causas para que o público evite as notícias.

Overgaard (2021) destaca, ainda, que o desequilíbrio entre notícias positivas e negativas nos noticiários pode evocar sentimentos negativos nas audiências, provocando uma espécie de *fadiga noticiosa*, agravada pela abundância conhecida como *infodemia*. Uma solução para o problema, sugere Overgaard (2021), viria da adoção de mudanças como a busca pelo equilíbrio entre notícias negativas e uma abordagem que não apenas mostre problemas, mas também contribua com sua solução, o que levaria ao aumento da confiança no jornalismo.

Vieira e Aquino (2022) verificaram as percepções de credibilidade jornalística na pandemia de Covid-19 no Brasil e sugerem que o cenário da emergência de saúde teria suscitado quadros de ansiedade nos quais o consumo de notícias teria se tornado uma forma de obter segurança. A mídia teve seu trabalho considerado excelente ou bom por mais de 70% dos 306 entrevistados, com números mais altos de confiança registrados entre as pessoas que reconheceram a necessidade psicológica de estarem atentas aos riscos de saúde.

Se estados psicológicos influenciam de forma difusa, segundo pesquisas, a percepção de credibilidade, afinidades políticas o fazem ainda mais. Duncan (2019) se soma ao conjunto de evidências sugerindo que a identificação com ideários políticos é um vetor preponderante. As pesquisas indicam a tendência de indivíduos com determinada visão de mundo a refutarem notícias verdadeiras e confiáveis, se seu conteúdo desafiá-la. Ao mesmo tempo, mesmo se reconhecerem o que recebem como desinformação, se seu conteúdo favorecer suas crenças provavelmente será repassado adiante como algo digno de atenção (Tandoc; Lim; Ling, 2018). Embora as evidências venham dos Estados Unidos e seja ainda necessário verificar o fenômeno em outros países, incluindo o Brasil, trata-se de um mecanismo psicológico de resistência ao conhecimento que em tese seria replicável universalmente (Strömbäck *et al.*, 2022).

No segundo foco de investigação dos estudos sobre credibilidade jornalística, encontra-se o exame de ferramentas adotadas pelos veículos jornalísticos a fim de incrementar a confiabilidade das notícias, então tida em parte como sinônimo de legitimidade.

Guerra (2014) aponta que a legitimação do jornalismo está relacionada a três princípios. O primeiro é a *verdade*: o objeto da notícia é um fato efetivamente ocorrido e possível de ser verificado, ou seja, algo concreto e não apenas suposições. O segundo elemento é a *relevância*: o jornalismo escolhe fatos que obedeçam a critérios como interesse público, qualidade de redação e profissional, além de serem apurados por meio do acesso amplo e privilegiado do jornalista ao fato e às fontes. O terceiro elemento é a *pluralidade*, entendida como multiplicidade de vozes e a visibilidade do contraditório.

Os procedimentos empregados pela organização jornalística para cumprir tais princípios de legitimidade devem estar claros, o que requer disponibilidade e facilidade de

acesso a informações relacionadas. Em qualquer caso, é necessário que exista transparência dos processos jornalísticos, para que o público perceba como o percurso de apuração se orientou ou não por tais princípios. O investimento em qualidade precisa render efeitos visíveis, conforme a literatura usual sobre o tema (Guerra, 2010).

No entanto, estudos recentes, que captam o efeito da crescente polarização política sob a ascensão dos populismos, põem em questão o papel da transparência sobre a confiança, considerada um dever do contrato comunicacional estabelecido entre jornalismo e seus públicos (Lisboa, 2012). Henke, Holtrup e Möhring (2021) sugerem que os níveis de envolvimento do público com o tema da notícia e o ceticismo em relação à mídia são preditores mais significativos da credibilidade. De seu estudo sobre a eficiência das chamadas caixas de transparência, Curry e Stroud (2021) exibem evidências segundo as quais a transparência não é plenamente efetiva. Caixas de transparência são pequenos quadros que muitos jornais ao redor do globo têm adicionado ao fim de uma matéria, contendo informações sobre o percurso de apuração que, em alguma medida, permitem entrever como o jornalista esteve ou não fiel aos princípios de legitimidade.

Tais informações são, por exemplo, aquelas recomendadas pelo *The Trust Project*, consórcio internacional que reúne organizações jornalísticas de todo o planeta, inclusive o Brasil, que propõe o atendimento de oito indicadores de confiabilidade: melhores práticas (com informações sobre quem financia os veículos, sua missão e compromissos éticos); aspectos sobre o jornalista (detalhes sobre quem produziu a matéria, sua expertise etc.); propósito da matéria (etiquetas para distinguir entre conteúdos de opinião, análise, publicidade, conteúdo patrocinado e reportagens); citações e referências (em especial, nas reportagens investigativas ou em profundidade, visando transparência sobre fontes); métodos de apuração (detalhes sobre escolhas editoriais subjacentes); local de apuração (origem da matéria); diversidade de vozes (incluindo informações sobre os esforços da redação para a apresentação de diferentes perspectivas para as reportagens); e *feedback* adicional (informações que incentivem e facilitem a colaboração do público, como indicar prioridades de cobertura e contribuir para o próprio processo de reportagem) (Trust Project, 2022). Mas

estudos apontam que produtores de desinformação (ou pseudojornalismo, no termo utilizado pelos pesquisadores) utilizam estratégias discursivas associadas à prática jornalística para enganar o público e, ainda assim, pontuam bem no índice sugerido pelo *Trust Project*, o que demonstra o risco de utilizar apenas esses critérios para aferição da credibilidade (Träsel; Lisboa; Vinciprova, 2019), aspecto associado ao fato de que as mídias industriais enfrentam resistência culturais internas e empresariais para adotar essas medidas de transparência (Becker; Christofolletti, 2022).

A emergência de saúde pública trazida pela pandemia de Covid-19 conferiu novas faces a fatores que já intervinham sobre a percepção da credibilidade jornalística, tais como a polarização política e o questionamento das autoridades públicas, em uma perspectiva anticiência, que já tinha inclusive sido notada na pandemia anterior de H1N1, em 2010.

A fluidez da percepção de credibilidade da mídia, do poder público e dos cientistas é notada por Hallin e Briggs (2015, p. 97), que analisaram as tendências da cobertura midiática do H1N1 e sustentam o argumento de que o jornalismo em saúde não deve ser visto como um comunicador neutro, pois seus próprios objetos — medicina clínica, ciência biomédica e saúde pública — não são neutros, ou seja, são “mais do que corpos de conhecimento sobre a natureza e como controlá-la”; são antes “instituições sociais e sistemas culturais, embutidos em conjuntos complexos de relações com o Estado, o mercado, a mídia e a estrutura de estratificação social, profundamente afetados por suas relações com essas estruturas e, por sua vez, moldando-as”. Se o jornalismo aspira, assim, a ser visto como confiável em um cenário de emergência de saúde, deve se assumir como sistema cultural, o que requer transparência para apresentar-se como credível e legitimidade para sustentar esse alegado diferencial.

A complexidade dos fatores que interferem na percepção pública da credibilidade da mídia também foi explorada por Hilgard e Jamieson (2017), que indicam como a cobertura midiática de avanços como o teste da vacina contra o vírus Zika foi associada ao aumento dos níveis de confiança na ciência. Sua pesquisa descobriu que esse aumento foi temporário, o que sugere a necessidade de olhar para outros fatores intervenientes.

Outros fatores surgiram de associações entre o consumo da mídia noticiosa e a confiança do público na ciência, o que ressalta a importância de ampliar o radar, ainda mais no contexto da pandemia de Covid-19, marcado por fatores políticos como os crescentes conflitos entre posições divergentes. Hart, Chinn e Soroka (2020, p. 679) investigaram o grau em que a cobertura noticiosa do Covid-19 foi polarizada nos Estados Unidos e sugeriram que “o alto grau de politização e polarização na cobertura inicial da Covid-19 pode ter contribuído à polarização nas atitudes” em relação à infecção.

O populismo e o sentimento antielite também fazem parte dos elementos investigados em relação às representações midiáticas da Covid-19. Stecula e Pickup (2021, p. 6) detectaram que “aqueles que pontuam alto em desconfiança de especialistas e consumo de mídia conservadora são significativamente mais propensos a endossar a conspiração da vacina do que os não populistas”; por outro lado, “aqueles que pontuam alto no sentimento antielite e no consumo de mídia conservadora são significativamente mais propensos a endossar a conspiração das armas biológicas”.

Em síntese, podemos argumentar que as associações entre polarização política e descrença nas notícias estão razoavelmente documentadas pela literatura. Sustentamos, no entanto, que há espaço para avançar na delimitação teórica e empírica de estratégias para o jornalismo enfrentar o déficit de credibilidade que vivencia no contexto da ascensão do populismo. Na próxima seção, examinamos fenômenos que sugerem a urgência de avançar em investigações sobre o tema e propomos questões de pesquisa que podem ser desenvolvidas no sentido da contribuição ao avanço do conhecimento.

3. Teoria, empiria e questões de pesquisa

Analistas e a literatura especializada apontam episódios que evidenciam a dificuldade de o jornalismo lidar com líderes populistas e suas estratégias diversionistas. Em 13 de março de 2020, a estadunidense *Fox News* obteve de Eduardo Bolsonaro (deputado federal e filho do então presidente) a confirmação de que Jair Bolsonaro tinha testado positivo para Covid, e

divulgou o fato, anunciando ainda que entraria ao vivo com o deputado (Greenwald, 2020). Mais tarde, no mesmo dia, na entrevista ao vivo à emissora, Eduardo Bolsonaro negou tanto o fato em si quanto sua confirmação pessoal à própria *Fox News*. Sem saber o que fazer, a emissora limitou-se a publicar online um artigo relatando a contradição não esperada de um parlamentar (Irvine, 2020).

Gehrke *et al.* (2023) se debruçaram sobre a cobertura jornalística de 21 declarações de Jair Bolsonaro que apareceram no primeiro ano da pandemia de Covid-19 em 111 matérias de jornais tradicionais (*Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*) e veículos digitais (*G1*, *Terra* e *UOL*) e foram rotuladas como falsas por uma agência de checagem de fatos.

A amostra foi classificada em três categorias possíveis: reprodução (a fala foi introduzida literalmente com um verbo neutro, como em “Bolsonaro diz que 'pressa para a vacina não se justifica' e vê pandemia chegando ao fim” (Corrêa, 2020); contextualização (qualificações como “distorce”, “omite” e “fora de contexto” foram adicionadas); e correção (a declaração foi apresentada como mentira ou incorreta, como no título “É falso que a cloroquina salvou 100 mil vidas no Brasil, como diz Bolsonaro” (É falso..., 2020).

Foram classificados como reprodução 60,36% dos títulos; como contextualização, 26,13%; e, como correção, 13,51%. Não foram notadas diferenças significativas entre o tratamento de mídias tradicionais e digitais, e também não houve aprendizado ao longo do ano: o fenômeno permaneceu estável durante o ano de 2020.

Os resultados sugerem que o apego a declarações, no contexto do chamado jornalismo declaratório, de mera reprodução de falas oficiais sem apuração e contextualização adequadas (Chagas; Cruz, 2022), pode ser particularmente prejudicial em um cenário no qual um líder populista ignora a ciência e se pronuncia com desinformação de maneira sistemática.

Já Fontes e Marques (2022), em análise de conteúdo de 128.096 *tweets* nos perfis de *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* sobre Jair Bolsonaro, identificaram que o engajamento na forma de *likes*, *retweets* e *replies* era maior em postagens sobre temas controversos, e menor nas postagens sobre políticas públicas. Ou seja, os jornais adotaram uma abordagem predominantemente adversarial, maximizando conflito e negatividade, o que

contribuiria para atrair audiência e ampliar receitas de publicidade, mas com a consequência involuntária de amplificar o apelo populista. Nesse caso, uma estratégia editorial usualmente adotada pelos jornais em busca de afirmar autoridade e buscar credibilidade teria tido o efeito reverso de dar voz ao líder populista, sem checagem ou crítica.

O fenômeno não se restringe ao Brasil. Benkler *et al.* (2020) sugerem que Trump teria sido bem-sucedido em suas estratégias de disseminação de desinformação graças à exploração de práticas comuns ao jornalismo profissional, como o foco preferencial sobre a elite institucional (o que o presidente diz é notícia), a busca por manchetes impactantes e a manutenção da aparência de neutralidade, que impediria privilegiar lados. Involuntariamente, o jornalismo comercial, ao apenas repercutir de maneira acrítica as mentiras de Trump, teria contribuído para a contaminação da esfera pública por meio da projeção da teoria conspiratória de fraude eleitoral.

Diante de tais encadeamentos, cabe questionar como os estudos de credibilidade jornalística podem contribuir para fornecer reflexões ao campo profissional que auxiliem os jornalistas a estar mais preparados para o cenário da ascensão dos populismos e extrema-direita. Sugerimos, assim oportunidades de aperfeiçoamento das investigações na área, na forma de cinco questões de pesquisa que levem a desdobramentos necessários, a saber:

a) Em quais circunstâncias a transparência sobre procedimentos jornalísticos pode ser realmente eficaz para aumentar a credibilidade? Investigações nesta linha devem requerer métodos qualitativos e recursos significativos, o que a tornam de complexa execução em um contexto de redução de investimentos em ciência;

b) Quais procedimentos jornalísticos efetivamente colaboram para aumentar a confiabilidade de uma matéria? Pluralidade e contextualização, características usualmente buscadas por instrumentos de qualidade, atendem a esse propósito? Em quais condições e entre quais públicos? Aqui, as investigações envolveriam análise de conteúdo para diferenciar os veículos que mais facilmente apresentam essas características daqueles que dificultam identificá-las;

c) Qual é a profundidade e a abrangência necessárias ao tratamento destinado a prover pluralidade e contextualização em temas em torno dos quais se observe acentuada polarização política? Investigações nesta linha poderiam estabelecer parâmetros deontológicos atualizados, em linha com as dinâmicas mais frequentes do debate público;

d) Como evitar que a influência de líderes populistas agravando a polarização política contamine o equilíbrio que o jornalismo busca atingir com os procedimentos destinados a prover pluralidade e contextualização? Neste caso, os estudos sobre transparência poderiam verificar, por meio de análise de enquadramento, como uma matéria reconhece ou não as atitudes e palavras de um mandatário como tipicamente populistas;

e) Que atualizações são necessárias à formação universitária em jornalismo para dar conta das especificidades da contemporaneidade em questão neste artigo? Investigações nesta linha poderiam analisar e comparar currículos e indicar aspectos que podem ser aperfeiçoados.

Se estas cinco questões de pesquisa já envolvem investimentos consideráveis em ciência e estão longe de esgotar o rol de indagações pertinentes, cabe sugerir que estão atadas ao percurso específico aqui adotado de revisão sistemática da literatura, que naturalmente é muito mais ampla daquela com a qual se pode lidar em um artigo com os presentes limites de extensão. Tal limitação do desenho metodológico do artigo pode ser enfrentada por meio do estabelecimento de perguntas norteadoras distintas, relacionadas às questões de pesquisa, o que deve fazer avançar a contribuição ao aperfeiçoamento dos estudos sobre credibilidade jornalística.

Considerações finais

Os estudos sobre credibilidade jornalística assentam-se sobre uma tradição de pesquisa em jornalismo que inclui duas direções: uma extensamente ancorada em investigações empíricas sobre a percepção da confiabilidade de notícias e organizações, e outra focada sobre sistemas de qualidade que determinam procedimentos de apuração e gestão editorial voltados a conquistar a confiança dos públicos.

Este artigo empreendeu uma revisão sistemática da literatura pertinente sobre o tema, dirigida a reunir elementos para contribuir com a formulação de novas questões de pesquisa. Assim, o movimento da revisão se dirigiu a verificar brevemente características da contemporaneidade, especificamente a ascensão de populismos e o crescimento de polarizações, e analisar se o arsenal teórico e empírico dos estudos de credibilidade está preparado para lidar adequadamente com as especificidades do cenário atual. A ascensão de líderes populistas em diversos países na última década tem representado desafios não só para o funcionamento dos sistemas políticos estabelecidos, como também para a manutenção da credibilidade de instituições essenciais para a democracia, como é o caso do jornalismo. Daí a necessidade de identificar oportunidades de avanço da pesquisa acadêmica preocupada em avaliar os impactos do populismo sobre a credibilidade jornalística.

Tal direção de pesquisa deve inclusive verificar se o populismo de extrema direita estaria mesmo em guerra contra o jornalismo profissional, como suposto por parte da literatura que identifica o sistemático questionamento da autoridade jornalística como usual tática populista, e quais as evidências existem a favor ou contra tal perspectiva. Afinal, tanto Trump e Bolsonaro, como indicam os estudos empíricos aqui revisados, em particular Gehrke *et al.* (2023), Fontes e Marques (2022) e Benkler *et al.* (2020), sugerem que tanto os jornais comerciais quanto os líderes populistas se beneficiam da propalada oposição inarredável entre eles: jornais atraem audiência e publicidade ao explorar a indignação pública com os arroubos populistas, e líderes populistas obtêm mais espaço ao projetarem desinformação sem checagem ou crítica. Dada a complexidade do cenário, as questões de pesquisa que propusemos, e outras a serem formuladas por direções similares em estudos futuros, se tornam ainda mais necessárias.

Referências bibliográficas

- AGGIO, Camilo De Oliveira; CASTRO, Filipe. “Meu partido é o povo”: Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. *Comunicação & Sociedade*, v. 42, n. 2, p. 429-465, 2020.
- BAPTISTA, Érica Anita; HAUBER, Gabriela; ORLANDINI, Maiara. Despolitização e populismo. *Media & Jornalismo*, v. 22, n. 40, p. 105-119, 2022.
- BARR, Robert. *The Resurgence of Populism in Latin America*. Boulder: Lynne Rienner Publishers, 2017.
- BECKER, Denise; CHRISTOFOLETTI, Rogério. The Trust Project e a transparência percebida em três redações de referência no Brasil. *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 56, 2022.
- BENKLER, Yochai; TILTON, Casey; ETLING, Bruce; ROBERTS, Hal; CLARK, Justin; FARIS, Robert; KAISER, Jonas; SCHMITT, Carolyn. Mail-in voter fraud: anatomy of a disinformation campaign. *Berkman Center Research Publication*, n. 6, 2020.
- BROWN, Katy; MONDON, Aurelien. Populism, the media, and the mainstreaming of the far right: The Guardian’s coverage of populism as a case study. *Politics*, v. 41, n. 3, p. 279-295, 2021.
- CHAGAS, L. J. V; CRUZ, M. C. Jornalismo declaratório na cobertura eleitoral e a dependência das fontes oficiais. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, v. 11, n. 2, p. 108-123, 2022.
- CORRÊA, Marcello. Bolsonaro diz que pressa para vacina não se justifica e vê pandemia chegando ao fim. *O Globo*. 19 dez. 2020. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-pressa-para-vacina-nao-se-justifica-ve-pandemia-chegando-ao-fim-24805314>>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- CURRY, Alexander; STROUD, Natalie. The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions. *Journalism*, vol. 22, n. 4, 2021.
- DALY, Tom. Populism, Public Law, and Democratic Decay in Brazil: Understanding the Rise of Jair Bolsonaro. *SSRN Electronic Journal*, 2019.
- DE LA TORRE, Carlos. El populismo latinoamericano: entre la democratización y el autoritarismo. *Nueva Sociedad*, v. 247, p. 120-137, 2013.
- DEAN, Jonathan; MAIGUASHCA, Bice. Did somebody say populism? Towards a renewal and reorientation of populism studies. *Journal of Political Ideologies*, v. 25, n. 1, p. 11-27, 2020.
- DUNCAN, Megan. The effectiveness of credibility indicator interventions in a partisan context. *Newspaper Research Journal*, vol. 40, n. 4, p 487-503, 2019.
- É FALSO que cloroquina tenha salvado 100 mil vidas no Brasil, como diz Bolsonaro. *Folha de S. Paulo*. 14 ago. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/08/e-falso-que-cloroquina-tenha-salvado-100-mil-vidas-no-brasil-como-diz-bolsonaro.shtml>>. Acesso em: 2 jul. 2022.

Dossiê Crises da democracia e desinformação: diagnósticos do tempo presente

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 26, n. 1, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i01.28024

FONTES, Giulia Sbaraini; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Defending democracy or amplifying populism? Journalistic coverage, Twitter, and users' engagement in Bolsonaro's Brazil. *Journalism*, 2022.

GAZIANO, Cecile; MCGRATH, Kristin. Measuring the Concept of Credibility. *Journalism Quarterly*, v. 63, n. 3, p. 451-462, 1986.

GEHRKE, Marília; TRÄSEL, Marcelo; RAMOS, Álvaro; OZORIO, Júlia. All the President's Lies: How Brazilian News Media Addressed False and Inaccurate Claims in Their Titles. *Journalism Practice*, p. 1-18, 2023.

GREENWALD, Glenn. Como Eduardo confirmou à Fox News e depois mentiu sobre o resultado positivo do teste de coronavírus de seu pai. *The Intercept Brasil*. 16 mar. 2020. Disponível em: <<https://theintercept.com/2020/03/16/como-eduardo-confirmou-e-depois-mentiu-sobre-o-resultado-positivo-do-teste-de-coronavirus-de-seu-pai/>>. Acesso em: 2 mar. 2023.

GUERRA, Josenildo. Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao Jornalismo: possibilidades e diretrizes. *E-Compós*, v. 13, n. 3, p. 1-16, 2010.

GUERRA, Josenildo. Transparência editorial: a credibilidade jornalística à luz dos sistemas de gestão da qualidade. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 11, n. 20, 2014.

HALLIN, Daniel; BRIGGS, Charles. Transcending the medical/media opposition in research on news coverage of health and medicine. *Media, Culture & Society*, v. 37, n. 1, p. 85-100, 2015.

HART, Sol; CHINN, Sedona; SOROKA, Stuart. Politicization and Polarization in COVID-19 News Coverage. *Science Communication*, v. 42, n. 5, p. 679-697, 2020.

HATAKKA, Niko; HERKMAN, Juha. Hegemonic meanings of populism: Populism as a signifier in legacy dailies of six countries 2000–2018. *Media, Culture & Society*, 2022.

HENKE, Jakob; HOLTRUP, Stefanie; MÖHRING, Wiebke. The more, the better? Effects of transparency tools and moderators on the perceived credibility of news articles. *Journalism*, 2021.

HILGARD, Joseph; JAMIESON, Kathleen Hall. Does a Scientific Breakthrough Increase Confidence in Science? News of a Zika Vaccine and Trust in Science. *Science Communication*, v. 39, n. 4, p. 548-560, 2017.

HOFFMANN, Fabio. A extrema direita no poder: Bolsonaro e o bolsonarismo. *Orbis Latina*, v. 12, n. 1, 2022.

IRVINE, Chris. Brazil President Bolsonaro's son claims father tested negative for coronavirus despite earlier reports. *Fox News*, 13 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.foxnews.com/world/brazil-bolsonaro-coronavirus-test-negative-eduardo>>. Acesso em: 2 mar. 2023.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo – o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LACLAU, Ernesto. *A Razão populista*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2013.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017.

LISBOA, Sílvia. *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

MASULLO, Gina; CURRY, Alexander; WHIPPLE, Kelsey; MURRAY, Caroline. The Story Behind the Story: Examining Transparency About the Journalistic Process and News Outlet Credibility. *Journalism Practice*, p. 1-19, 2021.

MEYER, Philip. Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index. *Journalism Quarterly*, v. 65, n. 3, p. 567-574, 1988.

MUDDE, Cas. The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, v. 39, n. 4, p. 541–563, 2004.

MÜLLER, Jan-Werner. *Democracy Rules*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2021.

MÜLLER, Jan-Werner. *What is populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.

MUNDIM, Pedro Santos; GRAMACHO, Wladimir; TURGEON, Mathieu; STABILE, Max. Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19. *Opinião Pública*, v. 28, n. 3, p. 615-634, 2022.

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig; EDDY, Kirsten; NIELSEN, Rasmus. *Digital News Report*. Londres: Reuters Institute, 2022.

NICOLETTI, Janara; FLORES, Ana; MARTA, M. Violence Against Journalists on Jair Bolsonaro's Youtube Channel: analysis of the first 100 days of the Covid-19 pandemic in Brazil. *Brazilian Journalism Research*, v. 18, p. 4-35, 2022.

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

ONOFRE, Renato. Após negativa de PR e PRP, Bolsonaro diz que o “seu partido é o povo”. *O Estado de S. Paulo*, 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,apos-negativa-de-pr-e-prp-bolsonaro-diz-que-o-seu-partido-e-o-povo,70002407406>>. Acesso em: 2 jul. 2022.

OVERGAARD, Christian Staal Bruun. Mitigating the consequences of negative news: How constructive journalism enhances self-efficacy and news credibility. *Journalism*, 2021.

- PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; GOYA, Denise Hideko; DOS SANTOS, Patrícia Dias; JARDIM, Luiza. Populismo, desinformação e Covid-19. *Media & Jornalismo*, v. 22, n. 40, p. 239-260, 2022.
- PEREIRA, Matheus Ribeiro. A desinformação como estratégia política: uma análise dos tweets de ataque à imprensa postados por Jair Messias Bolsonaro no ano de 2019. *Aquila*, n. 24, p. 97-110, 2021.
- SAINZ, Nilton; PERICH, Rafael; SILVA, Rodrigo; CODATO, Adriano Nervo. Ambição política: análise cientométrica da literatura indexada na Web of Science. In: SAMPAIO, Rafael Cardoso; CODATO, Adriano Nervo (org.). *Ciência política: o campo em discussão*. Curitiba: Massimo Editorial, 2021.
- SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes; CODATO, Adriano Nervo; MARIOTO, Djiovanni Jonas França; BITTENCOURT, Maiane; NICHOLS, Bruno Washington; SANCHEZ, Cristiane Sinimbu. Mapeamento e reflexões sobre o uso da análise de conteúdo na SciELO-Brasil (2002-2019). *New Trends in Qualitative Research*, New Trends in Qualitative Research. v. 15, New Trends in Qualitative Research, 2022.
- STECULA, Dominik; PICKUP, Mark. How populism and conservative media fuel conspiracy beliefs about COVID-19 and what it means for COVID-19 behaviors. *Research & Politics*, v. 8, n. 1, 2021.
- STRÖMBÄCK, Jesper, WIKFORSS, Asa, GLÜER, Kathrin, LINDHOLM, Torun, OSCARSSON, Henrik. (Eds.) *Knowledge resistance in high-choice information environments*. Oxford: Oxford University Press, 2022.
- TANDOC, Edson; LIM, Zheng; LING, Richard. Defining “fake news”. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018.
- TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Sílvia; VINCIPROVA, Giulia Reis. Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. *Brazilian Journalism Research*, v. 15, n. 3, p. 452-473, 2019.
- TRUST PROJECT. *About us*. Disponível em: <<https://thetrustproject.org/about/>>. Acesso em: 5 ago. 2022.
- VAZQUEZ, Daniel Arias; SCHLEGEL, Rogerio. Covid-19, Fundeb e o populismo do governo Bolsonaro nas relações federativas. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 38, 2022.
- VIEIRA, Lívia; AQUINO, Sibebe. Audience perceptions of news media on the Covid-19 pandemic. *Brazilian Journalism Research*, v. 18, n. 1, p. 36-63, 2022.
- WEYLAND, Kurt. Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, v. 34, n. 1, p. 1, 2001.

Danilo Rothberg – Universidade Estadual Paulista – Unesp

Livre-docente em Sociologia da Comunicação, Doutor em Sociologia e Mestre em Comunicação pela Unesp (Universidade Estadual Paulista). Docente do Programa de Pós-Graduação da Unesp.

Email: danilo.rothberg@unesp.br

Paulo Ferracioli – Universidade Estadual Paulista – Unesp

Pesquisador de pós-doutorado na Unesp (Universidade Estadual Paulista), com bolsa da Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo). Doutor em Ciência Política e mestre em Comunicação pela UFPR (Universidade Federal do Paraná).

Email: paulo.ferracioli@unesp.br

Andresa Caroline Lopes de Oliveira – Universidade Estadual Paulista – Unesp

Doutoranda em Comunicação e Mestra em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista. Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda das FIFE. Membro do grupo de Pesquisa Mídia e Sociedade – Faac Unesp Bauru (SP) e do Laboratório de discursividades midiáticas e práticas socioculturais (Labdim) da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG), Frutal (MG).

Email: acl.oliveira@unesp.br

Financiamento

O primeiro autor agradece à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP/Auxílio à Pesquisa 2021/07344-3 – *Pandemic Communication in Times of Populism Project*), à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES/Probral 88887.371422/2019-00) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq/Bolsa de Produtividade 308530/2022-5 e CNPq/Chamada Universal 403634/2021-0) pelo apoio. O segundo autor agradece à FAPESP pela bolsa de pós-doutorado concedida (2022/03814-8). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade do(s) autor(es) e não necessariamente refletem a visão da FAPESP.