

Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19

Pedro Santos Mundim¹ 

Wladimir Gramacho² 

Mathieu Turgeon³ 

Max Stabile⁴ 

Este artigo investiga a ocorrência da exposição seletiva no Brasil, tendo em vista a frequência com que os brasileiros disseram buscar informações sobre a pandemia de COVID-19 no *Jornal Nacional* e no *Jornal da Record*. Utiliza dados de uma análise de conteúdo da cobertura desses veículos acerca do assunto em 2020 e os dados de uma pesquisa de opinião pública nacional. As análises realizadas mostram que o partidarismo e a religião foram importantes preditores do consumo de notícias desses veículos. Evangélicos e adeptos do “partido do Bolsonaro” eram telespectadores mais assíduos do *Jornal da Record*; católicos, partidários de outras legendas e apatidários consumiam mais o *Jornal Nacional*. Esses resultados indicam que os brasileiros consomem notícias em consonância com suas convicções políticas e que alguns grupos podem estar recebendo menos informação sobre a COVID-19.

Palavras-chave: exposição seletiva; partidarismo; religião; COVID-19; telejornais

Introdução

Em 17 de setembro de 2020, o presidente Jair Bolsonaro (filiação ao Partido Liberal - PL) publicou em sua conta no Twitter um ataque à Rede Globo, maior grupo de comunicação do Brasil e responsável pela veiculação do *Jornal Nacional*, o principal telejornal do país. Para embasar o seu ataque, compartilhou o vídeo de uma reportagem de outro telejornal, *Jornal da Record*, da Rede Record de televisão, de propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus, de denominação evangélica⁵.

Não foi a primeira vez que Bolsonaro atacou a Rede Globo. Na verdade, esse comportamento tem sido comum durante o seu mandato, principalmente porque, na visão do

¹ Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais. Goiânia (GO), Brasil. E-mail: <psmundim@ufg.br>.

² Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Brasília (DF), Brasil. E-mail: <wggramacho@unb.br>.

³ University of Western Ontario, Departamento de Ciência Política. London, Ontario, Canadá. E-mail: <mturgeo4@uwo.ca>.

⁴ Universidade de Brasília, Instituto de Ciência Política. Brasília (DF), Brasil. E-mail: <max@ibpad.com.br>.

⁵ No vídeo da reportagem, a Rede Globo e seus proprietários, a família Marinho, era acusada de participar de um esquema de corrupção envolvendo as Olimpíadas de 2016, que aconteceram no Rio de Janeiro. “Bolsonaro volta a atacar Globo usando reportagem da Record”. Poder360, 17/9/2020. Disponível em: <<https://cutt.ly/DcNGEYh>>. Acesso em: 9 abr. 2021.

presidente e de seus apoiadores, seu governo sofre críticas dos veículos de imprensa do grupo Globo (telejornal, jornais impressos, emissoras de rádio, sites de notícia, etc.)⁶. E o fato de Bolsonaro ter usado uma reportagem do *Jornal da Record*, principal concorrente do *Jornal Nacional*, não é acidental. Dada a proximidade da Igreja Universal com o presidente da República, seu telejornal tem tido uma cobertura mais benevolente com o presidente e seu governo, mesmo durante a pandemia de COVID-19.

O objetivo deste artigo é investigar a exposição seletiva – “a seleção de meios de comunicação que correspondem às suas crenças e predisposições” (Stroud, 2008, p. 352) – dos brasileiros aos dois principais telejornais do país, tendo em vista o contexto da pandemia de COVID-19 no Brasil. Para isso, usaremos os dados de um *survey* on-line com 2771 brasileiros, aplicado entre os dias 23 de setembro e 2 de outubro de 2020, que buscou analisar uma série de questões de comunicação e informação relacionadas à pandemia.

Na primeira parte do artigo, discutimos como ambientes políticos polarizados geram incentivos para que as pessoas se exponham de modo seletivo às informações que consomem. Em seguida, argumentamos que, ao politizar a pandemia de COVID-19 desde o seu início, Bolsonaro gerou incentivos para que os dois telejornais tivessem coberturas diferentes em relação ao coronavírus e às ações do governo federal de combate à doença. Por fim, apresentamos a descrição dos dados utilizados e os resultados das nossas análises.

Realizamos uma análise de conteúdo das coberturas do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record*, a partir de uma amostra representativa para o ano de 2020. Entre outras coisas, os resultados mostram que, de fato, o telejornal da Rede Globo foi mais crítico que o da Rede Record quando o assunto eram as ações do governo federal para o combate à pandemia de COVID-19. Não surpreende, portanto, que em setembro de 2020, conforme narrado nos dois primeiros parágrafos deste artigo, Bolsonaro tenha direcionado ataques ao *Jornal Nacional*, utilizando-se de conteúdos do *Jornal da Record*.

Além disso, e em consonância com as teorias de exposição seletiva, nossas análises também mostram que dimensões, tanto atitudinais – partidarismo – como sociodemográficas – religião –, foram importantes preditores do consumo de notícias relacionadas à pandemia de COVID-19. Evangélicos e adeptos do “partido do presidente Jair Bolsonaro” eram telespectadores mais assíduos do *Jornal da Record*, enquanto católicos, petistas e apartidários consumiam mais o *Jornal Nacional*. Esses resultados têm implicações importantes, pois mostram que os brasileiros consomem notícias na TV aberta em consonância com suas convicções políticas, o que pode ter impacto na polarização afetiva⁷; e que, dado o contexto de pandemia, a partir do telejornal que escolhem, alguns grupos podem ter

⁶ Outros importantes grupos de comunicação do país, como o Grupo Folha, responsável pela edição da *Folha de S. Paulo*, jornal de maior circulação do país, também têm sido atacados pelo mesmo motivo.

⁷ Como argumentam Stabile e Vön Bülow (2021), mesmo com o forte crescimento que a internet apresentou na última década, com o salto de 39% de domicílios que possuíam internet em 2009 para 74% em 2019, a importância da TV como fonte de informação política ainda é maior que a da rede de computadores. Dados de dois diferentes *surveys* com amostras nacionais mostram que a TV se mantém em primeiro lugar como a principal fonte de informação política. De 2009 a 2019, as menções a TV caíram apenas de 67% para 53%, enquanto a internet ficou em segunda posição, indo de 19% em 2009 para 33% em 2019.

recebido menos informação sobre a COVID-19 que outros, o que influenciaria seus comportamentos e os exporia a maiores riscos de contrair o vírus.

Exposição seletiva e polarização política

A exposição seletiva ao conteúdo informacional é um fenômeno estudado há bastante tempo. O trabalho seminal de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948) identificou que a exposição seletiva era um das razões por trás dos efeitos limitados da mídia sobre a escolha eleitoral. Analisando as eleições presidenciais de 1940 e 1944 nos Estados Unidos, os autores encontraram que havia muito pouco espaço para a conversão de votos naquele contexto, já que os eleitores preferiam consumir informações que estivessem de acordo com suas preferências e crenças.

Contudo, os estudos produzidos nos anos seguintes sobre exposição seletiva chegaram a resultados contraditórios (Sears; Freedman, 1967; Iyengar; Hahn, 2009), e muito pouco foi produzido sobre o assunto até o final dos anos 1970 (Stroud, 2011). Algumas das principais razões foram: o ecossistema informacional do período, que tinha na televisão e nos canais de TV abertos o principal meio de comunicação de massa e buscava atender a um indivíduo médio/modal; o jornalismo profissional, guiado pelos princípios da objetividade, pluralidade de opiniões e neutralidade política (Hamilton, 2007); e a queda na polarização política observada na época (Ladd, 2012). Todos esses fatores podem ter reduzido significativamente o espaço disponível para que as pessoas exercessem a exposição seletiva, ou para que os pesquisadores acreditassem que ela continuaria ocorrendo de modo relevante.

A partir dos anos 1980, as transformações observadas nos ecossistemas midiáticos de alguns países trouxeram novas oportunidades de exposição seletiva por parte do público. Nos Estados Unidos, houve o crescimento das assinaturas de televisão a cabo, que aumentara a oferta de entretenimento aos telespectadores, o que, por sua vez, fez com que vários deles deixassem de acompanhar o noticiário das redes de TV aberta (Baum; Kernell, 1999; Prior, 2007). Com um mercado de mídia mais eficiente, grupos comerciais perceberam que seria mais lucrativo levar informação política para nichos do que para um espectro mais amplo dos consumidores de notícias (Mullainathan; Shleifer, 2005; DellaVigna; Hamilton, 2007; Kaplan, 2007).

A partir dos anos 2000, com a evolução das novas mídias, esse movimento se intensificou de maneira substantiva. Os cidadãos passaram a encontrar informações e visões políticas mais palatáveis às suas predisposições ideológicas e partidárias, principalmente nas redes sociais, não apenas nas emissoras de notícias de TV a cabo. Pode-se afirmar que as novas mídias diminuíram ainda mais os custos de oportunidade inerentes aos hábitos de consumo de mídia (Baum, 2003; Flaxman; Goel; Rao, 2016) e maximizaram a obtenção de informações políticas como um subproduto de outras atividades on-line (Boczkowski; Mitchelstein; Matassi, 2018; Fletcher; Nielsen, 2018).

Essas transformações acarretaram uma série de consequências políticas. Uma das mais discutidas nos últimos anos foi justamente o impacto da exposição seletiva na polarização política (Fiorina; Abrams; Pope, 2006; Abramowitz; Saunders, 2008). Embora Prior (2013) argumente que não há evidências de que a mídia partidária seja uma das causas da polarização, Levendusky (2013a, 2013b), a partir de uma série de experimentos, indica que sim. Em uma abordagem mais ensaística, Sunstein (2007) defende que a internet facilita o surgimento de atitudes políticas mais extremas e intolerantes, ainda que estudos empíricos apresentem evidências do contrário (Boxell; Gentzkow; Shapiro, 2018). Ou seja, ainda não temos clareza se a exposição seletiva tem influência sobre a polarização, como concluem estudos recentes (Iyengar et al., 2019).

Já o impacto da polarização política sobre a exposição seletiva é mais evidente. Em uma série de estudos, Stroud (2007, 2008, 2010, 2011) mostrou que as preferências e predisposições políticas das pessoas influenciam seus hábitos de consumo de mídia tradicional e, conseqüentemente, seu comportamento político. Slater (2007, 2014) argumenta que isso ocorre em um processo contínuo que chamou de “espiral de reforço”, no qual a seleção que as pessoas fazem de fontes de informação influencia tanto suas atitudes políticas, quanto a sua posterior exposição à informação política (Dahlgren et al., 2019), podendo funcionar como um mecanismo de reforço ou manutenção de valores e identidades de grupo. Existem também fortes evidências de que as crenças políticas exercem papel importante em relação às novas mídias (Meraz, 2015; Schmidt et al., 2017; Weeks et al., 2017; Shin, 2020;). Iyengar e Hahn (2009) apontaram que a exposição seletiva acontece tanto em relação a temas mais controversos como política e conflitos raciais, quanto sobre assuntos como esportes, crimes e viagens.

Diversos autores têm discutido a polarização política no Brasil (Bringel; Geoffrey, 2015; Borges; Vidigal, 2018; Alves, 2019). Com uma maior oferta de fontes de informação, focadas em nichos ou não, na mídia tradicional ou nas novas mídias, os brasileiros encontram hoje um ecossistema midiático repleto de possibilidades que se adequam às suas preferências e crenças. Até o início de 2020, a polarização política se manifestava principalmente em relação às questões partidárias e ideológicas, por conta do cenário criado a partir de 2013 e acentuado com a eleição de Bolsonaro em 2018. Mas, como será discutido no próximo tópico, o início da pandemia de COVID-19 no Brasil fez a polarização avançar sobre a área da saúde pública, e a exposição seletiva pode ter desempenhado um papel fundamental nesse processo.

Politização da pandemia de COVID-19 no Brasil

Como mostrou Stroud (2010, 2011), a exposição seletiva pode acontecer quando um tópico é pessoalmente relevante ou gera uma resposta afetiva, como em relação aos temas políticos, principalmente para as pessoas que possuem preferências partidárias ou ideológicas. Mas seria esperada a ocorrência de exposição seletiva, por esses mesmos

motivos, quando o tema em questão é uma pandemia? Nesse contexto, seria esperável que o subtexto político perdesse protagonismo em relação às questões de saúde pública. Entretanto, a atuação das elites políticas no Brasil, em particular a do presidente Jair Bolsonaro, tornou as respostas estatal e social à pandemia de COVID-19 um *issue* político.

Em alguns países, como os Estados Unidos (Rutledge, 2020; Yamey; Gonsalves, 2020) ou as Filipinas (Lasco, 2020), desde o começo de 2020, a pandemia de COVID-19 tornou-se palco para um conflito político pela ação de seus presidentes. No Brasil, seja em discursos ou em atitudes, o presidente Bolsonaro – assim como Donald Trump (EUA) ou Rodrigo Duterte (Filipinas) – minimizou os riscos do contágio da doença ao chamar os sintomas da COVID-19 de “gripezinha”, desincentivar o uso de máscaras de proteção facial e promover aglomerações – uma delas em uma manifestação em que se pedia intervenção militar para o fechamento do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal (STF). Ele também promoveu o uso de remédios sem comprovação científica para o tratamento da doença e como medida de prevenção a ela, implementou uma agenda anticientífica e ignorou a opinião de experts (Friedman, 2020; Recuero; Soares, 2020; Watson, 2020; Pfrimer; Barbosa, 2021; Taylor, 2021; Touchton et al., 2021; Ajzenman; Cavalcanti; Mata, 2023).

O Brasil teve, em menos de um ano, quatro ministros da saúde⁸. Bolsonaro entrou em conflito com governadores e prefeitos ao defender que eles não adotassem medidas restritivas que diminuíssem o crescimento dos casos de COVID-19, sob o argumento de que o prejuízo econômico de medidas como quarentenas e *lockdowns* seria mais danoso para o país do que a perda de vidas (Barberia; Gómez, 2020; Lotta et al., 2020). Há, também, evidências de que seu governo pode ter agido, por meio de atos normativos, para obstruir respostas locais no combate à pandemia (Asano et al., 2021). O presidente conseguiu, ainda, politizar a compra de vacinas, ao, inicialmente, se recusar a adquirir doses da Coronavac, em razão de sua origem chinesa e seu desenvolvimento em parceria com o governo do estado de São Paulo, cujo governador à época ser seu desafeto e adversário político (Gramacho; Turgeon, 2021).

Em suma, a atuação do presidente Jair Bolsonaro ensejou uma resposta polarizada da sociedade quanto às atitudes individuais em relação à pandemia, que se refletiu, por exemplo, em diferentes níveis de informação sobre a doença. Pereira e Nunes (2020) mostraram como as preferências por diferentes suportes midiáticos ajudam a explicar a influência de Bolsonaro sobre a polarização da opinião pública sobre a pandemia observada no Brasil. Os apoiadores do presidente, que preferiam consumir notícias na internet, tinham visões divergentes sobre a pandemia em relação às pessoas que se informavam pela televisão. Gramacho et al. (2021) mostraram como a polarização política impactou o nível

⁸ Luiz Henrique Mandetta (1º de janeiro de 2019 a 16 de abril de 2020), Nelson Teich (17 de abril de 2020 a 15 de maio de 2020), Eduardo Pazuello (entre 15 de maio de 2020 e 16 de setembro de 2020, ocupou o cargo interinamente, pois era secretário-executivo do ministério. De 16 de setembro de 2020 a 23 de março de 2021, foi titular da pasta) e Marcelo Queiroga (desde 23 de março de 2021).

de conhecimento dos brasileiros sobre a COVID-19. Apoiadores de Bolsonaro sabiam menos sobre o coronavírus e eram mais propensos a acreditar em teorias da conspiração sobre o vírus propaladas pelo presidente, como a que a pandemia era parte de uma conspiração chinesa para expandir o seu poder no mundo. As consequências não poderiam ter sido piores para o país, que viu crescer o número de mortes e de casos da doença (Barberia; Gómez, 2020; Ortega; Orsini, 2020; Castro et al., 2021).

A cobertura da pandemia nos telejornais⁹

A partir de uma amostra selecionada seguindo os critérios estabelecidos em Riffe et al. (1996), para quem a escolha de dois dias aleatórios por mês é suficiente para a obtenção de dados representativos anuais do noticiário televisivo, implementamos uma análise de conteúdo da cobertura do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* sobre a pandemia de COVID-19, no ano de 2020. Analisamos apenas as matérias diretamente relacionadas à pandemia de COVID-19. No total, foram 196 matérias do *Jornal Nacional* e 210 do *Jornal da Record*, sendo que as do telejornal da Rede Globo ($M = 3,28$ min, $SD = 1,9$ min) tinham um tempo médio maior que as da Record ($M = 2,27$ min, $SD = 1,16$ min) – uma diferença estatisticamente significativa ($t = 10,8$, $p = 0,00$).

Nosso interesse era avaliar o viés dessas matérias em relação ao governo federal e ao presidente Bolsonaro. Como a discussão sobre o uso de valências em análises de conteúdo não está livre de controvérsias (Miguel, 2015; Feres Júnior, 2016a, 2016b), optamos por uma estratégia mais simples para deduzir a inclinação das coberturas. Utilizamos como unidades de análise as sonorais – falas das fontes jornalísticas utilizadas pelos repórteres nas matérias –, as passagens dos repórteres e as leituras de notícias sobre a COVID-19 pelos âncoras dos telejornais que não fossem simples chamadas para as matérias.

Em relação às sonorais e às passagens, partimos do pressuposto de que elas são frequentemente utilizadas – ainda que não unicamente – para validar as interpretações, os pontos de vista, os enquadramentos e os contextos expostos nas notícias (Tuchman, 1978; Gans, 1980; Dimitrova; Strömbäck, 2009). Decidimos considerar as leituras de notícias pelos âncoras porque, muitas vezes, elas passavam informações relevantes sobre a pandemia de COVID-19 e sobre as ações do governo federal para combatê-la.

No total, foram analisadas 1168 sonorais, passagens e leituras de notícias pelos âncoras – respectivamente 23,2%, 11,6% e 65,2% da amostra –, sendo 578 do *Jornal Nacional* e 590 do *Jornal da Record*. Três assistentes de pesquisa atuaram como codificadoras, após várias sessões de treinamento. Elas assistiram e classificaram todos os vídeos apenas após suas codificações atingirem níveis aceitáveis de confiabilidade para a variável

⁹ Os dados utilizados neste artigo estão disponibilizados no site do Cesop, na seção da Revista Opinião Pública, na página deste artigo: <https://www.cesop.unicamp.br/por/opiniao_publica>.

valência (Alfa de Krippendorff = 0,878, calculada em 17% da amostra), a única que exigia uma interpretação do conteúdo.

Os dados sugerem que, em 2020, a proporção de sonoras, passagens e leituras negativas do telejornal da Globo (9,5%, $N = 55$) foi cerca de 2,8 vezes superior às do telejornal da Record (3,4%, $N = 20$), $X^2(2, N = 1168) = 19,6, p < .01$, embora a maior parte da cobertura tenha sido neutra: 83,6% ($N = 483$) e 87,3% ($N = 515$), respectivamente. Uma análise mais detalhada mostra que essa diferença de tom entre os dois telejornais se deve às passagens e às sonoras, $X^2(2, N = 1033) = 18,9, p < .01$, não às leituras de notícias pelos âncoras, $X^2(2, N = 135) = 3,1 p < .22$.

A princípio, as diferenças entre esses números parecem pequenas e sugerem que haveria pouca margem para a ocorrência de exposição seletiva. Afinal, as diferenças entre as coberturas não seriam grandes o suficiente para que os telespectadores conseguissem identificar as inclinações anti-Bolsonaro do *Jornal Nacional* e pró-Bolsonaro do *Jornal da Record*, o que os impediria de alinhar sua exposição a esses posicionamentos. Entretanto, acreditamos que os números devem ser vistos de outra forma.

Em primeiro lugar, nossa análise considerou apenas as matérias relacionadas à pandemia de COVID-19, desconsiderando quaisquer outros assuntos nos quais o governo federal e o presidente Bolsonaro pudessem ser alvos de críticas. Ou seja, ao noticiar sobre temas políticos, econômicos e sociais, as diferenças nos vieses de cobertura poderiam ser maiores. Além disso, como mostraram Porto, Neves e Lima (2020), a animosidade entre ele e a TV Globo e o alinhamento dele com a TV Record são anteriores a 2020, o que sugere que os telespectadores de ambos os telejornais tinham, antes do surgimento da COVID-19, incentivos para se expor seletivamente aos programas, em um processo de influência de longo-prazo.

Em segundo lugar, embora os críticos à esquerda e à direita tendam a argumentar que o viés político da cobertura da imprensa é grande e sistemático, estudos mostram que tais considerações são exageradas. Em uma meta-análise sobre o viés da cobertura de jornais, telejornais e revistas nas eleições presidenciais, D'Alessio e Alen (2000) encontraram apenas uma pequena indicação da existência de viés nos telejornais – mas não em jornais e revistas –, e que poderia ser explicada simplesmente pelos erros aleatórios entre os estudos analisados.

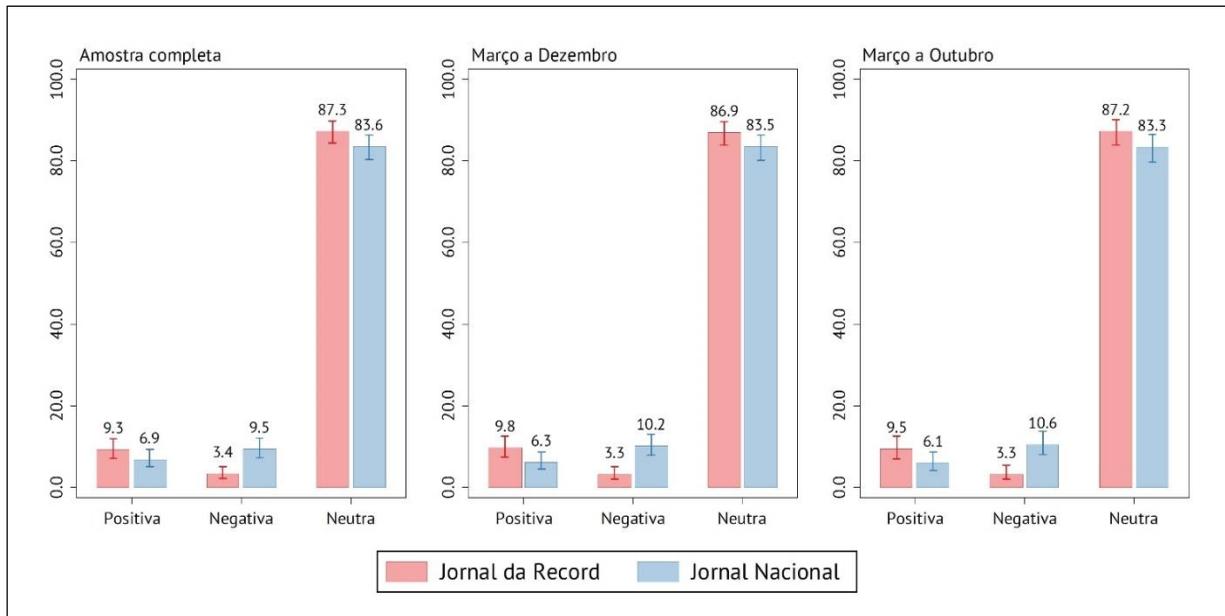
No Brasil, o artigo de Mundim (2018) sobre o viés da cobertura dos três maiores jornais impressos do Brasil durante as eleições presidenciais de 2002, 2006 e 2010 mostrou que o viés na parte opinativa – editoriais, colunas e artigos de opinião – dos veículos é muito maior do que na parte informativa. Assim, como o *Jornal Nacional* e o *Jornal da Record* possuem muito pouco espaço para conteúdo opinativo, não surpreende que a maior proporção da cobertura seja neutra. Embora os proprietários dos grupos de mídia tenham interesse de enviesar a cobertura para fins políticos, os incentivos para apresentarem um produto que tome por base os critérios de objetividade, neutralidade e pluralidade jornalística são maiores (Bovitz; Druckman; Lupia, 2002; Hamilton, 2004).

De todo modo, onde houve um claro conteúdo opinativo, identificou-se um viés mais forte de cobertura. Vejamos um exemplo, por linha editorial. Apenas o *Jornal da Record* possui um quadro fixo de opinião, apresentado pelo jornalista conservador Augusto Nunes. Na nossa amostra, entre os 368 atores classificados, ele foi o terceiro que mais apareceu (1,5%, N = 9), atrás apenas dos principais âncoras Adriana Araújo (2,5%, N = 15) e Sérgio Aguiar (4,1%, N = 24). 55,6% de seus comentários foram positivos, 33,3% neutros e apenas 11,1% negativos, contra 98,4% (N = 61) de falas neutras dos âncoras. No *Jornal Nacional*, dos 375 atores classificados, 14,9% (N = 86) eram jornalistas que reportavam informações sem comentá-las. Os mais frequentes foram os principais âncoras William Bonner (5,9%, N = 34) e Renata Vasconcelos (3,8%, N = 22), sendo que 91,9% (N = 68) das falas foram neutras, 5,4% (N = 4) negativas e 2,7% (N = 2) positivas.

Uma última consideração importante sobre a nossa amostra. Ela nos permite fazer inferências anuais, mas temos consciência de que, ao agregar os dados dessa maneira, acabamos por eliminar flutuações naturais da cobertura ao longo do tempo. Vejamos o caso da pandemia de COVID-19. No Brasil, os primeiros casos foram confirmados na primeira semana de março de 2020 e a primeira morte pela doença ocorreu no dia 17 do mesmo mês. Assim, em janeiro e fevereiro – e talvez até março –, os telejornais não tinham motivos fáticos para críticas ao combate do governo federal à COVID-19. É principalmente a partir de abril que a politização da pandemia por Bolsonaro se tornou alvo de escrutínio da imprensa, principalmente com a demissão de Henrique Mandetta, então Ministro da Saúde, no dia 16 de abril, por divergências com o presidente sobre como conduzir o combate à pandemia no país.

Ao excluirmos os meses de janeiro e fevereiro da amostra, o viés na cobertura dos telejornais fica mais claro. A partir de março, a proporção de sonoras, passagens e leituras negativas do *Jornal Nacional* (10,2%, N = 55) foi cerca de 3,1 vezes superior às do *Jornal da Record* (3,3%, N = 18), $X^2(2, N = 1082) = 23,4, p < .01$. Entre abril e outubro, mês em que foi feito o campo da pesquisa de opinião utilizada neste artigo e período mais crítico da cobertura, a proporção negativa do telejornal da Globo (10,6%, N = 49) foi cerca de 3,2 vezes superior às do telejornal da Record (3,3%, N = 15), $X^2(2, N = 916) = 21,3, p < .01$. Essas diferenças podem ser vistas na Figura 1:

Figura 1
Diferenças nas coberturas sobre a COVID-19 e o Governo Federal entre o Jornal Nacional e o Jornal da Record, durante o ano de 2020



Fonte: Elaboração própria.

Dessa maneira, independentemente do período, o *Jornal Nacional* sempre teve cerca de 3 vezes de chances a mais do que o *Jornal da Record* de apresentar uma cobertura negativa. O telejornal da Record praticamente não criticou Bolsonaro ou o governo federal, o que denota uma cobertura muito mais asséptica do que a do telejornal da Globo. Dentro desse contexto e dadas as evidências tanto de uma politização da pandemia de COVID-19 por parte do presidente Bolsonaro e de seu governo, quanto de coberturas diferentes realizadas pelo *Jornal Nacional* e pelo *Jornal da Record*, nossa expectativa é que haja uma correlação negativa entre a exposição ao telejornal da Globo e crenças e predisposições políticas favoráveis a Bolsonaro, e uma correlação positiva desses valores com a exposição ao telejornal da Record. Assim, pretendemos testar duas hipóteses da relação entre os hábitos de consumo de informação sobre a pandemia de COVID-19 e as inclinações políticas dos brasileiros:

H1: A exposição ao *Jornal Nacional* é menor entre cidadãos com predisposições atitudinais positivas em relação ao presidente Bolsonaro e maior entre os que têm predisposições negativas.

H2: A exposição ao *Jornal da Record* é maior entre cidadãos com predisposições atitudinais positivas em relação ao presidente Bolsonaro e menor entre os que têm predisposições negativas.

Descrição dos dados

Além da análise de conteúdo, utilizamos os dados de uma pesquisa de opinião pública on-line, de abrangência nacional, feita com 2771 brasileiros¹⁰. O campo ocorreu de 23 de setembro a 2 de outubro de 2020. O questionário trouxe muitas perguntas sobre a pandemia de COVID-19 e sobre política. A amostra segue cotas para idade, sexo, região e classe social (incluindo distribuições conjuntas dessas características populacionais), com base nos dados recentes da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) – grande pesquisa realizada periodicamente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Variável dependente

Exposição à mídia. Mede a exposição dos entrevistados aos dois maiores telejornais do país. Perguntou-se com que frequência os entrevistados se informavam sobre a pandemia de COVID-19, em uma escala de 1 a 5 pontos que vai de “nunca” a “muito frequentemente”, no *Jornal Nacional* (M = 3,18 e SD = 1,5) e no *Jornal da Record* (M = 2,82 e SD = 1,4).

Variáveis independentes

As variáveis independentes foram divididas em três grupos. O primeiro mede atitudes políticas, mais especificamente a preferência partidária, a avaliação de governo e o interesse por política. O segundo engloba variáveis ligadas à pandemia, como, por exemplo, a preocupação com a pandemia e o nível de conhecimento sobre a doença. A expectativa era que esses indicadores endógenos poderiam afetar a exposição seletiva aos telejornais. O terceiro é composto pelas variáveis sociodemográficas.

Preferência partidária. Cerca de 7,5% dos entrevistados responderam que o seu partido preferido era o “do presidente Bolsonaro”, 7,1% que era o PT, 6,3% outros partidos e 79,1% nenhum.

Atenção política. O questionário perguntou aos entrevistados se eles tinham ou não ouvido falar sobre quem seriam os candidatos ao cargo de prefeito na eleição que ocorreria

¹⁰ Os entrevistados foram recrutados pela Netquest em seu banco com quase meio milhão de brasileiros. A Netquest é a única empresa de pesquisa no Brasil que possui a certificação ISO 26362 para painéis on-line. Como informado na nota anterior, os dados utilizados neste artigo estão disponibilizados no site do Cesop, na seção da Revista Opinião Pública, na página deste artigo: <https://www.cesop.unicamp.br/por/opiniao_publica>.

em novembro de 2020: 27,3% não sabiam, 15,5% disseram conhecer um(a) candidato(a), 20,6% conheciam dois(duas) e 36,6% três ou mais. Embora esse não seja o melhor indicador de atenção política, acreditamos que o seu uso como *proxy* para essa medida pode ser útil.

Preocupação com a COVID-19. Perguntou-se o nível de preocupação com a doença em uma escala de 1 a 4 pontos que vai de “nada preocupado” a “muito preocupado”. Como havia uma forte assimetria nas respostas da nossa amostra, optou-se por utilizar esse indicador no formato binário, atribuindo-se o valor de um para os “bastante ou muito preocupados” (72,4%) e zero para os demais.

Conhecimento sobre COVID-19. O questionário trouxe uma bateria de 15 perguntas, com alternativas de respostas verdadeiras ou falsas, sobre a COVID-19 feitas aos entrevistados da nossa pesquisa, como por exemplo: “Tomar cloroquina cura a COVID-19” (falsa) ou “Os sintomas da COVID-19 podem demorar até 14 dias para aparecerem” (verdadeira). Utilizamos o mesmo procedimento realizado por Gramacho et al. (2021) e criamos um índice de conhecimento sobre a doença a partir do somatório das respostas de 15 dessas perguntas (atribuiu-se o valor de 1 para as respostas certas e 0 para as demais), resultando em um índice de informação sobre a doença (amplitude = 0–15, M = 10,9, SD = 2,2 e Alfa de Cronbach = 0,626).

Apoio às medidas de combate à COVID-19. O questionário trouxe uma bateria de nove afirmações com as quais os entrevistados deveriam apresentar o seu nível de concordância, em uma escala de um a cinco pontos, que vai de “discordo muito” a “concordo muito”. Realizamos uma análise fatorial polifactorial para reduzir a quantidade de variáveis, resultando na extração de um fator, composto por seis afirmações, que explica 81% da variação entre os itens¹¹. As seis afirmações foram somadas e resultaram em um índice sobre o nível de concordância dos entrevistados com medidas de combate à doença (amplitude = 6–30, M = 25,2, SD = 4,5 e Alfa de Cronbach = 0,84)¹².

Sociodemográficas. Foram incluídas: gênero do entrevistado, sendo 46,7% homens e 53,3% mulheres; idade – 18 a 24 (15,2%), 25 a 34 (21,1%), 35 a 44 (20,8%), 45 a 55 (17%) e 55 ou mais (25,8%); escolaridade, com 19,1% tendo cursado até o primário completo, 59% até o ensino médio completo e 21,9% o ensino superior ou mais; religião, sendo que 37,4% se declararam católicos, 20,8% evangélicos, 15,2% outras e 26,6% disseram serem ateus ou não terem religião; e um indicador das cinco regiões do país.

¹¹ As afirmações incluídas foram: “Me incomoda muito ir a lugares onde há muita gente”, “A COVID-19 não é tão grave quanto se diz”, “Evitar o transporte público é importante para diminuir o número de pessoas que se infectam com o vírus”, “O fechamento das escolas foi uma medida acertada para diminuir o número de pessoas infectadas”, “O fechamento do comércio foi uma medida acertada para diminuir o número de pessoas infectadas”, “Sem a quarentena, a pandemia da COVID-19 teria sido muito pior no país”.

¹² Para a construção do índice, a afirmação “A COVID-19 não é tão grave quanto se diz” teve a sua escala invertida, pois o fator carregado após a rotação teve sinal negativo.

A exposição seletiva aos telejornais

A Tabela 1 traz os resultados de dois modelos de regressão linear por mínimos quadrados ordinários para a frequência com que os entrevistados estavam se informando sobre a pandemia de COVID-19 no *Jornal Nacional* e no *Jornal da Record*. As categorias de referência das variáveis explicativas foram definidas com base nos indicadores mais favoráveis a Bolsonaro na eleição de 2018 (Nicolau, 2020). Embora não seja possível afirmar que todos continuem favoráveis ao presidente, entendemos que esse é um critério menos arbitrário. Para facilitar a interpretação dos resultados e permitir a comparação direta das magnitudes dos efeitos estimados, todas as variáveis foram redimensionadas para a amplitude de 0–1 (Achen, 1982).

Tabela 1: Determinantes da exposição ao Jornal Nacional e ao Jornal da Record

	Jornal Nacional		Jornal da Record	
	B	S.E.	B	S.E.
Partido preferido: PT	0,82***	(0,21)	-0,83***	(0,19)
<i>Partido preferido: do Bolsonaro</i>	ref.			
Partido preferido: Outros	0,65**	(0,20)	-0,63**	(0,20)
Partido preferido: Nenhum	0,39*	(0,16)	-0,67***	(0,13)
Atenção política	-0,15	(0,09)	-0,10	(0,10)
Preocupação com a COVID-19	0,41*	(0,17)	0,46**	(0,16)
Conhecimento sobre a COVID-19	1,23***	(0,28)	-0,12	(0,25)
Apoio às medidas de combate à COVID-19	2,31***	(0,26)	-0,31	(0,25)
Homem	0,066	(0,08)	0,047	(0,08)
18 a 24	0,35**	(0,13)	-0,49***	(0,13)
25 a 34	-0,068	(0,10)	-0,33**	(0,10)
35 a 44	0,00045	(0,11)	-0,26*	(0,11)
45 a 55	-0,055	(0,11)	-0,053	(0,11)
<i>55 ou mais</i>	ref.			
Fundamental	0,30**	(0,12)	0,51***	(0,12)
Médio	0,095	(0,10)	0,20*	(0,09)
<i>Superior</i>	ref.			
Católica	0,44***	(0,11)	-0,44***	(0,11)
<i>Evangélica</i>	ref.			
Outras	-0,078	(0,14)	-0,64***	(0,13)
Sem religião	0,20	(0,13)	-0,61***	(0,11)
Norte	0,26	(0,16)	0,065	(0,15)
Nordeste	0,18*	(0,08)	0,059	(0,09)
<i>Sudeste</i>	ref.			
Sul	-0,10	(0,11)	-0,30**	(0,11)
Centro-Oeste	0,12	(0,22)	-0,21	(0,20)
Constante	-0,62**	(0,23)	3,96***	(0,26)
N	2699		2699	
F	31,5		8,27	
R2 ajustado	0,25		0,091	
* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01				

Fonte: Pesquisa informação e pandemia de COVID-19 (Centro de Pesquisa em Comunicação Política e Saúde Pública – UnB 2020).

Como a exposição é motivada por fatores atitudinais, esperava-se que os apoiadores do “partido de Bolsonaro” fossem telespectadores mais frequentes do *Jornal da Record*. Mas também tínhamos a expectativa de que a religião desempenhasse um papel importante nesse processo, pois análises anteriores identificaram uma forte relação dos evangélicos com o *Jornal da Record* (Mundim, 2015) e a eleição de 2018 mostrou uma predileção desse segmento pela figura do atual presidente (Nicolau, 2020).

Os resultados dos modelos confirmam as hipóteses 1 e 2. A variável atitudinal foi boa preditora da exposição às notícias sobre a pandemia de COVID-19 no *Jornal Nacional* e no *Jornal da Record*. Àqueles que tinham como seu partido preferido o do presidente Bolsonaro se expunham com mais frequência ao telejornal da Record em comparação com os demais, que se expunham de modo mais frequente ao telejornal da Globo.

Resultado semelhante aparece em relação aos evangélicos, que se mostraram mais inclinados à exposição mais frequente ao *Jornal da Record*, pelas razões já apresentadas. Em relação ao *Jornal Nacional*, é interessante notar que os católicos se manifestaram como telespectadores mais assíduos do telejornal da Globo, em comparação com os evangélicos. Esses resultados confirmam a clivagem nos hábitos de consumo de notícias no país observada em outros estudos (Mundim, 2015).

De posse dessas pistas cognitivas, preferências partidárias ou vínculos religiosos seriam indicadores atitudinais dos cidadãos mais inclinados a apoiar ou a rejeitar Bolsonaro, mesmo que o tema em questão fosse a pandemia de COVID-19. Também sugere que tanto um grupo quanto o outro seriam resistentes a fontes de informação que destoassem de suas convicções políticas ou morais. Isso pode explicar as correlações encontradas entre as variáveis exógenas à pandemia de COVID-19 e os telejornais.

Não obstante o nível de preocupação com a pandemia, os entrevistados com conhecimento sobre a COVID-19 ou mais inclinados a apoiar as medidas de combate à doença, como evitar aglomerações e fechar o comércio e as escolas, buscavam mais informações no *Jornal Nacional*. Dada a natureza observacional dos nossos dados, não podemos dizer se foi o consumo do telejornal da Globo o que influenciou maior conhecimento e adesão a medidas protetivas, ou se foram esses fatores que levaram as pessoas a uma maior exposição ao noticiário que consideravam mais condizente com essas condições, afastando-se da cobertura do *Jornal da Record*, menos crítica aos enquadramentos defendidos por Bolsonaro e seu governo. Podemos afirmar, entretanto, que essas variáveis estão correlacionadas.

Por fim, algumas palavras sobre os resultados pelas variáveis idade e região do país. Os dados mostram que entrevistados mais jovens (18-24 anos) se expunham com mais frequência ao *Jornal Nacional* do que as pessoas mais velhas e também assistiam menos ao *Jornal da Record*. Com a profusão de fontes de informação atual, especialmente as novas mídias, é mais provável que os mais jovens busquem informação em redes sociais ou portais de notícias. E que, ao fazê-lo, tenham se deparado com informações sobre a

pandemia de COVID-19 conflitantes com as opiniões defendidas por Bolsonaro e seu governo em relação à doença, afastando-se do telejornal da *Record*.

Em relação às regiões do país, moradores do Nordeste se expunham mais ao *Jornal Nacional* do que os do Sudeste, e os moradores da região Sul se expunham menos ao *Jornal da Record* do que os do Sudeste. O primeiro caso pode indicar a preferência por um telejornal mais crítico a Bolsonaro e seu governo, de um modo geral, e em relação ao combate à pandemia de COVID-19, em particular, observada pelo menos desde a eleição de 2018, quando os nordestinos foram os que mais se opuseram ao presidente. Em relação aos sulistas, não temos explicação para o comportamento observado, podendo ser, simplesmente, por não gostarem de assistir ao *Jornal da Record*.

Discussão dos resultados e conclusão

Neste artigo, investigamos a ocorrência da exposição seletiva no Brasil no contexto da pandemia de COVID-19. As evidências apresentadas pelos resultados das análises sugerem que fatores atitudinais influenciaram a frequência com que os brasileiros buscaram informações sobre a pandemia de COVID-19 nos dois principais telejornais do país. Adeptos do “partido do presidente Bolsonaro” e evangélicos se expuseram com mais frequência às notícias do *Jornal da Record*. Apoiadores de outros partidos, apartidários e católicos assistiram mais ao *Jornal Nacional*.

Desde a eleição de 2018, já existiam evidências de que o *Jornal da Record* tinha optado por um posicionamento mais favorável a Bolsonaro (Porto; Neves; Lima, 2020), entre outros motivos, por conta do apoio de muitos evangélicos ao presidente e à sua agenda política (Nicolau, 2020). Porém, ao optar pela estratégia “institucional de propagação do vírus” durante a pandemia de COVID-19, e não de combate ao inimigo comum, o coronavírus (Asano et al., 2021), Bolsonaro provavelmente exacerbou a diferença de cobertura entre os dois telejornais. Como mostram os dados da análise de conteúdo, a cobertura do *Jornal Nacional* sobre a pandemia foi mais crítica, com a veiculação de sonoras, passagens e leituras negativas quase três vezes superior que a do telejornal da *Record*.

Como enfatizou Stroud (2008), temos consciência de que a exposição seletiva não é onipresente a ponto de as pessoas escolherem apenas os meios de informação que apresentem aquilo que desejam saber – ainda que algumas possam fazê-lo. Mas a análise realizada neste artigo, assim como no de Stroud, mostra que fatores como preferência partidária e religião são preditores importantes dos hábitos de consumo de mídia no Brasil. É possível que petistas tenham visto na cobertura mais crítica da pandemia de COVID-19 do *Jornal Nacional* uma fonte de informação mais confiável do que a do seu concorrente, dado o alinhamento da cobertura do *Jornal da Record* a Bolsonaro. Do ponto de vista da religião, sabe-se há algum tempo que ela condiciona a exposição aos dois principais telejornais do país, com católicos mais inclinados a assistirem ao telejornal da Globo, e evangélicos, o da *Record* (Mundim, 2015).

Outro ponto importante levantado por Stroud (2007) e que serve para as implicações deste artigo é que em determinadas situações a exposição seletiva pode aumentar a polarização, ao menos no sentido de “polarização afetiva”, proposto por Iyengar e Westwood (2015), em que se observa um aumento dos sentimentos de hostilidade em relação ao partido ao qual os indivíduos se opõem. Assim, os efeitos da exposição seletiva poderiam indicar que parte da polarização observada na eleição presidencial de 2018, e que fez o Brasil “dobrar à direita” (Nicolau, 2020), tende a se radicalizar do ponto de vista afetivo, especialmente entre os grupos fortemente influenciados pelas dimensões atitudinais. Além disso, do ponto de vista da saúde pública em um contexto de pandemia, acendem o alerta de que muitos brasileiros estariam recebendo menos informação sobre a COVID-19, o que influenciaria seus comportamentos e os exporia mais aos riscos de contrair o vírus.

Este artigo possui algumas limitações. Sabemos que ainda existe um hiato de renda e escolaridade no uso de internet no Brasil e que, por isso, é provável que nossa amostra seja ligeiramente mais instruída e rica que a média da população brasileira. Além disso, nossos dados são de um corte transversal, o que sempre pode levantar questões a respeito da estabilidade temporal dos resultados, obtidos ainda em 2020, primeiro ano da pandemia. No momento em que este artigo foi redigido, em meados de 2021, o Senado brasileiro conduzia uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar a conduta do governo federal no combate à pandemia. O Brasil foi afetado, no primeiro trimestre de 2021, por uma segunda onda de COVID-19, quase duas vezes mais forte do que a de 2020, resultando, naquela época, em mais de 580 mil mortes causadas pela doença, no país. Assim, não seria surpresa encontrar um quadro de cobertura da imprensa diferente do observado na análise de conteúdo deste artigo, provavelmente com um nível de crítica mais intenso, ao menos do *Jornal Nacional*.

Contudo, acreditamos que nossos dados sejam próximos ao cenário que encontraríamos mesmo se utilizássemos um procedimento amostral diferente e uma técnica de coleta de dados mais tradicional, como a entrevista face a face ou por telefone. Além disso, entendemos que os resultados e considerações apresentadas são robustos, ainda que com as devidas ressalvas para o contexto político e sanitário em que os dados foram coletados. Por fim, acreditamos que este artigo contribui para a ampla literatura sobre exposição seletiva ao mostrar, principalmente, como as atitudes políticas dos cidadãos podem influenciar seu comportamento, mesmo em áreas ligadas à saúde pública e à implementação de políticas públicas de combate a doenças.

Referências bibliográficas

ABRAMOWITZ, A. I.; SAUNDERS, K. L. “Is polarization a myth?”. *The Journal of Politics*, vol. 70, nº 2, p. 542-555, 2008.

ACHEN, C. H. *Interpreting and using regression*. Newbury Park: Sage Publications, 1982.

AJZENMAN, N.; CAVALCANTI, T.; MATA, D. "More than words: leaders' speech and risky behavior during a pandemic". *American Economic Journal-Economic Policy*, 2023. (no prelo)

ALVES, M. "Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018". Tese de Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

ASANO, C. L., et al. *Direitos na pandemia: mapeamento e análise das normas jurídicas de resposta à Covid-19 no Brasil*. São Paulo: [s.n.], 2021.

BARBERIA, L. G.; GÓMEZ, E. J. "Political and institutional perils of Brazil's COVID-19 crisis". *The Lancet*, nº 396, p. 367-368, 2020.

BAUM, M. A. *Soft news goes to war: public opinion and American foreign policy in the new media age*. 1. ed. [s.l.] Princeton University Press, 2003.

_____.; KERNELL, M., S. "Has cable ended the golden age of presidential television?". *American Political Science Review*, vol. 93, nº 1, p. 99-114, 1999.

BOCZKOWSKI, P. J.; MITCHELSTEIN, E.; MATASSI, M. "News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media". *New Media and Society*, vol. 20, nº 10, p. 3.523-3.539, 2018.

BORGES, A.; VIDIGAL, R. "Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras". *Opinião Pública*, vol. 24, nº 1, p. 53-89, 2018.

BOVITZ, G. L.; DRUCKMAN, J. N.; LUPIA, A. "When can news organization lead public opinion? Ideology versus market forces in decisions to make news". *Public Choice*, vol. 113, p. 127-155, 2002.

BOXELL, L.; GENTZKOW, M.; SHAPIRO, J. M. "Greater Internet use is not associated with faster growth in political polarization among US demographic groups". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, vol. 115, nº 3, p. 10.612-10.617, 2018.

BRINGEL, B.; GEOFFREY, P. "Junho de 2013... dois anos depois: polarização, impactos e reconfiguração do ativismo no Brasil". *Nueva Sociedad*, vol. 259, p. 4-17, 2015.

CASTRO, M. C., et al. "Spatiotemporal pattern of COVID-19 spread in Brazil". *Science*, p. 1-9, 2021.

D'ALESSIO, D.; ALLEN, M. "Media bias in presidential elections: a meta-analysis". *Journal of Communication*, vol. 50, nº 4, p. 133-156, 2000.

DAHLGREN, P. M.; SHEHATA, A.; STRÖMBÄCK, J. "Reinforcing spirals at work? Mutual influences between selective news exposure and ideological leaning". *European Journal of Communication*, vol. 34, nº 2, p. 159-174, 2019.

DELLAVIGNA, S.; KAPLAN, E. "The Fox News effect: media bias and voting". *The Quarterly Journal of Economics*, vol.122, nº 3, p. 1.187-1.234, 2007.

DIMITROVA, D. V.; STRÖMBÄCK, J. "Look who's talking: use of sources in newspaper coverage in Sweden and the United States". *Journalism Practice*, vol. 3, nº 1, p. 75-91, 2009.

FERES JÚNIOR, J. "Análise de valências, debate acadêmico e contenda política". *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 20, p. 313-322, 2016a.

_____. "Em defesa das valências: uma réplica". *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 19, p. 277-298, 2016b.

FIORINA, M. P.; ABRAMS, S. J.; POPE, J. C. *Culture war? The myth of a polarized America*. New York: Pearson Longman, 2006.

FLAXMAN, S.; GOEL, S.; RAO, J. M. "Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption". *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, nº Special issue1, p. 298-320, 2016.

FLETCHER, R.; NIELSEN, R. K. "Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis". *New Media and Society*, vol. 20, nº 7, p. 2.450-2.468, 2018.

FRIEDMAN, U. "The coronavirus-denial movement now has a leader". *The Atlantic*, 2020.

GANS, H. J. *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books, 1980.

GRAMACHO, W., et al. "Political preferences, knowledge, and misinformation about COVID-19: the case of Brazil". *Frontiers in Political Science*, vol. 3, p. 1-13, 2021.

GRAMACHO, W.; TURGEON, M. "When politics collides with public health: COVID-19 vaccine country of origin and vaccination acceptance in Brazil". *Vaccine*, vol. 39, p. 2.608-2.612, 2021.

HAMILTON, J. T. *All the news that's fit to sell: how market transforms information into news*. Princeton: Princeton University Press, 2004.

_____. "News that sells: media competition and news content". *Japanese Journal of Political Science*, vol. 8, nº 1, p. 7-42, 2007.

IYENGAR, S.; HAHN, K. S. "Red media, blue media: evidence of ideological selectivity in media use". *Journal of Communication*, vol. 59, nº 1, p. 19-39, 2009.

IYENGAR, S.; WESTWOOD, S. J. "Fear and loathing across party lines: new evidence on group polarization". *American Journal of Political Science*, vol. 59, nº 3, p. 690-707, 2015.

IYENGAR, S., et al. "The origins and consequences of affective polarization in the United States". *Annual Review of Political Science*, vol. 22, nº 1, p. 7.1-7.18, 2019.

LADD, J. M. *Why Americans hate the media and why it matters*. Princeton: Princeton University Press, 2012.

LASCO, G. "Medical populism and the COVID-19 pandemic". *Global Public Health*, vol. 15, p. 1.417-1.429, 2020.

LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential election*. New York: Columbia University Press, 1948.

LEVENDUSKY, M. "Partisan media exposure and attitudes toward the opposition". *Political Communication*, vol. 30, nº 4, p. 565-581, 2013a.

_____. "Why do partisan media polarize viewers?". *American Journal of Political Science*, vol. 57, nº 3, 2013b.

LOTTA, G. et al. "Community health workers reveal COVID-19 disaster in Brazil". *The Lancet*, vol. 396, p. 365-366, 2020.

MERAZ, S. "Quantifying partisan selective exposure through network text analysis of elite political blog networks during the U.S. 2012 presidential election". *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 12, p. 37-53, 2015.

MIGUEL, L. F. "Quanto vale uma valência?". *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 17, p. 165-178, 2015.

MULLAINATHAN, S.; SHLEIFER, A. "The market for news". *The American Economic Review*, vol. 95, p. 131-153, 2005.

MUNDIM, P. S. "Assistindo ao Jornal Nacional: determinantes da exposição aos principais telejornais brasileiros". *Revista Debates*, vol. 9, nº 3, p. 37-62, 2015.

_____. "O viés da cobertura política da imprensa nas eleições presidenciais brasileiras de 2002, 2006 e 2010". *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 25, p. 7-46, 2018.

NICOLAU, J. *O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018*. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

ORTEGA, F.; ORSINI, M. "Governing COVID-19 without government in Brazil: ignorance, neoliberal authoritarianism, and the collapse of public health leadership". *Global Public Health*, vol. 15, nº 9, p. 1257-1277, 2020.

PEREIRA, F. B.; NUNES, F. "Media choice and the polarization of public opinion about Covid-19 in Brazil". *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, vol. 10, nº 2, p. 1-19, 2020.

PFRIMER, M. H.; BARBOSA, R. "Brazil's war on COVID-19: crisis, not conflict-doctors, not generals". *Dialogues in Human Geography*, vol. 10, nº 2, p. 137-140, 2021.

PORTO, M.; NEVES, D.; LIMA, B. "Crise hegemônica, ascensão da extrema direita e paralelismo político Globo e Record nas eleições presidenciais de 2018". *Compólitica*, vol. 10, nº 1, p. 5-33, 2020.

PRIOR, M. *Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

_____. "Media and political polarization". *Annual Review of Political Science*, vol. 16, p. 101-127, 2013.

RECUERO, R.; SOARES, F. "O discurso desinformativo sobre a cura do COVID-19 no Twitter". *E-Compós*, vol 24, p. 1-29, 2020.

RIFFE, D., et al. "The effectiveness of simple and stratified random sampling in Broadcast news content analysis". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 73, nº 1, p. 159-168, 1996.

RUTLEDGE, P. E. "Trump, COVID-19, and the war on expertise". *The American Review of Public Administration*, vol. 50, p. 505-511, 2020.

SCHMIDT, A. L., et al. "Anatomy of news consumption on Facebook". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 114, nº 12, p. 3035-3039, 2017.

SEARS, D. O.; FREEDMAN, J. L. "Selective exposure to information: a critical review". *Public Opinion Quarterly*, vol. 31, nº 2, p. 194-213, 1967.

SHIN, J. "How do partisans consume news on social media? a comparison of self-reports with digital trace measures among Twitter users". *Social Media and Society*, vol. 6, nº 4, p. 1-12, 2020.

SLATER, M. D. "Reinforcing spirals: the mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity". *Communication Theory*, vol. 17, p. 281-303, 2007.

SLATER, M. D. "Reinforcing spirals model: conceptualizing the relationship between media content exposure and the development and maintenance of attitudes". *Media Psychology*, vol. 18, nº 3, p. 370-395, 2014.

STABILE, M.; BÜLOW, M. O velho não morreu, o novo já está aqui: informação e participação digital na era do bolsonarismo. In: AVRITZER, L.; KERCHE, F.; MARONA, M. (eds.). *Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, p. 481-494.

STROUD, N. J. "Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11". *Political Communication*, vol. 24, nº 4, p. 415-432, 2007.

_____. "Media use and political predispositions: revisiting the concept of selective exposure". *Political Behavior*, vol. 30, nº 3, p. 341-366, 2008.

_____. "Polarization and partisan selective exposure". *Journal of Communication*, vol. 60, nº 3, p. 556-576, 2010.

_____. *Niche News: the politics of news choice*. New York: Oxford University Press, 2011.

SUNSTEIN, C. R. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press, 2007.

TAYLOR, L. "'We are being ignored': Brazil's researchers blame anti-science government for devastating COVID surge". *Nature*, vol. 593, p. 15-16, 2021.

TOUCHTON, M., et al. "A partisan pandemic: State government public health policies to combat COVID-19 in Brazil". *BMJ Global Health*, vol. 6, nº 6, p. 1-10, 2021.

TUCHMAN, G. *Making News: a study in the construction of reality*. London: The Free Press, 1978.

WATSON, K. "Coronavirus: how pandemic turned political in Brazil". *BBC*, 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-latin-america-53021248>>. Acesso em: 6 maio 2021.

WEEKS, B. E., et al. "Incidental exposure, selective exposure, and political information sharing: integrating online exposure patterns and expression on social media". *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 22, p. 363-379, 2017.

YAMEY, G.; GONSALVES, G. "Donald Trump: a political determinant of covid-19". *BMJ*, vol. 369, p. 1-2, 2020.

Abstract*COVID-19 News bias and selective exposure in Brazilian TV news during the COVID-19 pandemic*

The article investigates the occurrence of selective exposure in Brazil, in view of the frequency with which Brazilians said they sought information about the COVID-19 pandemic in the *Jornal Nacional* and *Jornal da Record*. It uses data from a content analysis of the coverage of these vehicles in 2020 and data from a national public opinion survey. The analyses showed that partisanship and religion were important predictors of the consumption of news of these vehicles. Evangelicals and supporters of the "Bolsonaro party" were the most assiduous viewers of *Jornal da Record*. Catholics, supporters of other subtitles and non-partisans consumed more the *Jornal Nacional*. These results show that Brazilians consume news in line with their political convictions and that some groups may be receiving less information about COVID-19.

Keywords: selective exposure; partisanship; religion; COVID-19; TV news

Resumen*Sesgo de noticias y exposición selectiva en los informativos de la televisión brasileña durante la pandemia de COVID-19*

El artículo investiga la ocurrencia de exposición selectiva en Brasil, en vista de la frecuencia con la que los brasileños dijeron que buscaban información sobre la pandemia de COVID-19 en el *Jornal Nacional* y el *Jornal da Record*. Utiliza datos de un análisis de contenido de la cobertura de estos vehículos en 2020 y datos de una encuesta nacional de opinión pública. Los análisis mostraron que el partidismo y la religión eran importantes predictores del consumo de noticias de estos vehículos. Evangélicos y simpatizantes del "partido Bolsonaro" fueron los espectadores más asiduos del *Jornal da Record*. Católicos, partidarios de otros subtítulos y no partidistas consumieron más el *Jornal Nacional*. Estos resultados muestran que los brasileños consumen noticias en línea con sus convicciones políticas y que algunos grupos pueden estar recibiendo menos información sobre COVID-19.

Palabras clave: exposición selectiva; partidismo; religión; COVID-19; noticias de televisión

Résumé*Biais médiatique et exposition sélective dans les informations télévisées brésiliennes pendant la pandémie de COVID-19*

L'article examine la fréquence d'exposition sélective au Brésil, compte tenu de la fréquence à laquelle les Brésiliens ont déclaré avoir recherché des informations sur la pandémie de COVID-19 dans le *Jornal Nacional* et le *Jornal da Record*. Il utilise les données d'une analyse du contenu de la couverture de ces véhicules en 2020 et les données d'un sondage national d'opinion publique. Les analyses ont montré que l'esprit de parti et la religion étaient des prédicteurs importants de la consommation de nouvelles de ces véhicules. Les évangéliques et les partisans du "parti Bolsonaro" étaient les téléspectateurs les plus assidus de *Jornal da Record*. Les catholiques, les partisans d'autres sous-titres et les non-partisans consommaient davantage le *Jornal Nacional*. Ces résultats montrent que les Brésiliens consomment des informations conformes à leurs convictions politiques et que certains groupes peuvent recevoir moins d'informations sur la COVID-19.

Mots-clés: exposition sélective; esprit de parti; religion; COVID-19; nouvelles télévisées

Artigo submetido à publicação em 6 de setembro de 2021.

Versão final aprovada em 11 de agosto de 2022.

Opinião Pública adota a licença Creative Commons CC-BY.

