

REDES SOCIAIS X MÍDIA TRADICIONAIS: A COBERTURA JORNALÍSTICA NA REVOLTA DOS 20 CENTAVOS¹

Alexandre Lara²
Paula Andressa de Oliveira³

RESUMO

Este projeto visou analisar e discorrer sobre a semana das manifestações que ocorreram em junho de 2013 e ficaram conhecidas como a “Revolta do Vinagre” ou “Revolta dos 20 centavos”. Como foco principal, analisamos o discurso da mídia mainstream televisiva de 06 e 14 de junho de 2013, contemplando nesta investigação, o Jornal Nacional, da Rede Globo e Jornal da Record, da Rede Record. Como objetivo central, discernimos e apontamos as possíveis mudanças de discurso no decorrer da semana, mediante ao fato de que as redes sociais alargaram compartilhamentos discursivos referentes às revoltas, alterando, inclusive, as rotinas produtivas do telejornalismo clássico. Dentre os teóricos que auxiliaram na sustentação da análise estão: Michel Foucault, discutindo a teoria da análise do discurso, Henri Jenkins, Alex Primo, dentre outros. Por meio da análise qualitativa, abarcamos a investigação dos conteúdos compartilhados nas redes sociais (Facebook e o Twitter), no período onde se expandiram as revoltas populares, além de decupagem do material televisivo.

Palavras-chave: Manifestações populares. Redes Sociais. Jornalismo. Televisão.

1. INTRODUÇÃO

Até se tornar democrático, o Brasil passou por inúmeras revoltas no século XX. Países do Oriente Médio e de outras partes do mundo também sofreram com manifestações populares, principalmente pela necessidade de mudanças políticas. Os Caras Pintadas⁴, movimento que ficou marcado por revoltas populares para deposição do presidente Fernando Collor de Melo, em 1992, foi uma das mais marcantes revoltas, liderada por estudantes universitários.

1 Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Política, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Professor Orientador e Mestre em Comunicação, Universidade Estadual do Centro Oeste - UNICENTRO, prof.alexandrelara@gmail.com.

3 Acadêmica cursando 4º ano do Curso de Comunicação Social Jornalismo, Universidade Estadual do Centro Oeste - UNICENTRO, paulaandreolioliveira@gmail.com.

4 O movimento que ficou marcado por revoltas populares para deposição do presidente Fernando Collor de Melo, em 1992, foi uma das mais marcantes revoltas, liderada por estudantes universitários.

Em 2013, após mais de duas décadas marcadas por manifestações pontuais, devido a pequena proporção de engajados, o Brasil voltou a entrar no cenário de grandes revoltas. Na primeira semana de junho de 2013, na cidade de São Paulo, estudantes universitários começaram a protestar devido à insatisfação com o aumento da tarifa de ônibus na capital. Dias depois outras capitais aderiram ao movimento, expandindo revoltas pelo país. Neste momento, os 20 centavos deram lugar também às cobranças contra a corrupção, sucateamento nas universidades, sistema de saúde precário, dentre outros problemas pontuais a âmbitos municipais, estaduais e nacionais.

Marcadas por grande repressão policial, como ataque com balas de borracha, força bruta e bombas de gás lacrimogêneo, o manifesto de São Paulo, especificamente, ficou conhecido como a Revolta do Vinagre, porque manifestantes utilizaram panos molhados com vinagre perto do rosto como proteção contra os efeitos do gás lançado pelos PM's. A revolta feriu gravemente vários manifestantes, transeuntes e, inclusive, muitos jornalistas que estavam a trabalho, inclusive dos meios como Globo, Folha e Bandeirantes.

A partir da segunda semana de junho, precisamente a partir do dia 10, as revoltas haviam tomado proporções não imagináveis, com grande cobertura das mídias. Na televisão, principalmente Band, Globo e Record, disputavam a audiência elaborando entradas ao vivo, depoimentos e reportagens especiais. Na internet, sites como Terra e Uol, por exemplo, transmitiram o acontecimento em tempo real agregados à comentários de jornalistas e especialistas em segurança.

Porém, foi principalmente nas redes sociais, Facebook e Twitter, onde os compartilhamentos de vídeos e fotografias da revolta se alastraram de forma instantânea. Neste sentido, antes mesmo de ligar a TV, muitos brasileiros souberam dos acontecimentos por meio das redes sociais, seja pelo celular, tablets ou computadores. Além disso, as plataformas foram cruciais no âmbito de expansão dos atos de cada protesto, pois alargaram o propósito de sair às ruas pelo Brasil, através de eventos no Facebook, a exemplo da onda de protestos que assolaram também o Oriente Médio, no mesmo ano, onde os atos, assim como no Brasil, foram articulados na internet e concretizados nas ruas, chamando a atenção da comunidade internacional.

Neste aspecto, um sistema de comunicação independente surge como alternativa ao controle da grande mídia. Porém, percebe-se que na sociedade atual, apesar da velocidade das mudanças tecnológicas na comunicação, a mídia televisiva ainda possui enorme centralidade. O envolvimento direto ou indireto da mesma consegue levar as ideologias do veículo até a

grande maioria dos lares brasileiros, tendo em vista que ainda há minoria conectada às redes sociais.

De acordo com Henri Jenkins (2006), as tecnologias não morrem ou são substituídas, mas incorporadas e transformadas por outras tecnologias. O conceito de Jenkins se aplica à Revolta do Vinagre, sabendo que a internet, apesar de não substituir o meio televisivo, vem ganhando o brasileiro, especialmente os jovens. Desta forma, a televisão não se basta, precisando adaptar-se aos acontecimentos e, por diversas vezes, pautar-se por eles.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O procedimento metodológico instrui e facilita o estudo. Entendida como conhecimento crítico dos caminhos do processo científico, este processo detalha a metodologia e questiona acerca de limites e possibilidades do pesquisador. Neste estudo, partindo do objetivo central – analisar as prováveis mudanças de discurso dos telejornais propostos durante as revoltas de 2013, devido às ideologias compartilhadas nas redes sociais – avaliamos as diversas alternativas como métodos de pesquisa. Pelo meio de revisão teórica sobre estudos metodológicos, optou-se por pesquisa qualitativa, sendo esta definida como aquela que privilegia a análise de micro processos através do estudo das ações sociais individuais e grupais, realizando exame intensivo dos dados, com a utilização de exercício da intuição e de imaginação, como elucida Helena Martins (2004, p.10):

Ao escrever, um autor deve preocupar-se com a possibilidade de que seu discurso venha a ser apreendido pelo outro que dele necessita. É isso que contribuirá para a difusão da imaginação sociológica. Essa demanda está presente hoje em muitas das discussões que vêm se desenvolvendo nas ciências sociais, especialmente nas que dizem respeito à metodologia qualitativa. (MARTINS, Helena. 2004, p.10)

Neste sentido, a pesquisa qualitativa traz um vasto campo de investigação que utiliza métodos de coleta de dados, como observações ou documentos. Neste estudo específico, decupagem do material dos telejornais propostos, para encontrar temas e significados que retratam o conhecimento de mundo. Como passo inicial, partimos da indagação sobre a possível mudança de discurso, a próxima etapa encaminha-se para a revisão teórica da literatura sobre ciberativismo, agenda-setting, história da televisão e redes sociais.

Neste sentido, darão sustentação à análise de teóricos como Henry Jenkins, investigando o interesse em torno das novas mídias e expondo as transformações culturais que ocorrem à medida que esses meios convergem. Além disso, A sociedade em rede, de Manuel Castells, colabora em relação ao cenário mediado pelas novas tecnologias de informação e

comunicação, e como estas interferem nas estruturas sociais. O autor propõe o conceito de capitalismo informacional, e constrói o raciocínio partindo da história do forte desenvolvimento das tecnologias a partir da década de 1970 e seus impactos nos diversos campos das relações humanas. Ainda, para dar continuidade aos estudos, Paulo Eduardo Lins Cajazeira centraliza o uso das Redes Sociais, na Internet, cujo conteúdo, em imagens e vídeos pode ser utilizado ou não na estrutura do texto jornalístico em TV, abordando o telespectador colaborativo no telejornal e a relevância em analisar as mudanças ocorridas na interação dos telejornais com o público. Também, haverá contribuição de Alex Primo, pautando as interações em redes e a cibercultura, entre outros.

Além da revisão teórica da literatura proposta, este estudo pretende realizar pesquisa qualitativa. Dentro desta, surgem outras metodologias, como a Fenomenologia, estudo proposto por Edmund Husserl, que consiste em analisar as subjetividades dos seres, descobrindo como uma pessoa interpreta as próprias experiências. Há também a metodologia do Estudo de Caso, que recorre a várias técnicas próprias da investigação qualitativa, como entrevistas e observação. Este artigo será baseado na Teoria Fundamentada. De acordo com Martins (2012), a técnica analisa os dados de modo a entender uma situação e por que fenômenos ou situações se desdobram de determinadas formas. Assim, através da decupagem do material dos telejornais propostos, a análise do texto, gráficos e entrevistas, serão peça chave para compreender as possíveis mudanças de discurso da televisão, pautada na opinião popular e possível apropriação dos acontecimentos on-line, durante as manifestações de junho de 2013.

Strauss e Corbin *apud* Martins 2012, p. 23, elucidam:

Uma TF é aquela derivada indutivamente do estudo do fenômeno que representa. Isto é, ele é descoberto, desenvolvido e provisoriamente verificado por meio de sistemática coleta e análise de dados. Portanto, a coleta de dados, análise e teoria possuem relação recíproca entre si. Não se começa com uma teoria para prová-la. Começa-se com uma área de estudo em que se permite a emergência do que é relevante. (Strauss e Corbin *apud* MARTINS, 1990, p. 23)

Para Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011), a teoria fundamentada valoriza o contato do pesquisador com o objeto e estimula a criação de uma sensibilidade para os dados (2011). Kelley Gasque *apud* Martins (2007) defende que, nessa metodologia, o pesquisador deve, inicialmente, deixar seu conhecimento em estado de suspensão para que a teoria possa emergir, ou seja, deve-se estar aberto ao novo e ao inesperado.

Entre as técnicas deste método, estão a coleta de dados que pode ser realizada como a observação participante, entrevistas, discursos, cartas, biografias, autobiografias, pesquisas na biblioteca. O que se enfatiza nessa teoria é que coleta e análise dos dados são processos

conjuntos e devem ocorrer até a saturação teórica, ou seja, até que dados novos ou relevantes não sejam mais encontrados ou que comecem a repetir. (MARTINS, 2012). Para Frago, Recuero e Amaral, a análise dos dados auxilia a refinar o próprio processo de coleta dos mesmos. Tratando-se de um processo de retroalimentação constante entre o empírico e a análise. O passo seguinte compõe o processo de codificação, em que os dados são examinados cuidadosamente. (2011, p. 92).

A codificação refere-se, então, aos procedimentos utilizados para rotular e analisar os dados coletados e envolve comparações constantes entre fenômenos, casos e conceitos, as quais conduzem ao desenvolvimento de teorias por meio da abstração e relações entre os elementos (2012).

Na terceira e última etapa, dentro do processo da teoria qualitativa, surge a redação da teoria, que tem por objetivo integrar e refinar categorias em um nível mais abstrato, ou seja, elaborar o passo a passo do presente artigo. Neste sentido, após análise do material compartilhado na internet durante as manifestações e decupagem do material veiculado no Jornal Nacional e Jornal da Record, no período proposto, a tarefa é organizar os dados e agrupá-los, com base na teoria que dá sustentação a este estudo e partir para a terceira etapa a elaboração dos tópicos.

Strauss & Corbin, *apud* Martins (1990) denominam essa etapa de elaboração da história, que consiste numa narrativa descritiva sobre o fenômeno central do estudo. Para Martins (2012), isto se torna bastante difícil, pois requer habilidade de fazer diversos recortes e selecionar o que realmente importa no desenvolvimento do modelo teórico representativo do fenômeno pesquisado, dessa maneira, significa sintetizar toda a história construída a partir dos dados obtidos e ser capaz de explicar diferenças e semelhanças encontradas nas experiências, afirmando ou não a presença da apropriação da mídia em relação aos compartilhamentos difundidos nas redes sociais em junho de 2013.

3. Um breve histórico: As redes sociais

Para John Thompson *apud* Paulo Eduardo Cajazeira (2004, p. 77), “a grande maioria das interações sociais durante muito tempo foi face a face.” Ou seja, os indivíduos se relacionavam entre si na forma de aproximação ou no intercâmbio dentro de um ambiente físico compartilhado, pessoalmente. Estas foram as primeiras redes sociais. Porém, no desenvolvimento dos meios de comunicação foram então criadas novas formas de ação e interação e novos tipos de relacionamentos, como explica Thompson, 2004, p. 77.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia do ambiente midiático, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal (THOMPSON, 2004, p. 77).

Assim, as novas formas de interação pelos meios de comunicação se estendem, e oferecem novas características que se diferenciam das interações face a face. Entre estas, surge as redes sociais digitais.

Neste sentido, as manifestações de 2013 - transmitidas ao vivo, por stream - foram organizadas via estas redes. De acordo com Manuel Castells (1996) as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade, onde “a comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais”, a exemplo de grupos formados na internet, através de eventos no Facebook, comunidade esta, organizada através da comunicação mediada pela rede. Dessa forma, podemos lembrar dos eventos elaborados via Facebook, na época dos protestos, onde grupos organizados elaboravam as manifestações via rede.

Segundo Regiane Santos *apud* Paulo Eduardo Cajazeira (2011), a pós-modernidade trouxe uma nova forma de relacionamento mesclada à comunicação interativa que incita à mobilização popular nas redes sociais, tornando o universo virtual uma ferramenta integrada à rotina de uma considerável parcela da sociedade. (2011, p. 01)

A internet processa a virtualidade e a transforma em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos. Por meio desta nova ferramenta é que são estabelecidas as relações virtuais alicerçadas pelo capital social. (2011, p.01, CAJAZEIRA, Paulo)

Recuero (2009) reforça este conceito da ideia, discutida por inúmeros pesquisadores, associando os valores a pessoas conectadas, fazendo referência ao pertencimento a determinado grupo:

Por exemplo, o fato de você jogar futebol todo o domingo com um grupo de amigos dá acesso a valores específicos. O primeiro e mais óbvio deles é a possibilidade de divertir-se com o grupo. Ora, futebol é um esporte coletivo, que só pode ser jogado se um grupo de pessoas entra em acordo e participa do jogo. Outro valor poderia ser, por exemplo, a informação a respeito dos próximos jogos, que circula dentro do grupo e que permite que você continue a jogar. As amizades que podem surgir do jogo e passar a outras esferas também são um valor. Até mesmo ser convidado para tomar uma cerveja depois do jogo com o grupo é um valor. Assim, fazer parte de um grupo dá acesso a todo um conjunto de vantagens, o que é chamado capital social (RECUERO, 2009).

O laço de pertencimento criado entre o indivíduo e a mídia é criado também na rede social, sendo uma interação de constante troca. Neste sentido, vale lembrar das timelines das redes sociais digitais, tomadas por gritos de protesto, assim como nas ruas. Multiplicaram-se, assim, as visões de mundo e as possibilidades de analisar um mesmo assunto sob diversos

ângulos, da mesma forma como os grupos foram se organizando, a partir do sentimento de dividir os mesmos ideais.

Neste sentido, o Facebook, com o intuito de disponibilizar um recurso de interação e comunicação voltado especificamente para a divulgação de empresas, marcas, produtos, bandas, entre outros, por exemplo, criou as Fan Pages, páginas que podem ser seguidas pelos usuários e interessados em determinada marca ou empresa, oferecendo estratégias de marketing digital eficiente e de baixo custo. Isto, de acordo com Cajazeira “identifica um processo de interação, a partir da convergência digital no qual alguns usuários dos grandes veículos de mídia, conectados à Internet, parecem ter aderido às novas formas de comunicação” (2013, p. 63).

Neste sentido, também, durante as manifestações, foram organizados os eventos, na mesma rede social, com intuito de unir os jovens com o mesmo sentimento de manifestar. Além disso, iniciou a cobertura alternativa às apresentadas na televisão, como as notícias, fotos e depoimentos apresentados pelo site Mídia Ninja. Desta maneira, a comunicação nas redes sociais aconteceu de forma que as pessoas pudessem se sentir próximas da notícia.

Neste contexto, entra o ciberativismo, que teve extrema importância, surgindo como uma alternativa para os meios de comunicação de massa tradicionais. De acordo com Alex Primo “os meios digitais abrem novas formas de comunicação e demandam a reconfiguração dos meios tradicionais, ao mesmo tempo em que amplificam seus potenciais pouco explorados.” (2007, p.9)

Os usuários, agora, conseguiram disseminar informações sobre os protestos e organizar ações fora do mundo online. Dessa vez, diferente de outros movimentos sociais, não houve só ativismo de sofá. As pessoas se engajaram e foram às ruas. Manifestantes publicavam fotos do que estavam vendo, a população avisava onde estava a tropa de choque da polícia e usuários se disponibilizavam a ajudar feridos e presos durante o protesto. Para Recuero (2009):

As redes sociais são espaços online que permitem a produção de conteúdo de maneira descentralizada, reunir a opinião de diversos usuários constituída por representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas. As conexões, por outro lado, são os elementos que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais. Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. (RECUERO, 2009).

Justamente por essa característica as redes sociais se mostram como canais de comunicação e relacionamento entre empresas e consumidores, reforçando a ideia de que os

meios se transformam e contribuem de alguma forma no âmbito de transmitir determinados acontecimentos, como notícias, fotografias, histórias pessoais, dentre outros.

3.1 A agenda-setting: história e aplicação em âmbito nacional

A agenda-setting foi formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw em meados dos anos 70. Para eles a mídia determina a pauta para a opinião pública ao destacar determinados temas, e entanto, ofusca ou ignora outros.

De acordo com Cláudia Camargo (2014), Maxwell McCombs e Donald Shaw, ao analisarem a forma como os veículos de comunicação cobriam campanhas políticas e eleitorais, constataram que o principal efeito da imprensa é pautar os assuntos da esfera pública, dizendo às pessoas não "como pensar", mas "em que pensar", referindo-se ao agendamento como uma função da mídia e não como teoria. Isso explica a correspondência entre a intensidade de cobertura de um fato pela mídia e a relevância desse fato para o público. De acordo com Maxwell McCombs e Donald Shaw apud Camargo (2014, pag. 02):

“Apesar de não terem sido os primeiros a tratarem do papel dos meios de comunicação como mediadores do mundo real para os cidadãos, MacCombs e Shaw foram os pioneiros a definir uma hipótese para o efetivo poder dos meios em pautar os assuntos da sociedade.” (Maxwell McCombs e Donald Shaw apud Camargo (2014, p. 02. CAMARGO, Claudia)

Acredita-se que o agendamento ocorra porque a imprensa deve ser seletiva ao noticiar os fatos. Porém, contemporaneamente, os debates entre pesquisadores trazem o questionamento acerca de que, seria a agenda midiática responsável por pautar a sociedade, ou o contrário?

Kênia Maia (2010, pag. 05), reflete acerca de como é pautada a agenda-setting no Brasil:

Os meios de comunicação no país determinam não somente o que pensar, mas como devemos pensar. Mesmo os trabalhos que relativizam a posição da audiência, indicando um receptor não completamente passivo e admitindo outras variáveis sociais e psicológicas, recaem na relação entre causa e efeito e concluem quase que por obviedade que a mídia, ao pautar e enquadrar os assuntos tem sim o poder de definir a agenda do público. (2010, p.05, MAIA, Kênia)

Nas revoltas de junho de 2013, a interrogação anterior, sobre qual sujeito pauta ou qual é pautado, porém, abre lacunas sobre a discussão. Os meios, que segundo MAIA (2010), definem a agenda do público, foram na semana de manifestações, influenciadas à medida que os compartilhamentos discursivos acerca da versão dos estudantes se expandiram na internet, conceito conhecido como “Ciberativismo.”

Essas novas formas de interação pelos meios de comunicação se estendem, segundo Alex Primo (2007, p. 155), uma vez que “a interação deve ser entendida como a ação entre os participantes do encontro.” Um posicionando sob o olhar dos participantes durante o desenrolar da interação, ou seja, observar o que se passa entre os sujeitos, entre o interagente humano e o computador e entre duas ou mais máquinas comandadas pelo interagente no espaço, e oferecem um leque de características que as diferenciam das interações face a face.

3.2 Ciberativismo no contexto das manifestações

O ciberativismo acontece através das redes sociais e tem por objetivo fazer reivindicações e organizar mobilizações. A teoria difundida a partir da década de 90, também é chamada de ativismo online ou digital⁵. O método surge como alternativa aos meios de comunicação de massa, de divulgar idéias, permitindo-lhes esquivar do monopólio da opinião pública, principalmente através das redes sociais Facebook e Twitter.

De acordo com Lemos (2011), o uso da internet é um meio de “driblar” os meios de comunicação tradicionais, que na maioria das vezes não oferecem espaço para que a opinião pública se manifeste. Com isso a rede se torna um espaço “público” em que os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas idéias.

Na Revolta do Vinagre, assim como em outras manifestações como as revoltas populares que assolaram o Oriente Médio em 2011, a utilização das informações na internet passou a ter maior visibilidade até mesmo pelo baixo custo e eficácia na resposta a curto, médio e longo prazo pela comunidade virtual.

Dos contra da prática, surge a ideia da necessidade do comprometimento e conhecimento do/a ativista pela causa que se está lutando. O que acontece no nosso mundo real, muitas vezes pode ser reproduzido virtualmente de formas semelhantes, como, por exemplo, a existência de passeatas, abaixo assinados, petições e atos de vandalismo na web. Para Santos (2011):

O ciberativismo não é uma ferramenta somente para promover revoluções e derrubadas de regimes ditatoriais. Ele tem sido utilizado também para mobilizar multidões em todo o mundo para causas diversas, principalmente as ecológicas e defesa dos direitos humanos.(2011, p. 10. SANTOS, Fernando)

Em exemplo de ciberativismo, o Greenpeace tem seu site e pratica o método desde 1998, sendo que mais da metade dos atuais colaboradores ajudam a causa e participam através

⁵ Texto construído a partir das ideias do artigo disponível em <http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/ciberativismo-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas.htm> acesso em 04/04/2015.

da internet. Uma das causas defendidas por ele é moratória da soja, que impede a comercialização da soja cultivada em áreas de desflorestamento da Amazônia, o aquecimento global, transgênicos, caça às baleias, dentre outros.

Os críticos argumentam que esse tipo de ativismo bate de frente com alguns problemas. O principal deles é a exclusão digital. Argumenta-se que isso cria uma representação desproporcional em relação a aqueles que não têm acesso à rede ou não têm habilidade com as tecnologias de internet. Como disse certa vez o ativista americano Ralph Nader, "a internet não realiza um bom trabalho na hora de motivar as pessoas", citando o fato do congresso dos EUA, o Pentágono e corporações "não temerem o uso cívico da Internet".

Em estudo divulgado pela BBC no Brasil, o Twitter foi apontado como uma das principais fontes de informação em tempo real sobre o que acontecia durante as manifestações. O Facebook, por outro lado, foi usado principalmente para organizar atos de protesto e demonstrar posicionamentos políticos. Facebook e Twitter não divulgaram dados sobre o número de perfis novos criados no Brasil no período. No entanto, um levantamento da consultoria Serasa Experian, divulgado pelo jornal Valor Econômico, aponta que o Facebook teve uma taxa de participação (perfis de usuários que tiveram atividade) de 70% dos brasileiros com presença no site no dia 13 de junho — o terceiro pico de participação do ano. O Twitter, por sua vez, contabilizou cerca de 11 milhões de tweets com a palavra "Brasil" e 2 milhões mencionando "protesto" entre os dias 6 e 26 de junho. A movimentação também fez o caminho inverso — além de levar internautas para as ruas, trouxe pessoas também para dentro das redes virtuais.

4. Jornal Nacional: breve histórico

O Jornal Nacional (JN) é o principal telejornal brasileiro, produzido e exibido pela Rede Globo desde setembro de 1969. Exibido a partir das 20h30, de segunda-feira a sábado, é o telejornal mais assistidos e reconhecido do país. Atualmente, apresentado por William Bonner e Renata Vasconcellos.

O JN foi o primeiro programa gerado no Rio de Janeiro em rede nacional, através da Embratel e se tornou, em alguns anos, o mais importante e famoso noticiário brasileiro, alcançando altos índices de audiência, devido grandes investimentos em furos de reportagem que marcaram o país, como as transmissões em tempo real da Copa do Mundo, nos EUA e da Guerra do Golfo. Além disso, nas Eleições de 2002, o JN inovou realizando entrevistas ao vivo no próprio cenário, com quatro candidatos à presidência, dentre outras inovações, cujo quais consolidaram a audiência e a confiança do público.

As críticas a emissora, porém, vem de históricas controvérsias nas relações com a sociedade. A principal polêmica da Rede Globo, por exemplo, está ligada ao apoio dado à ditadura militar e a censura dos movimentos pró-democracia nos noticiários do canal. O regime, segundo os opositos à emissora, teria rendido benefícios ao grupo midiático da família Marinho. A própria Globo reconheceu em editorial lido no Jornal Nacional, 49 anos depois e pressionada pelas manifestações de junho de 2013, que o apoio ao golpe militar de 1964 e ao regime subsequente foi um "erro".

No final da década de 1980, a emissora novamente foi alvo de críticas devido à edição que promoveu do último debate entre os candidatos a presidente na eleição de 1989, o que teria favorecido Fernando Collor de Mello.

Em meio às manifestações que se espalham pelo Brasil, a cobertura da mídia de massa foi recebida de múltiplas formas. Além de observadora e participante, a imprensa televisiva, principalmente Globo e Record, foram alvo de protestos e acusações de manipulação, como por exemplo, gritos de protesto como "abaixo a Rede Globo", atos de hostilização contra os repórteres e depredação de veículos.

Pode-se entender que houve uma mudança brusca de posição em diversos meios de comunicação brasileiros, como os jornais impressos, por exemplo, em relação às revoltas, especialmente após os protestos em São Paulo do dia 13 de junho, quando a polícia agiu de forma violenta e brutal, inclusive contra jornalistas. A capa da Folha de São Paulo, por exemplo, exibiu no dia 13 de junho a seguinte manchete: "Governo de SP diz que será mais duro contra o vandalismo". Após a noite de absurda repressão policial, do dia 14 apontava contra os PM's: "Polícia age com violência a protesto e SP vive noite de caos".

5. CONCLUSÃO

As análises evidenciam processos de visibilidade e de silenciamentos de determinados temas durante as manifestações. Enquanto no primeiro período os protestos eram traduzidos pelos jornais analisados sob o ponto de vista da violência e do vandalismo, o segundo representa o protesto enquanto manifestação democrática, tendo legitimidade reconhecida. Neste momento, observamos uma distinção entre manifestantes e vândalos. À medida que a adesão popular crescia, foi possível perceber que o discurso acerca da violência também perde a centralidade nas representações. Vemos que são muitos os desdobramentos da pressão popular que ainda estão para ser compreendidos em totalidade.

Ainda é notável como os meios de comunicação tiveram um papel decisivo nos protestos. Enquanto as emissoras comerciais buscaram, no início, estigmatizar e criminalizar os manifestantes como “vândalos”, foram pressionadas a mudar, ainda que parcialmente a rota editorial com os excessos da violência policial, confirmando um dos pressupostos desta pesquisa. Mas, ao contrário do que se imaginava inicialmente, as pauta lançadas nas redes sociais não foram tão decisivas quanto a forte repressão policial contra os próprios jornalistas, manifestantes e demais civis. As redes sociais, neste sentido foram sim fundamentais, mas no sentido da organização e disseminação do protesto em si, mas não necessariamente na opinião das mídias.

Neste sentido, a análise permitiu compreender modos de construção de notícias empregadas na contemporaneidade pelos telejornais propostos a partir do que foi veiculado nas redes sociais. Assim, foi possível perceber que em todas as produções telejornalísticas houve tendência a parcialidade durante a cobertura dos protestos, provando que os relatos ainda foram marcados pelos interesses das emissoras no que diz respeito a opinião popular.

O que vale lembrar é que a imprensa alternativa acompanhou os acontecimentos nas ruas ao vivo e nas redes sociais, assegurando uma diversificação de informação e de interpretações alternativas, contribuindo, assim, para que a discussão sobre a democratização da comunicação ganhasse espaço na agenda pública. Como consequência, encontramos então um novo perfil de público, o público colaborador de conteúdo do telejornal, visto não somente nas manifestações, mas todos os dias durante a programação das emissoras, seja por um vídeo amador que trazem acontecimentos, seja pela participação as páginas dos telejornais através das redes sociais, que pautam a notícia, estiveram presentes. Com isso, estão produzindo conteúdo com os elementos provenientes da participação digital. Neste sentido, surge um novo jornalismo que, de um modo geral, causa efeitos na produção diária da notícia, mas não pratica necessariamente o jornalismo. Assim, além de trazer a possibilidade de interagir, as redes sociais digitais expandiram os canais de atendimento ao público, estreitando a relação e segmentando a mensagem, facilitando a vida do público em geral, que agora não é apenas um telespectador passivo, mas um produtor da notícia, podendo opinar e levar as próprias pautas a visibilidade.

6. REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; NATAL, Georgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Revista Eletrônica PUC/RS**. n° 20. Pontifícia Universidade Católica: Porto Alegre, 2009.

CAJAZEIRA, PAULO. **O jornalismo em tv e a audiência nas redes sociais digitais.** Revista Comunicando, vol. 2, - Tecnologias de informação, novos media e literária digital, 2013.

CAMARGO, Claudia. **Reflexões sobre agenda-setting e suas contribuições para o estudo do jornalismo.** In: INTERCOM NACIONAL, 29. 2014, Foz do Iguaçu.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 6ª edição: Jussara Simões. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1) São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p. (Coleção Cibercultura). Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/viewFile/879/1017> > Acesso em: 10 de novembro de 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** n° 2. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

MAIA, Kênia. **O agenda-setting no Brasil: contradições entre o sucesso e os limites epistemológicos.** Disponível em: <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/504/466> > Acesso em: 29 de outubro de 2014.

MARTINS, Heloisa. **Metodologia qualitativa de pesquisa.** Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-97022004000200007&script=sci_arttext> Acesso em: 18 de outubro de 2014.

PINTO, CÂNDIDA. **A teoria fundamentada como método de pesquisa.** Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/inletras2012/Trabalhos/4415.pdf>> Acesso em: 10 de outubro de 2014.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador.** n° 14. Caxias do Sul: Comunicação e Cultura, UCS, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>> Acesso em: 12 de novembro de 2014.

SANTOS, Fernando. **O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas no Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil.** Disponível em: <http://www.usp.br/anagrama/AnheSantos_ciberativismo.pdf> Acesso em: 10 de outubro de 2014.

SITES CONSULTADOS:

www.espaçovital.com.br

www.interagentes.net

www.causabrasil.com.br

<http://acervo.folha.com.br/>