O JORNALISMO E AS MANIFESTAÇÕES DE RUA NO BRASIL: ANÁLISE, INTERPRETAÇÃO E CRÍTICA

GT16: Estudos sobre Jornalismo

Flávio Porcello
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Univ. Fed. do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Resumo

As manifestações populares que surgiram há mais de um ano no Brasil atingiram de forma direta o jornalismo. Pessoas de todas as classes sociais saíram às ruas do país revoltadas com o preço das passagens dos ônibus, a falta de infraestrutura básica em saúde, educação, transporte, segurança, e outras questões essenciais à qualidade de vida. Mas o que unificou os protestos foram os gastos públicos destinados à realização da Copa do Mundo. O objetivo do presente trabalho é refletir e avaliar criticamente o papel do jornalismo diante do que aconteceu. As emissoras de TV, que inicialmente ignoravam as manifestações, chegaram interromper a programação para transmitir ao vivo em tempo real o que acontecia nas ruas. As câmeras de TV nos helicópteros e câmeras de trânsito nas ruas foram os olhos do público, mas o que os repórteres contavam a TV já tinha mostrado. Queremos aqui refletir sobre essas e outras questões sobre as narrativas que a mídia, convencional ou alternativa, fez desse episódio que acabou pautando a agenda política do país neste ano eleitoral de 2014. Utilizaremos os pressupostos téoricos de Ramonet, Mota, Moretzsohn e Sérgio Mattos, entre outros, em nosso percurso de pesquisa.

Numa noite de primavera do ano passado eclodiu a manifestação popular que se prolongou por dias, semanas e meses seguintes, alcançou todo o Brasil e até agora – mais de um ano depois – ainda não foi suficientemente entendida e, tampouco, completamente avaliada. Em razão do cumprimento dos prazos estabelecidos para a submissão deste artigo é provável que alguns aspectos fiquem defasados entre o momento em que estão sendo escritos, em março de 2014, e a apresentação formal em agosto deste ano na PUC no Peru. No entanto, a data de inicio do movimento que alcançou as ruas de todo o Brasil não vai mudar: dia 13 de junho. Foi um marco que precisa ser lembrado e estudado agora, tanto pela sua abordagem inicial por parte da mídia, como pelas interpretações e consequências que gerou e continua gerando em todo o Brasil. O movimento ampliou-se para todo o país, provocou intensas discussões e acirrados debates e, obviamente, pautou a política. Nosso interesse neste artigo é refletir sobre o papel do jornalismo diante desses acontecimentos. A causa inicial dos protestos foi o aumento no preço das passagens de ônibus. Manifestantes reunidos diante da Prefeitura Municipal de Porto Alegre decidiram realizar passeata pelas ruas centrais da cidade. O movimento ampliou-se com queixas generalizadas aos gastos públicos com a Copa do Mundo em um país gravemente afetado pela ineficiência do estado e a desigualdade social. Esta primeira manifestação foi pacifica mas as seguintes já foram mais violentas com depredações, pichações e atos de vandalismo. Policiais das principais capitais brasileiras entraram em choque com os manifestantes, atacaram e foram atacados. Os jornalistas que cobriam os protestos também viraram alvo e depois de dezenas deles terem sido atingidos, tanto por policiais como por manifestantes, houve uma vitima fatal: o cinegrafista da TV Bandeirantes, Santiago Andrade, 49 anos, atingido mortalmente na cabeça por um rojão disparado por manifestantes em protesto no centro do Rio de Janeiro, dia seis de fevereiro de 2014.

Nosso objetivo aqui será o de direcionar o olhar para o papel da imprensa nesses episódios, tanto o jornalismo convencional, em especial a TV que mostrava ao vivo o desenrolar dos acontecimentos, como a chamada imprensa alternativa, que na verdade, nasceu de dentro do movimento, pois qualquer pessoa com um telefone celular com câmera nas mãos tornava-se potencial "repórter" transmitindo, ao vivo, suas imagens e narração, pela internet. Utilizaremos matérias, editoriais e entrevistas de jornais e revistas da imprensa brasileira e depoimentos de líderes da chamada imprensa alternativa, como a denominada Mídia Ninja, nascida durante os protestos. Traremos também preceitos teóricos de autores que estudam e pesquisam os fenômenos comunicacionais e sua influência na formação da opinião publica. O objetivo a ser buscado aqui é o de avaliar o papel do jornalismo diante dos acontecimentos que entraram na agenda política brasileira, tema relevante já que 2014 é ano eleitoral no Brasil.

Apenas duas semanas depois da primeira manifestação nas ruas, a conservadora revista Veja, que tem a maior tiragem e circulação entre as semanais brasileiras, e é identificada com a direita brasileira, afirmou:

> É muito fácil quebrar o vidro que separa a ordem do caos. Podem-se passar décadas sem que nada mude, mas uma semana pode concentrar décadas de mudança. Foi o que se viu no Brasil na semana passada. Curiosamente, aqueles que mais se enxergam como agentes da mudança, os partidos de esquerda, foram os que mais se viram emparedados pela nova realidade das ruas. Lula mandou os sindicalistas se fingirem de povo e o resultado foi o pior para eles. Cascudos nos intrusos e bandeiras queimadas e rasgadas. (Veja, 26 de junho de 2013, pg.64).

Dois meses depois, a mesma Veja reafirmava, em edição que estampava na capa o titulo “O bando dos cara tapadas”, sob a foto de um manifestante mascarado, a seguinte afirmação:

> A velocidade da resposta foi diretamente proporcional à rapidez com que as manifestações ganharam demandas – fim da corrupção, derrubada da PEC 37, melhora na educação e no sistema de saúde, moralização nos gastos com a Copa, etc – cresceram em volume de gente nas ruas e se espalharam pelo país. Perplexa, a presidente Dilma Rousseff chegou a ficar quase duas horas acuada no interior do Palácio do Planalto, enquanto do lado de fora uma multidão se exasperava contra “tudo isso que está aí” (Veja, 21 de agosto de 2013, pg.79).

Do lado oposto no espectro político brasileiro, mais identificada com a esquerda com o governo do PT, a revista Carta Capital na edição que exibia na capa o título “Mídia vs. Estado de Direito” impresso sobre imagens dos logotipos dos mais importantes jornais e emissoras de TV do país, tratou da influencia da mídia sobre a opinião pública:

> Mas qual é a opinião pública? “A do próprio jornal, oras”, avalia, sem rodeios, o sociólogo Venício de Lima, professor da UnB e dedicado aos estudos da mídia. “Desde meados do século passado, os principais grupos de mídia reivindicam a representação da opinião pública em detrimento dos canais institucionais da democracia representativa, como partidos, governos e congresso. Isso porque a imprensa tem o papel de mediar a comunicação, fazer a ponte entre o público e as

> instâncias do debate político". Com um problema, ressalta: "Ao mesmo tempo que fazem essa mediação, esses grupos são atores políticos, defensores de seus próprios interesses e de seus financiadores" (MARTINS, Carta Capital, 2013, pg.30)

A Revista IMPRENSA, mais voltada para jornalistas, profissionais e empresas de comunicação social, abordou a relação da mídia com o que ocorria dizendo:

> A manifestação é multifacetada. Primeiro: não é irrelevante o fato de que a massa que tomou as ruas do país organizou-se, basicamente, por outra mídia: a mídia social. Ou seja, o veículo escolhido pela nova geração de ativistas, por si só, já é um canal alternativo à chamada mídia tradicional. Não por acaso foi mais uma vez no Facebook que saltaram os primeiros grupos organizados por passeatas especificamente contra a Rede Globo. Com bordões como "Sorria, você está sendo manipulado", convites virtuais uniram centenas de pessoas nas ruas de São Paulo, Rio, Porto Alegre e Fortaleza (SARDAS e GONÇALVES, IMPRENSA, 2013, pg.35).

E, na mesma revista IMPRENSA, o colunista de televisão Gabriel Priolli trouxe o tema para o campo do telejornalismo:

> O jornalismo televisivo já foi o meio de acesso mais rápido ao som, à cor, ao ambiente e personagens dos acontecimentos relevantes, esses que excitam a curiosidade do público e exigem cobertura ao vivo. Mas o jornalismo digital,

> especialmente aquele exercido pelo cidadão comum investido de repórter, já invade esse último território de primazia de uma mídia cansada, pesada e controlada como é a TV. (...) é por razões de mercado que o telejornalismo tradicional talvez se preocupe coma concorrência desses jovens abelhudos e incômodos. Mas o que a emergência e o sucesso deles impõe é, antes de tudo, uma autocrítica profunda sobre o distanciamento da imprensa das pulsões reais da sociedade. De sua óbvia carência de diversidade, outras vozes, novos discursos. E do incontrolável desejo de protagonismo das pessoas, que ai muito além de operar o controle remoto do televisor (PRIOLLI, 2013, pg.59)

Recente publicação brasileira, a revista SAMUEL disse o seguinte sobre esse assunto:

> O PT não só resolveu tomar o poder por cima, em 2002, como se tornou o favorito do grande capital nas doações milionárias para as campanhas eleitorais, futuras e passadas, já a partir do segundo turno do pleito daquele ano. Organizou, além disso, uma espetacular e grotesca distribuição clandestina de mais de R$ 55 milhões para campanhas eleitorais, suas e de partidos amigos, a partir de empréstimos tomados em empresas mineiras interessadas em agradar o governo (SAMUEL, 2013, pg.12).

E aprofundou o foco para as questões midiáticas objeto do nosso maior interesse no presente artigo:

> Milhares de pessoas puderam acompanhar ao vivo sem sair de suas casas, atrás de computadores, tablets e celulares, as manifestações que mobilizaram o país e ganharam força durante a Copa das Confederações, graças à tecnologia dos *twitcastings* – em outras palavras, transmissões ao vivo através de gravações feitas por câmeras de celulares. Um dos mais comentados *twitcastings* se chama Mídia Ninja, uma sigla que significa: Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. (SAMUEL, 2013, pg. 30)

E acentuou:

> Para eles, o sucesso das mídias alternativas que surgiram com as manifestações são prova da necessidade de se pensar em novas formas de produzir informação no Brasil, principalmente tendo em vista que, de acordo, com o coletivo, não parece estar sendo levado muito a sério pela grande mídia. (SAMUEL, 2013, pg. 31)

Ainda usando como fonte a revista SAMUEL procuraremos fazer uma breve e sucinta descrição de uma modalidade de cobertura que se sobressaiu nas manifestações de rua de 2013 no Brasil: a chamada Mídia Ninja[1]. O movimento surgiu de uma série de discussões políticas que levou à criação da Pós-TV, canal de transmissão ao vivo pela internet: “Nossa cobertura dos fatos é crua, direta. Quando a Mídia Ninja vai cobrir as manifestações na rua, todas as pessoas que estão em casa ou em outro lugar, se sentem ali com a gente, vê exatamente o que está acontecendo, sem edição, sem cortes”, diz Felipe Altenfender, estudante de

[1] NINJA é a palavra que reúne as iniciais de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, que reúne transmissões ao vivo ou gravadas de imagens feitas por celulares de manifestações de protesto nas ruas.

Imagem e Som da Universidade de São Carlos, em São Paulo (SAMUEL, 2013, pg.31).

Há vários grupos, os chamados coletivos, atuando sob o nome de Mídia Ninja. Um deles é o RioNaRua que foi criado dia 20 de junho, na semana da primeira grande manifestação de rua. Foi criado como uma página na rede social Facebook com a intenção de ser uma central de informações tanto para quem está na rua, quanto para quem não está lá. Para eles mais do que promover o acesso à informação, a função do RioNaRua é "entrar na guerra da informação e contribuir para a construção do conhecimento necessário para a vida democrática" (SAMUEL, 2013, pg.33).

Um dos fundadores da Mídia Ninja, Bruno Torturra, explicou em entrevista à revista Piauí (2013) os desvios do movimento e as divergências entre a mídia convencional e a alternativa.

> Antes mesmo da catarse popular de junho, mas principalmente depois dela, eu me perguntava se vivíamos uma espécie de *bug* do Facebook. Percebia na dinâmica da rede social um processo mais patológico do que terapêutico. Senti na pele que o hiperfluxo contínuo e frenético de posts estava se tornando a antítese da reflexão e da capacidade de informar. Tudo na rede era de alguma forma crível e equivalente. A ferramenta de comunicação que um dia me pareceu tão propícia à transformação da consciência coletiva havia se tornado uma deprimente gruta de ideias cristalizadas, raciocínios curtos e polêmicas passageiras. O Facebook dava status de debate ao mero bate-boca ou a linchamentos sumários. Se foi muito graças a ele que

> consegui me tornar uma voz pública, agora, à medida que me tornava mais e mais objeto de pauta, e não repórter, o mesmo Facebook começava a me dar ojeriza (TORTURRA, 2013, pg.22).

E prosseguiu:

> Não conseguia mais manter o prumo, fazer planos ou pensar o que a Mídia Ninja era agora. A boa notícia era constatar como, com uma página no Facebbok, ela havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela. A notícia ruim era ver que a Mídia Ninja – que havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela – ainda era apenas uma página no Facebook (TORTURRA, 2013, pg.31).

O líder do grupo, ou coletivo, Fora de Eixo, Pablo Capilé, explicou em entrevista ao jornal gaúcho Zero Hora (2014) como ele interpretou a ocorrência das manifestações no Brasil:

> O que rolou foi um salto quântico de consciência no Brasil. O país mudou nos últimos meses. A juventude está mais consciente, os movimentos estão fortalecidos, as pautas estão muito mais claras para todo mundo que se envolveu nesse processo todo. O centro da coisa não era a continuidade de milhões de pessoas na rua, era a

> capacidade daquela grande jornada fortalecer quem estava na rua há 20, 30, 40 anos.(...) Muita gente cresceu, as mídias alternativas, as próprias mídias tradicionais. Houve um grande embate de representatividade ali. Então tanto o Estado, os partidos, a imprensa, todo mundo ali teve que se ressignificar, e isso foi um grande salto de consciência (MOREIRA, 2014, pg,2).

Célia Ladeira Mota (2013) traz uma relevante interpretação ao dizer que "o movimento das ruas criou uma experiência coletiva em que alguns símbolos nacionais foram reavaliados e resignificados" (MOTA, 2013, pg.60) E avança:

> Na narrativa do telejornal, a visualidade se impôs ao texto, construindo novos significados para duas representações da vida nacional: as ruas e o gigante adormecido. O momento histórico, vivido pelos brasileiros e transmitido pelo telejornalismo fixou na memória coletiva uma ideia mais positiva da nação, com a reafirmação da cidadania. Os movimentos do povo nas ruas se tornaram também um novo ritual que passou a ser agregado ao cotidiano da sociedade e ao agendamento dos meios de comunicação (MOTA, 2013, pg.45).

E conclui que:

> Tudo é transmitido, exibido, compartilhado em larga escala. A visão se constituiu num produto: a imagem. A visualização se tornou a pedra de toque da nossa época. No entanto, uma imagem simplesmente não se transforma em cultura visual

> até que se torne visualidade. Visualizar não é simplesmente produzir objetos visíveis (MOTA, 2013, pg.48)

Moretzsohn contribuiu para o enriquecimento da discussão quando publicou no site Observatório da Imprensa o artigo “Os equívocos na rejeição à grande mídia” (edição 767, de 08/10/2013), onde lembrou a postagem na web de um integrante da Mídia Ninja que dizia: “Sou obrigado a compartilhar uma reportagem do Jornal Nacional, por mostrar o que de fato aconteceu”. Ela comentou a postagem feita pelo jovem midiativista que publicou em sua página na rede social Facebook a referencia ao telejornal da Rede Globo. A reportagem em questão é a do falso flagrante em que um policial tenta plantar provas contra um adolescente na noite de 30/09/2013 após protesto de professores municipais em greve no Rio de Janeiro.

> O jovem midiativista compartilhou o vídeo por uma questão de honestidade. Talvez tenha se sentido “obrigado” a isso porque, como é comum entre os que se engajam na luta pela democratização da comunicação, parta do pressuposto de que a mídia hegemônica, e os veículos das Organizações Globo em particular, não mostram “o que de fato aconteceu”. É o mesmo pressuposto da edição de muitos vídeos “independentes” que circulam na rede com a promessa de exibir “o que a televisão não mostrou”, mesmo que, muitas vezes, tenha mostrado sim (MORETZSOHN, 2013).

Ela assinala em seu comentário que:

> Um dos equívocos recorrentes da militância é a substituição da atitude crítica pelo puro e simples proselitismo: então, se

> percebemos que a mídia hegemônica está submetida a interesses empresariais e que suas promessas de isenção e imparcialidade não ultrapassam a declaração de intenções, achamos muito lógico rejeitar tudo o que provenha dela. É o que está na atitude de militantes que sistematicamente procuram impedir o trabalho de repórteres vinculados a essas empresas: partem do pressuposto de que a informação produzida por eles será "manipulada", deturpada, ou simplesmente não vai sair. E, em nome da democracia, agem no sentido contrário, tentando estabelecer zonas de exceção no uso do espaço público (MORETZSOHN, 2013).

A jornalista diz ainda que:

> Cenas de violência explícita, entretanto, estão a vista de todos e hoje podem ser divulgadas por qualquer pessoa. Ignorá-las não é a decisão editorial mais inteligente. O problema são as relações de interesse e solidariedade entre governos e empresas de mídia: essas permanecem ocultas e são difíceis de comprovar, mesmo que denunciadas por vereadores de oposição em seus discursos. Mas não é apenas para não pôr em causa interesses ocultos que o jornal descumpre seu compromisso fundamental de informar com clareza: a imprensa, de modo geral, e especialmente os telejornais, não querem ou não conseguem realizar uma apuração autônoma sobre o plano de cargos e salários (dos professores municipais do Rio em greve na época), centro de toda a polêmica. Optam por "ouvir os dois lados" e eximem-

> se da interpretação própria, como se isso demonstrasse isenção (MORETZSOHN, 2013)

É importante trazer a visão de Ramonet (2012) para iluminar essa reflexão. Ele classifica de “Aparelhos ideológicos da Globalização (2012, pg 62) os movimentos gerados pela nova guerra ideológica imposta pela globalização, onde as mídias são utilizadas como uma arma de combate (2012, pg. 60). E enfatiza que o filósofo grego Empédocles dizia que o mundo é constituído pela combinação de quatro elementos: ar, água, terra e fogo. Na era digital a informação é tão abundante que torna-se o quinto elemento do mundo globalizado (2012, pg. 64). E cunha o termo ‘O quinto poder’ (‘*Le cinquîéme pouvoir’*), termo por ele criado no *Le Monde Diplomatique*, em outubro de 2003, para definir a mídia. E diz que:

> A busca da audiência, como objetivo principal, tem sempre um custo para uma mídia séria. Ela produz graves efeitos indesejáveis e geralmente conduz ao sacrifício do rigor deontológico, da exigência profissional e, portanto, de sua credibilidade. Aliás, a ruína da audiência constitui, como já vimos, uma das causas da crise atual. As mídias em geral, incluída a imprensa escrita, perderam a confiança da opinião pública (RAMONET, 2012, pg.131).

E prossegue:

> Para sobreviver, as mídias – tradicionais ou *on line* – devem procurar a qualquer preço uma audiência em massa? Nada é menos certo. E a *web* não tem nenhuma culpa nisso. Que uma informação seja primeiro postada na *web* não é obrigatoriamente um problema para as outras mídias mais

> lentas. Com a condição, no entanto, de que a mensagem guarde todo seu valor informacional, de que a informação não tenha sido desmentida nesse meio tempo, que ela não tenha se revelado falsa, truncada, enviesada ou manipulada... (RAMONET, 2012, pg.132)

E continua:

> Enfim, o que o cidadão detesta neste novo panorama midiático, como no precedente, é o excesso de frivolidade de tantas mídias que criam um verdadeiro sentimento de "insegurança informacional". O leitor, o telespectador, o ouvinte, ou o internauta não sabe, ao receber uma informação, se ela não vai finalmente se revelar falsa algumas horas mais tarde (RAMONET, 2012, Pg. 133).

A visão teórica, estratégica e muito pertinente de Ramonet nos estimula e avançar no questionamento que ele propõe:

> Os jornalistas deverão aprender a elaborar de outra maneira as iinformações para difundi-las sob diversas formas: *posts*, alertas, breves resumos antecipativos, artigos, fotos, sons, vídeos, discussões com os leitores, blogs, contribuições dos internautas, *links* com outros artigos sobre o mesmo tema, evitando o risco de consagrar o essencial de seu tempo a selecionar e a difundir informação no lugar de produzi-la (Pg. 137)

E nos aponta um caminho:

> Os leitores continuam exigindo seu direito a uma informação confiável e de qualidade, uma disputa mais importante do que nunca, para cada cidadão e para a democracia. Mas eles não esquecem o essencial: eles apreciam ler histórias. O jornalismo não consiste somente em fornecer estatísticas, dados e fatos, mas em elaborar e construir, com base nessa matéria prima, uma narrativa rica com todos os ingredientes – lexicais, retóricos, dramáticos – das grandes histórias de sempre. O jornalismo também faz parte – esquecemos sempre – da arte literária (Pg. 137).

Emerim (2013) diz que quase nada escapa ao caráter global do espaço midiático. Nada que é rígido e firme sobrevive à uniformidade do simulacro, pois seus conteúdos se dissolvem nessa fluidez intensa de imagens que tudo iguala e banaliza, inclusive a própria consciência. Nessa realidade de comunicação interativa não existe mais o meu ou o teu espaço e, sim, o espaço do coletivo, do grupo, do qual todos estão qualificados a participar e no qual a resposta do consumidor ou receptor é necessária para a efetivação do processo comunicacional: “Os seres humanos estabelecem uma nova relação social com a mídia, dividindo vivências mais intensas, mais íntimas, vivências de vida e, “vivências e/ou experiências” sobre a morte” (EMERIM; BRASIL e NEGRINI, 2013, pg. 30). E constata que:

> Neste período, a **narrativa em suspenso** que construiu a **risco de morte** se mostrou através de um objetivo comum que pareceu unir apresentadores, repórteres e entrevistados que funcionaram nesta trama discursiva como os **vigilantes**

> que advertiam sobre o **perigo iminente**, do qual todos os telespectadores poderiam ser vítimas em potencial, um efeito de sentido muito mais reforçado pela natureza do discurso televisivo e pela imprevisibilidade do evento do que por decisões ou propostas editoriais. Sem dúvida, um tema ainda em aberto e que merece investimento investigativo da academia com vistas a qualificar, cada vez mais, a cobertura telejornalística e a atuação dos profissionais do jornalismo televisivo (EMERIM; BRASIL e NEGRINI, 2013, pg.43).

No dia seis de fevereiro de 2014, os sucessivos embates entre polícia e manifestantes nas ruas das principais cidades brasileiras produziu a primeira vítima fatal. O cinegrafista da TV Bandeirantes, Santiago Andrade, foi atingido por um rojão na cabeça durante protesto contra o aumento das passagens de ônibus no Rio de Janeiro. A bomba partiu dos manifestantes mascarados, autodenominados Black Blocs, que enfrentavam a polícia e desencadeou intensa discussão pela mídia e redes sociais. Antes da morte do cinegrafista, 114 jornalistas já haviam sido feridos, muitos com gravidade, de junho de 2013 a fevereiro deste ano[2]. O episódio da morte do cinegrafista da TV Bandeirantes ampliou a discussão em torno do papel da mídia, fortalecendo as opiniões de que profissionais de imprensa, especialmente repórteres, cinegrafistas e fotógrafos que, em todos os confrontos situam-se na linha de tiro, nas manifestações aqui examinadas viraram alvo, da polícia e dos manifestantes. Nesse caso especifico, o rojão que matou o profissional partiu de um manifestante.

Moretzsohn expressou em duas colunas publicadas cinco dias após o atentado contra o cinegrafista, no jornal O Globo e no site Observatório de Imprensa,

[2] Conforme documento entregue por entidades que representam jornalistas e empresas jornalísticas ao ministro da Justiça, José Eduardo Cardoso, em Brasília, dia 11 de fevereiro.

pertinentes interpretações sobre o papel da imprensa na cobertura das manifestações e esse trágico desfecho. Afinal o conflito de visões e posições entre imprensa tradicional e imprensa alternativa atingiu ali seu momento de maior tensão. Ela escreveu no Observatório de Imprensa:

> Inicialmente, a notícia era de que o cinegrafista havia sido atingido pela polícia, o que foi sustentado inclusive por um repórter da Globo News que cobria a manifestação. A repercussão foi imediata nas redes sociais. Em seguida, com a profusão de imagens de vários ângulos, essa versão foi desmentida. Mas muitos continuaram a duvidar, suspeitando de montagens. E quando a Globo exibiu a entrevista com um dos rapazes envolvidos na história, houve quem sugerisse que se tratava de alguma armação. Foi um exemplo muito claro e curioso dessa crença seletiva: os que se creem muito críticos costumam dizer que não acreditam na grande imprensa, mas utilizam essa fonte quando surgem informações que lhes interessam. Não deixa de ser engraçado, mas é pior, porque demonstra que acreditam apenas no que lhes ajuda a confirmar seus preconceitos. E é trágico, porque assim nunca serão capazes de aceitar nada que não corrobore suas crenças (MORETZSOHN, 2014).

E disse em O Globo:

> Podia ter matado na hora. Podia ter só ferido de raspão. Podia não ter acertado em ninguém. O rojão que atingiu o cinegrafista Santiago Andrade, disparado por um manifestante mascarado no fim da tarde de quinta-feira

> durante protestos contra o aumento das passagens de ônibus no Rio, é talvez a mais perfeita metáfora desse movimento que começou forte em junho do ano passado e perdeu completamente o rumo, reduzido a um embate entre policiais e militantes com o roteiro previsível da pirotecnia coreografada.Desde o início, a hostilização sistemática ao trabalho da imprensa já denunciava o caráter autoritário dos que lideravam as manifestações e tentavam criar zonas de exceção no espaço público, intimidando e agredindo quem ousasse desobedecer. Tal como milícias. Eram esses os arautos dos novos tempos? Entretanto, não foram poucos os intelectuais que aplaudiram essas ações, em nome do combate às grandes corporações de comunicação. E se entusiasmaram com a emergência das "multidões" supostamente livres das amarras de partidos, entidades e organizações da mais variada espécie (MORETZSOHN, 2014).

Ela completou assinalando que "o elogio à fluidez do mundo virtual facilitou essa ilusão de que é possível tapar as lacunas da formação com a multiplicação das conexões em rede, como se a velocidade compensasse a falta de substância" (MORETZSOHN,2014).

A convergência entre as mídias é um tema palpitante e sempre oportuno, ainda mais quando sabe-se que a cada dia aumenta o numero de pessoas que assistem TV, ouvem rádio e acessam a internet simultaneamente. Sete em cada dez brasileiros que utilizam a internet usam computador enquanto assistem TV[3]. Em

[3] Pesquisa Brasil Conectado 2 realizada pela Interativa Advertising Bureau (IAB) em maio de 2013.

março de 2014 o IBOPE divulgou que a maioria da população brasileira fica mais na internet (3h39min por dia) do que diante da TV (3h29min diários)[4]. Aquino e Puhl (2013) assinalam que identificar transformações no âmbito do telejornalismo a partir desse enfrentamento e com base em noções de convergência é parte de um contexto de pesquisa que procura entender o impacto de novas práticas, fundamentadas na lógica das redes, sobre a reconfiguração de um modelo de comunicação que já não mais se estabelece a partir de técnicas distributivas de conteúdos e informações.

> Esta reconfiguração vem ocorrendo a partir de dinâmicas de compartilhamento, participação e interatividade que rearranjam papeis e estimulam trocas sociais em torno de conteúdos que circulam por diversos espaços, através da atuação de atores diversos. O impacto dessa transformação aparece na atuação de veículos originalmente identificados como mídia de massa, que hoje ocupam as redes através não só de sites e portais, mas de canais de comunicação dotados de características e funcionalidades que permitem a realizaçãoide práticas jornalísticas com foco na convergência (AQUINO e PUHL, 2013, pg.67).

E enfatizam que:

> Enquanto algumas privilegiam exclusivamente o caráter técnico de convergência, considerando o fenômeno como a reunião entre de formatos diversos em um único suporte, outras tratam sobre aspectos sociais e culturais do processo.

[4] Pesquisa IBOPE divulgada em março de 2014.

> Jenkins (2008) e Castells (2003) são autores que buscam interpretar a convergência como um processo que envolve não só a multimidialidade como uma de suas principais características, mas que trabalha com questões sociais e culturais que perpassam por comportamentos, hábitos e apropriações dos indivíduos, produtores e consumidores de conteúdo, de tecnologias e meios. Dessa forma, com base nesse *background* teórico anteriormente levantado, destaca-se o papel da interatividade, e da participação e do compartilhamento, como subcategorias da interatividade para o estabelecimento da convergência (AQUINO e PUHL, 2013, pg.82).

Comparando a versão impressa da Folha de São Paulo com a TV Folha as duas autoras observam que:

> Não há, por exemplo, uma convergência entre os conteúdos postados no site e os conteúdos veiculados na televisão. Há, certamente, uma transposição de conteúdo, oferecendo ao consumidor a possibilidade de visualização dos conteúdos em suportes diferentes. Não há, por certo, a inserção dos indivíduos receptores e consumidores, no processo de produção desse conteúdo, nem mesmo a abertura de uma espaço para o diálogo sobre os vídeos.((AQUINO e PUHL, 2013, pg.83).

Mattos (2013) destaca que ao mesmo tempo em que a cultura digital permite uma comunicação mais flexível do que a produzida pelas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), ela não privilegia o processo reflexivo, tendo em vista que muitas

vezes a inovação é incorporada de maneira imediatista e de forma acrítica. E assinala que, em síntese, o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos, pois no ciberespaço a relação acontece no contexto todos-todos, modificando comportamentos sedimentados pelas mídias tradicionais. O autor enfatiza que “entre os grandes desafios da comunicação a serem vencidos está o da formação do jornalista que para ter um bom desempenho profissional precisa dominar todas as linguagens para atuar no jornalismo cada vez mais convergente (MATTOS, 2013, pg.9).

Juremir Machado da Silva resume bem a cronologia dos fatos e a forma como são noticiados ao dizer que a mídia reconstrói o passado conforme os valores do presente em nome de um futuro prestigioso. E complementa assinalando que “a mídia não apenas escreve a história de seu tempo: ela, principalmente, reescreve a sua história no tempo” (SILVA, 2014, pg.10).

O objetivo aqui perseguido, e esperamos alcançado, foi de propor uma reflexão sobre o papel do jornalismo diante dos acontecimentos verificados no Brasil desde junho do ano passado. A pauta política deste ano eleitoral de 2014 foi agendada por essas manifestações que iniciaram como protesto pelo aumento nas passagens de ônibus em Porto Alegre e ampliaram para queixas generalizadas contra os gastos públicos com a realização da Copa do Mundo em um país onde faltam recursos básicos nas áreas de saúde, segurança, transporte, educação, entre outros. A imprensa também virou alvo e teve que repensar seu papel. Emissoras de TV que no inicio sequer noticiavam as manifestações com o crescimento dos protestos chegavam a interromper a programação para transmitir ao vivo o que acontecia nas ruas. E, desabituada a fazer isso, muitas vezes ficou refém das situações que narrava. O olho da câmera do helicóptero das TVs mostrava em tempo real o que os repórteres na rua ainda não tinham visto. E quando eles falavam, o público já tinha visto o que contavam. Aos poucos, os

recursos audiovisuais propostos pelo telejornalismo (PORCELLO, 2013) recuperaram a posição. Dispositivos como câmeras de trânsito, de lojas, agencias bancarias e ruas passaram a fazer parte do arsenal reunido para reforçar o que as câmeras do telejornalismo mostravam. E, imagens captadas por telefones e outros dispositivos móveis, também vieram a aumentar a capacidade de percepção daquilo que estava acontecendo nas ruas do Brasil. Diminuiu o espaço de manipulação de informações, aumentou a visibilidade do movimento e de suas consequências. Esse foi um ganho real. O jornalismo dito convencional passou a ser a grande tela por onde desfilava o clamor popular por mudanças sociais e econômicas. A cobertura teve falhas e omissões mas em situações assim reafirma-se o importante papel social do jornalismo que deve ser o olhar atento da sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aquino Bittencourt, M. C., & Puhl, P. (2013). As apropriações midiáticas e os atores sociais na cobertura convergente das manifestações pela TV Folha *in* #telejornalismo: nas ruas e nas telas. *Coleção Jornalismo Audiovisual,* vol. 2. Porcello, F., Vizeu, A., & Coutinho, I. (orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.

Emerim, C., Brasil, A., & Negrini, M. (2013). A perspectiva do risco de morte ou da morte iminente no discurso do telejornal: reflexões a partir das manifestações populares de 2013. In: #telejornalismo: nas ruas e nas telas. *Coleção Jornalismo Audiovisual*, vol. 2. Porcello, F., Vizeu, A., & Coutinho, I. (orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.

Mattos, S. (2013). *A revolução digital e os desafios da comunicação*. Cruz das Almas (BA): Ed. UFRB.

Mota, C. L. (2013). A construção simbólica da identidade nas ruas e na TV. In: #telejornalismo: nas ruas e nas telas – *Coleção Jornalismo Audiovisual*, vol. 2. Porcello, F., Vizeu, A., & Coutinho, Iluska (orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.

Porcello, F. A. C., Vizeu, A., & Coutinho, I. (2012). O Brasil (é)ditado. *Coleção Jornalismo Audiovisual,* vol. 1. Florianópolis: Ed. Insular.

Porcello, F. A. C. (2013). #telejornalismo: nas ruas e nas telas. *Coleção Jornalismo Audiovisual,* vol. 2. Florianópolis: Ed. Insular.

Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo – Das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil.

Silva, J. M. da (2014). *1964 – Golpe midiático-civil-militar*. Porto Alegre: Editora Sulina.

OUTRAS FONTES: REVISTAS, JORNAIS E SITES

Mariano, N. (01/02/2014). O ano do xeque-mate. *Caderno Cultura*, (17.691), 4. Porto Alegre: Zero Hora.

Martins, R. (25/09/2013). *A mídia nos representa?* Revista Carta Capital – Mídia vs. Estado de Direito Ano XIX (767), 30. São Paulo.

Moreira, C. A. (01/02/2014). Não vamos parar de crescer. Entrevista com Pablo Capilé do Movimento Fora de Eixo. *Caderno Cultura*, (17.691), 2. Porto Alegre: Zero Hora.

Moretzsohn, S. D. (08/10/2013). Os equívocos na rejeição à grande mídia. *Observatório da Imprensa* . Ano 17 - Edição 767. Rio de Janeiro – ISSN 1519-7670.

Moretzsohn, S. D. (11/02/2014). Duas faces da barbárie cotidiana**.** *Observatório da Imprensa.* Ano 17 - Edição 785. Rio de Janeiro – ISSN 1519-7670.

Moretzsohn, S. D. (11/02/2014). O Preço da irresponsabilida*de*. *O Globo*, Rio de Janeiro. Acesso em 11/02/2014. www.oglobo.globo.com.

Priolli, G. (2013, Ago.), Jornalismo vivo na pós-televisão Revista *Imprensa. Jornalismo e Comunicação*. Ano 26 (292), 59. São Paulo: Imprensa Editorial Ltda.

Torturra, B. (2013, Dezembro). Questões de Mídia e Política: Olho da Rua. Revista *Piauí – Dentro do furacão ninja*, (87), 22. São Paulo:

Revista Samuel. (2013, 11 Set/Out). E agora Brasil? *A hora mais amarga***.** Ano I. São Paulo.

Revista Veja. (26/06/2013). Edição Histórica. Os sete dias que mudaram o Brasil. *A história em movimento* (P.64). Edição 2327 - Ano 46 (26). S.Paulo: Editora Abril.

Revista Veja. (21/08/2013). O bando dos cara tapadas. Edição 2335. Ano 46. (34). S.Paulo: Editora Abril.

Revista Veja. (2013, Set.). Os 45 primeiros anos de VEJA- Edição Especial 2340 – Ano 46. S.Paulo: Editora Abril.

Sardas, G., & Gonçalves, V. (2013, Ago.). *Grito Antimídia*. Revista Imprensa. Jornalismo e Comunicação. Ano 26 (292), 34. São Paulo: Imprensa Editorial Ltda.