

**A comunicação política na sociedade midiaticizada:
um estudo do embate do presidente Jair Bolsonaro (PSL)
com a jornalista Míriam Leitão**

*Political communication in mediatized society:
a study of the clash between President Jair Bolsonaro (PSL)
and journalist Míriam Leitão*

Mayra Regina COIMBRA¹
Mariane Motta de CAMPOS²

Resumo

O presente artigo busca analisar um estudo de caso envolvendo a polêmica do presidente Jair Bolsonaro (PSL) com a jornalista Míriam Leitão, ocorrida no dia 19 de julho de 2019, na qual afirmou que a jornalista integrava a luta armada durante a Ditadura Militar e questionou se ela havia mesmo sofrido tortura durante o regime. O objetivo da pesquisa é discutir o encadeamento midiático (Primo, 2008) e analisar as rearticulações na estrutura midiática contemporânea. O encadeamento que interessa este trabalho é, principalmente, aquele que se dá entre *Twitter* – uma micro mídia digital – e a mídia de massa – jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Através da análise observa-se que não há como negar que as interfaces digitais propiciaram uma alteração significativa no processo de comunicação, dessa forma alguns questionamentos acerca da disputa dentro do campo da comunicação com o crescente uso das mídias digitais torna-se fundamental.

Palavras-Chave: Midiaticização. Jornalismo. Jair Bolsonaro. Míriam Leitão.

Abstract

This article seeks to analyze a case study involving the controversy of President Jair Bolsonaro (PSL) with journalist Míriam Leitão, which took place on July 19, 2019, in which he stated that the journalist was part of the armed struggle during the Military Dictatorship and questioned if she had even suffered torture during the regime. The objective of the research is to discuss the media chain (Primo, 2008) and to analyze the rearticulations in the contemporary media structure. The chain that interests this work is mainly that between Twitter - a micro digital media - and the mass media - *Folha de S. Paulo* and *O Globo* newspapers. Through the analysis it is observed that there is no

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: mayrarcoimbra@gmail.com.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP). E-mail: marianemottadecampos@hotmail.com.

denying that the digital interfaces provided a significant change in the communication process, thus some questions about the dispute within the field of communication with the growing use of digital media is essential.

Keywords: Mediatization. Journalism. Jair Bolsonaro. Míriam Leitão.

Introdução

Desde o início da vida em sociedade, a linguagem e a comunicação são aspectos que diferenciam o ser humano como um ser social e político, que cria formas simbólicas para manterem contato e estabelecerem regras sociais. Com a mídia, há uma intensificação da produção destas formas simbólicas, culminando hoje numa sociedade midiaticizada, em que as mídias permeiam o cotidiano dos indivíduos. (THOMPSON, 2009; BRAGA, 2012).

Com a ascensão da modernidade, observou-se a autonomização dos campos de saberes, que se fragmentaram em diversos campos sociais. E coube ao campo midiático o papel de “homogeneizador” social. Ele passou a organizar o caos, reorganizar os fragmentos e dar sentido ao mundo, conferindo visibilidade aos fatos e aos atores sociais (RODRIGUES, 1990). No entanto, se até algum tempo atrás podíamos falar na centralidade da mídia, hoje se discute o fato de estarmos vivenciando a sociedade midiaticizada. Isso se efetivou em decorrência, principalmente, da consolidação da internet e das mídias digitais (FAUSTO NETO, 2010).

Braga (2012) explica que o processo de midiaticização ataca a esfera da “legitimidade” dos campos sociais, fazendo com que eles reelaborem essa esfera de forma contínua. Se antes a narrativa jornalística conservava a noção de verdade, tão enraizada na percepção social e no próprio modo como o campo se constitui, agora nota-se que a internet e as redes sociais têm provocado novos questionamentos, ao mesmo tempo em que colocam em xeque o lugar de fala conquistado pelo campo jornalístico como instância de verdade. Isto, de certa forma, desestabilizou as relações de poder existentes e consolidadas nos campos simbólicos. No entanto, conforme aponta o autor, os campos de saber tentam se reorganizar para retomar a legitimidade e o poder que antes lhes eram conferidos. Da mesma forma, há que se ter cautela, porque não houve uma ruptura em termos de poder em relação aos sistemas midiáticos, mas reconfigurações.

Nesse sentido, com a popularização do ciberespaço, nota-se que novos agentes sociais começam a participar mais ativamente da realidade que os cerca. Eles estão expostos a mais informações e podem se tornar compartilhadores de conteúdo, ao mesmo tempo em que também podem ser produtores de bens simbólicos. Nota-se uma circularidade de informações, uma vez que a lógica das redes sociais implica uma rede de contatos horizontais, onde todos se comunicam com todos. Esse processo de circularidade tem como consequência o que Primo (2008) chama de “encadeamento midiático”, no qual nota-se um entrelaçamento de vozes (mídia de massa, mídia de nicho e micro mídia), propiciado pelas rearticulações na estrutura midiática contemporânea.

Diante dessa nova ambientação, este artigo se propõe estudar a estrutura midiática contemporânea e a interação social mediada tecnologicamente. Para tal, utilizou-se um estudo de caso envolvendo a polêmica do presidente Jair Bolsonaro com a jornalista Míriam Leitão, ocorrida no dia 19 de julho de 2019, na qual afirmou que a jornalista integrava a luta armada durante a Ditadura Militar. O objetivo da pesquisa é discutir o encadeamento midiático (Primo, 2008) e analisar as rearticulações na estrutura midiática contemporânea. O encadeamento que interessa este trabalho é aquele que se dá entre *Twitter* – uma micro mídia digital – e a mídia de massa – jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*.

Da centralidade à sociedade midiaticizada

Com o advento da modernidade, cada vez mais, a instância comunicativa midiática foi assumindo um espaço de centralidade na vida social. Conforme explica Thompson (2009), há uma disseminação muito mais ampla das formas simbólicas e a emergência de novas formas de interação, mediadas tecnologicamente. Isso tende a se intensificar com os meios de comunicação massivos e mais especificamente no século XXI com as mídias digitais. De acordo com Braga (2012), durante muito tempo criou-se a impressão de uma exposição “direta” da sociedade à mídia, como entidade passiva em consequência desse elemento mediador. O indivíduo era visto como um sujeito passivo diante de todas as informações por ele consumidas. No entanto, o autor explica que, nos anos 80, Martín-Barbero formulou proposições relevantes para superar esse paradigma, ao levar em consideração a inserção cultural do receptor. Sua formulação aciona um

deslocamento do foco de atenção, no estudo das comunicações massivas: “dos meios às mediações”. Tal concepção pode ser articulada com os estudos que priorizam a recepção como um processo ativo e ligado ao contexto social e cultural, conforme aponta Thompson (2009).

Fausto Neto (2008, p.93) argumenta que, no período denominado “sociedade dos meios”, as mídias tinham uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos. Já na sociedade de midiatização, “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”. Sendo assim, o autor destaca que por essa e outras razões não se pode considerar “a mídia” como um corpo estranho na sociedade. O que se percebe agora é uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade.

Desse modo, Fausto Neto (2008) argumenta que o surgimento e posterior disseminação do acesso à internet – redes sociais e blogs - fez com que passássemos de uma “sociedade dos meios”, centrada nos meios de comunicação, na qual a transmissão da mensagem seguiria o caminho emissor para receptor; para uma “sociedade midiatizada”, em que os receptores são ativos no processo da comunicação. No entanto, esse processo de midiatização é um processo de dupla face, visto que a mídia se torna um campo “semi-independente” da sociedade, no qual os demais campos e instituições têm de se adaptar, obrigando, em maior ou menor grau, que os mesmos se submetam à sua lógica (BRAGA, 2012; HJARVARD, 2012). Assim, “a sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (HJARVARD, 2012, P. 54).

Há que se destacar também outra alteração decorrente do processo de midiatização social. Ele ataca a esfera de “legitimidade” dos campos sociais, fazendo com que eles reelaborem essa esfera de forma contínua (BRAGA, 2012). Antes, se era necessário passar pela grande mídia acontecimentos para se tornarem notícias, agora temos vários meios não tradicionais como o *Twitter*, *Facebook* e sites, como fonte primária de veiculação de informações.

A complexidade do processo de circulação midiática e os efeitos sociais

Tais concepções e fenômenos colocam em xeque o paradigma que permeou o campo da comunicação até os anos 70. Conforme explica França (2001), tinha uma visão unilateral do processo comunicativo, de um emissor com amplos poderes sobre uma massa facilmente manipulável. Tal visão é encontrada desde os estudos da chamada Escola Americana, como na Teoria Hipodérmica³, assim como na visão crítica dos pensadores da Escola de Frankfurt. Para França (2001), a partir dos anos 70, emerge um novo paradigma da comunicação, marcado pela circularidade, que entende que há uma interferência contínua do receptor no processo de produção das mensagens. Isso se torna ainda mais evidente com as mídias digitais, já que o receptor pode se transformar num produtor de conteúdo, compartilhador, assumindo papéis bem diferenciados.

Segundo Fausto Neto (2010), estamos vivendo uma nova “arquitetura comunicacional midiática”, marcada por uma nova relação entre produtores e receptores de mensagens, propondo assim novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais. Com o desenvolvimento das pesquisas, notou-se que a recepção “existe e age”. Nessa nova ambientação onde se percebe que os receptores se tornaram também ativos, o meio deixa de ser um local apenas de passagem e a circulação é vista como o espaço do acontecimento, como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação. “Torna-se, portanto, um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional, na prática social; e de descobertas, na investigação” (FAUSTO NETO, 2008, p. 38-39).

Ainda sobre a relação produção e recepção e a noção de circularidade, Fausto Neto (2008) destaca que é importante considerar que, nessa nova ambientação, o receptor faz seguir adiante as reações ao que recebe. Isso se deve não apenas da presença de novos meios, mas também ao fato de que os produtos circulantes produzidos pela “mídia de massa” são retomados em outros ambientes, que vão além da situação de recepção (o espectador diante da tela). Para Braga (2008), na medida que as interfaces sociais se encadeiam percebemos que as relações deslocam-se do modelo

³ A teoria hipodérmica também chamada de teoria da bala mágica, é um modelo da teoria da comunicação que compara uma mensagem a uma injeção de uma "seringa hipodérmica". Para este modelo, uma mensagem transmitida pela mídia é aceita e espalhada imediatamente e igualmente entre todos os receptores, provocando um efeito rápido e poderoso entre eles.

conversacional (comunicação reverberante, de ida-e-volta) para um processo de fluxo contínuo, sempre adiante.

Fausto Neto (2010) argumenta que no lugar da passagem automática da produção à recepção passa a emergir uma nova zona. No lugar dos contornos claros entre as delimitações de fronteiras dá-se lugar às interfaces. Sendo assim, mais pertinente do que pensarmos os campos sociais como espaço estruturado e organizado é compreendê-los como espaços de trocas, de fluxos e de processos, que interagem entre si e produzem diversas alterações sociais.

No âmbito do debate sobre circulação e interfaces, cabe aqui utilizar os estudos de Alex Primo (2008) e apresentar um conceito tão rico para a pesquisa em questão. Em sua obra, o autor discute sobre o impacto das interfaces digitais nos processos de circulação e debate de notícias. A partir de uma reflexão sobre a estrutura midiática contemporânea e a interação social mediada tecnologicamente, o autor apresenta o conceito de encadeamento midiático. O conceito de encadeamento midiático baseia-se na tipificação da mídia sugerida por Thornton (1996). Propõe três níveis midiáticos: mídia de massa, mídia de nicho e micro mídia. A proposta do nível micro mídia coloca-nos diante de uma grande descoberta. Thornton conceitua micro mídia como um “conjunto de meios de baixa circulação, que visam pequenos públicos” (PRIMO, 2008, p.7).

Segundo Primo (2008) é preciso que se compreenda a tipologia de Thornton para além da categorização de meios e levar em conta as condições de produção e recepção. Nos níveis massivos e de nicho, a produção depende de alto grau de investimento tanto em nível pessoal quanto em meios de produção. Já os produtos micro midiáticos são muitas vezes produzidos de modo quase artesanal e às vezes até por uma única pessoa, havendo assim grande intimidade dos produtores com o tipo de conteúdo produzido e também com suas audiências.

No entanto, Primo (2008) ressalta que, ao considerar os níveis midiáticos existentes atualmente, percebe-se que já não se pode supor uma relação mutuamente excludente entre eles. Pelo contrário, o que se percebe é que um nível recorre constantemente a outro seja para se pautar, para expandir sua atuação diante do seu público ou até mesmo para inspirar relatos e críticas a serem veiculados. É esta inter-relação entre os diferentes níveis que o autor chama de encadeamento midiático. Como exemplos, ele cita o caso de blogs que comentam novelas, jornais que tratam de temas

que se deram em debate na blogosfera, jornalistas que utilizam o *Twitter* para buscar novas pautas etc.

Estudo de caso: a polêmica de Jair Bolsonaro com a jornalista Míriam Leitão

As discussões sobre um novo paradigma da comunicação e a respeito de novos fluxos interativos entre produtores e receptores são fundamentais para o campo da Comunicação Política. Conforme explica Aggio (2011), desde a campanha de Barack Obama, as mídias digitais passaram a ter um papel estratégico na relação entre representantes e eleitores. Isso vem impactando não somente as campanhas eleitorais, mas o que se conceitua como campanha permanente, entendida como a confluência da comunicação governamental com a comunicação eleitoral e partidária (Martins, 2016).

Nesse sentido, tanto na disputa eleitoral de 2018 quanto nos seus seis primeiros meses de governo, Jair Bolsonaro (PSL) tornou-se um rico objeto de análise para se pensar as novas configurações da política numa nova ambiência midiática marcada pelo uso recorrente das mídias digitais. Deve-se entender que novas formas de comunicação, novas formas de interação, no campo da política, não apontam necessariamente para um novo fazer político, tendo em vista que Bolsonaro, apesar de usar as redes sociais como forma de manter um diálogo permanente com os seus eleitores, tem uma agenda política conservadora e ascendeu ao poder a partir de propostas alinhadas à concepção liberal em termos de mercado com o desmonte do Estado de bem estar social ao mesmo tempo que busca implantar uma série de medidas que remetem a uma visão tradicional em termos de costumes, inclusive com forte apoio de setores mais radicais da sociedade civil no âmbito religioso.

No que diz respeito a trajetória política, o presidente Jair Bolsonaro sempre colecionou polêmicas ao longo de sua carreira política, e agora, como Presidente da República, não tem sido diferente. É notória, desde o período eleitoral, a tentativa de utilizar circuitos alternativos para destituir o poder do campo jornalístico. Essa destituição tem se configurado em constantes ataques à imprensa. Em contrapartida, a mídia tem dado sinais de que confrontada pelo presidente, não vai aceitar que um político questione o funcionamento de seu campo e tem adotado uma postura crítica em relação ao governo Bolsonaro.

Recentemente, no dia 19 de julho, o presidente Jair Bolsonaro envolveu-se em outra polêmica com a imprensa. Durante um café da manhã com jornalistas estrangeiros, ao ser questionado sobre o episódio em que Míriam Leitão e seu marido, Sérgio Abranches, foi excluído da 13ª Feira do Livro de Jaraguá do Sul, em Santa Catarina, sob a alegação de que os convidados repudiavam à presença dos mesmos devido ao seu “viés ideológico”, Bolsonaro se disse aberto à liberdade de imprensa, disse que Míriam deveria aprender a receber críticas e afirmou que ela integrava a luta armada durante a Ditadura Militar. Ele chegou a questionar se ela havia mesmo sofrido tortura durante o regime e acrescentou dizendo que Míriam serve a um “império” que não tem mais “aquela força que tinha no passado”, em referência à mídia tradicional, que pratica jornalismo profissional. E, com o celular na mão, o presidente exaltou o que chamou de “mídia completamente livre”, em referência às redes sociais.

Mais do que espaço na grande mídia, tal declaração motivou uma ampla discussão no ciberespaço. Sendo assim, a pesquisa em questão visa a analisar a repercussão do embate entre o presidente e a instância midiática, buscando avaliar o impacto das interfaces digitais, mais especificamente o *Twitter*, nos processos de circulação e debate de notícias. O objetivo é discutir o encadeamento midiático (Primo, 2008) e analisar as rearticulações na estrutura midiática contemporânea.

Metodologia e *corpus* de análise

Buscando observar a ocorrência do encadeamento midiático em um dado período, acompanhou-se como o caso Bolsonaro e Míriam Leitão foram noticiados e discutidos em dois jornais nacionais – *Folha de S. Paulo* e *O Globo* - e no *Twitter*. A escolha deste caso se deu por envolver dois objetos que estão sendo discutidos em outras pesquisas sob perspectiva mais ampla: o campo político e a instância midiática. A escolha desses dois veículos se justifica por serem os dois jornais de maior circulação⁴ no País tanto no meio impresso quanto no meio digital.

Durante o mesmo período de análise dos jornais (19/07 e 20/07), coletou-se por meio do software TAGS v6.1.9., especializado em buscas de *hashtag* e perfis no *Twitter*, os *tweets* que mencionavam **#MíriamLeitão** e **#JornalNacional**. A escolha

⁴ Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-imprensa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/>>. Acesso em: 2 nov. 2018.

destas *hashtags* se deu pelo fato delas terem se mantido nos *Trending Topic* durante o dia do fato. Com estes dados, avaliou-se: 1) quantos *tweets* criticavam a cobertura da mídia; 2) quantos *tweets* comentavam positivamente a atuação da cobertura da mídia; 3) quantidade de *tweets* que emitiam opiniões pessoais sobre o caso (contra ou a favor) e dentre estes, 4) quantos ofereciam *links* para outros sites. Os textos que apesar de terem a #MíriamLeitão e #JornalNacional, mas não se referiam ao episódio estudado foram classificados na categoria, Outros. Vale destacar que um mesmo *tweet* pode se encaixar em mais de uma categoria.

O discurso dos meios de comunicação de massa

Sobre os veículos noticiosos, foram analisadas as versões impressas e digitais dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo* no dia 19 e 20 de julho de 2019, a fim de verificar como o caso reverberou nestes espaços. O jornal *Folha de S. Paulo* publicou apenas uma notícia sobre o assunto, no dia 20 de julho. Com o título “Para Bolsonaro, imprensa distorce suas declarações e sente saudades do PT”⁵, o jornal apresenta as explicações feitas pelo presidente sobre o ataque a jornalista Míriam Leitão e a outras declarações polêmicas como a de que não há fome no Brasil e o fato dele ter chamado os governadores nordestinos de “paraíba”.

Um fato que merece ser mencionado é que o próprio jornal recorre ao *Twitter* do presidente para obter a declaração do mesmo sobre o fato e para a construção da matéria. Nota-se, como discutido anteriormente, as mudanças e as reconfigurações sofridas no campo da comunicação em função dessa nova ambiência, na qual os fluxos midiáticos estão sendo marcados por alterações nas suas dinâmicas. Se antes a mídia era tida como campo legítimo de fala, a única capaz de produzir mensagens e informações, agora se observa um processo inverso. Ela perde seu lugar de detentora do discurso da verdade, deixa de ser apenas produtora de conteúdo e passa a se pautar por ferramentas de comunicação da cultura digital, para a construção de suas notícias. Vale destacar que o presidente Bolsonaro desde o período de campanha e agora mais intensamente, tem se dedicado a utilizar circuitos alternativos para a destituição do poder do campo jornalístico.

⁵ Para Bolsonaro, imprensa distorce suas declarações e sente saudades do PT <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/07/para-bolsonaro-imprensa-distorce-suas-declaracoes-e-sente-saudades-do-pt.shtml>>. Último acesso em 29 de julho de 2019.

Já o jornal *O Globo* publicou duas notícias sobre o fato. Ambas no dia 20 de julho, com o título “Bolsonaro usa informações falsas para atacar a jornalista Míriam Leitão”⁶ e “Em defesa da liberdade de expressão”⁷. A primeira matéria trata-se da versão da jornalista Míriam Leitão sobre o fato, na qual ela tem a oportunidade de se defender. Anexo a essa versão, o jornal apresenta também a nota do Grupo Globo que afirma que os ataques sofridos tanto no passado, pelo Partido dos Trabalhadores e pelo ex-presidente Lula, como agora, por Jair Bolsonaro, são a prova das virtudes da jornalista, da sua independência profissional. E afirma ser esta a parte fundamental que move a emissora e os profissionais que nela estão e se solidarizam com a companheira.

“Em defesa da liberdade de expressão” trata-se de um artigo escrito por Merval Pereira⁸ em que ele menciona as declarações polêmicas do presidente em relação à jornalista Míriam e sobre a intervenção do governo na Agência Nacional de Cinema (Ancine). Além de se mostrar revoltado com a atitude de Bolsonaro, Merval relembra os ataques desferidos à Míriam e a outros jornalistas por petistas e pelo ex-presidente Lula, quando estava no cargo. Ele destaca o alastramento dessa cultura do ódio em relação à imprensa brasileira e afirma ser necessário estar atento à defesa da liberdade de expressão e condena qualquer forma de censura, venha de onde vier. “Qualquer ameaça à livre expressão e à pluralidade de manifestações culturais constitui um lamentável retrocesso a um obscurantismo que não deve ser tolerado” (O GLOBO, 20 de julho de 2019). Tais matérias reforçam as afirmações feitas por Braga (2012), de que os campos de saberes ao se verem em risco, tentam se reorganizar para fim de retomar a legitimidade e o poder que antes lhes eram confiados. Ao ser atacada e colocada em xeque, a mídia se organiza para também atacar e recuperar seu lugar de destaque.

⁶ Bolsonaro usa informações falsas para atacar a jornalista <<https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-usa-informacoes-falsas-para-atacar-jornalista-miriam-leitao-23819501>>. Último acesso em 29 de julho de 2019.

⁷ Em defesa da liberdade de expressão <<https://blogs.oglobo.globo.com/merval-pereira/post/em-defesa-da-liberdade-de-expressao.html>>. Último acesso em 29 de julho de 2019.

⁸ Merval Pereira participa do Conselho Editorial do Grupo Globo. É membro das Academias Brasileira de Letras, Brasileira de Filosofia e de Ciências de Lisboa.

O Discurso da Micromídia de Comunicação Digital: *Twitter*

O total de *tweets* postado no dia 19 de julho de 2019 com a #MíriamLeitão foi de 424. Já no dia seguinte, o total foi de 355 *tweets*. Os *tweets* do dia 19 não puderam ser analisados em sua maioria, visto que eles se referiam ao episódio em que Míriam Leitão entrevistou Fernando Haddad para o canal da Globo News, na noite do dia 18 de julho. O desdobramento da discussão nas redes aconteceu em especial no dia 19. Quase nenhum debate sobre a polêmica envolvendo Jair Bolsonaro e a jornalista Míriam Leitão apareceu no *Twitter* neste dia. Dos 427 *tweets* postados com a #MíriamLeitão, 423 (99%) estavam se referindo à repercussão da entrevista com Haddad. Apenas quatro *tweets* (1%) emitia a opinião dos internautas sobre o caso aqui estudado, e todas as opiniões apresentadas eram contra à jornalista. Um único *tweet* (0,2%) foi identificado como crítico à mídia. Do total de 427, 350 *tweets* (82%) apresentavam *links* para outros sites, em sua maioria o *link* direcionava a entrevista de Fernando Haddad com Míriam Leitão. No entanto, não é o que nos interessa nesse estudo.

No dia 20 de julho, de um total de 355 *tweets*, com a #MíriamLeitão, identificou-se 65 postagens (18%) com tom crítico a respeito da cobertura midiática sobre o caso e 94 *tweets* (26%) se referiam a pessoas fazendo comentários positivos em relação à atuação midiática. A maior parte dos *tweets* estavam relacionadas à opinião das pessoas em relação ao fato, somando 187 *tweets* (53%). Destes, 62 eram contra a figura da jornalista Míriam Leitão e 125 a favor da mesma. A categoria outros somou um total de 68 *tweets* (19%). Do total de 355 *tweets*, 101 (28%) ofereciam links para outros sites.

Nota-se que tal *hashtag* na discussão do caso Jair Bolsonaro e Míriam Leitão acionou em maior grau a opinião pessoal dos usuários da rede, 53% dos *tweets*. É importante notar que os internautas não se limitaram apenas a reproduzir notícias e oferecer links para grandes sites e portais jornalísticos. Neste dia, o acionamento de *links* correspondeu a apenas 28%. Mais do que isso, os números mostram que as pessoas se interessavam em dar sua posição sobre o assunto (187 *tweets* – 53%) e se posicionar seja criticamente ou não sobre a atuação da mídia. Isso nos revela algo muito importante. Se antes a imprensa era tida como “cão de guarda” (*watchdog*), que age em defesa dos interesses dos cidadãos e busca promover um controle extremo das

atividades do governo em nome dos cidadãos (ALBUQUERQUE, 2010) agora, com o uso das redes sociais, o público passa também a exercer a função *watchdog* em relação não só ao campo político, mas também ao campo jornalístico.

O total de *tweets* postado no dia 19 de julho de 2019 com a #JornalNacional foi de 153. Já no dia seguinte, o total foi de 1173 *tweets*. Os *tweets* do dia 19 não puderam ser analisados visto que todos eles se encaixaram na categoria Outros, pois estavam se referindo a outras notícias divulgadas pelo *Jornal Nacional* naquela noite, como o ataque de Bolsonaro à Agência Nacional de Cinema (Ancine), a escolha do seu filho Flávio como embaixador do Estados Unidos, além de postagens replicando a audiência dos canais televisivos de comunicação naquele dia.

No dia 20 de julho, de um total de 1173 *tweets*, com a #JornalNacional, identificou-se 332 postagens (28%) com tom crítico a respeito da cobertura midiática sobre o caso e 610 *tweets* (52%) se referiam a pessoas fazendo comentários positivos em relação à atuação midiática. A opinião das pessoas em relação ao fato somou 219 *tweets* (19%). Destes, 41 eram contra a figura da jornalista Míriam Leitão e 178 a favor da mesma. A categoria outros somou um total de 164 *tweets* (14%). Do total de 1173 *tweets*, 806 (69%) ofereciam links para outros sites.

Como apontado na análise dos veículos noticiosos, observa-se que eles se pautam em ferramentas de comunicação digital para produção de conteúdo, mas o contrário também acontece, o que evidencia a noção de circularidade da comunicação e de que os receptores exercem poder de influência sobre a mídia (THOMPSON, 2009; BRAGA, 2008). Como se observa, a categoria mais acionada neste dia, com essa *hashtag*, foi o uso de *links* para outros sites, em especial o *link* que direcionava ao vídeo da nota divulgada pela Rede Globo e lida pela apresentadora Renata Vasconcelos ao vivo no fim da edição do *Jornal Nacional*. Assim como afirma Primo (2008), tanto as mídias de massa como as micro mídias estão envolvidas em uma relação simbiótica, em um processo de encadeamento, na qual blogs podem se basear na mídia de massa, bem como a mídia de massa pode se basear em blogs. O que se percebe neste estudo de caso é que, ao comentar um fato no *Twitter*, os internautas reproduzem discussões apresentadas no plano dos *media* e inclusive compartilham o seu conteúdo na rede, por meio de *links*. Isso reforça também o argumento da circularidade apresentado por (FRANÇA, 2001; BRAGA, 2012), de que as mídias digitais facilitaram o processo de interferência contínua do receptor no processo de produção das mensagens. Nota-se,

nesse caso, que os receptores se transformaram também em produtores e compartilhadores de conteúdo, assumindo papéis antes improváveis.

Ao atacar a mídia, os usuários da rede utilizam fortemente o argumento de que o *Jornal Nacional* e a emissora Globo não são imparciais. Os ataques feitos à jornalista Míriam Leitão, em sua maioria, têm esse mesmo tom. O que se percebe é que os campos antes considerados uniformes e dotados de autonomia, agora se encontram mais fragilizados em decorrência da dinâmica de fluxos e atravessamentos que lhes são inerentes dos processos ocorridos atualmente. O campo da comunicação é um exemplo. Por muito tempo foi considerado um campo central, por onde outros campos circulavam para que fizesse sentido. Tais evidências colocam em xeque também as discussões sobre a hegemonia da Globo na condição de maior conglomerado de mídia do país. Se na era das mídias massivas, a TV era detentora de grande poder simbólico, mesclado aos poderes político e econômico, o que se percebe, nos dias atuais, é uma quebra deste poder em função de uma grande variedade de veículos midiáticos. São novos circuitos informativos e comunicacionais que entram em disputa com as mídias tradicionais, sem, claro, negligenciar o poder que os conglomerados midiáticos ainda mantêm num país como o Brasil, em que há uma forte concentração em poucos grupos, como a Globo. (LIMA, 2006).

Nesse sentido, atualmente, tal perspectiva já se encontra ameaçada pelos atravessamentos do processo de circulação, que recentemente tem colocado em xeque os meios tradicionais em decorrência das redes sociais. O sentido de verdade, antes atribuído inerentemente à mídia, hoje em alguns casos se vê transferido a outros campos e a outras plataformas. E mais, a própria mídia tem sido objeto de desconfiança por parte dos indivíduos.

Considerações finais

A partir do material analisado, foi possível observar como as ferramentas digitais, em especial o *Twitter*, viabilizam processos comunicativos de mão dupla e não consistem em uma mera distribuição de informações, característica dos meios de massa e de grande parte da mídia de nicho. Enquanto a mídia massiva sempre trabalhou no modelo “um para muitos”, as tecnologias digitais fazem emergir o modelo de comunicação “muitos-muitos”. Qualquer um que tenha acesso à rede pode dizer alguma

coisa, por um investimento muito baixo se comparado às demandas econômicas necessárias para a abertura e manutenção dos meios de comunicação de massa. Além de não precisar de concessões políticas, como funciona com emissoras de rádio e televisão. Por meio da análise, foi possível observar como o material produzido por “indivíduos anônimos” foram amplamente difundidos e compartilhado nas redes.

Por meio deste trabalho, é possível inferir também que existe atualmente uma relação simbiótica entre os níveis midiáticos (mídia de massa, mídia nicho e micro mídia). Essa relação consiste em um jogo de forças, onde ora a mídia de massa se abastece do material presente na micro mídia e ora o inverso também acontece. Não há como negar também que as interfaces digitais propiciaram uma alteração significativa no processo de comunicação. O processo de circulação, antes compreendido apenas como passagem de algo do emissor ao receptor, alterou-se e trouxe importantes mudanças que se refletiram socialmente. Com a percepção de que agora os receptores são indivíduos ativos, capazes não só de receber, mas também produzir informação, a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação dos sujeitos.

O desenvolvimento das mídias digitais facilitou a livre circulação de informações em escala global, ampliaram o debate público sobre assuntos relevantes ou não e permitiram a exposição de opiniões críticas por pessoas sem qualquer formação jornalística ou envolvimento com instituições midiáticas. No entanto, cabe aqui ressaltar que não existe radicalismo de acreditar que alcançamos um estágio perfeito, transparente e que as mídias tradicionais perderam sua força. O que pode ser afirmado é que, neste espaço, produtores e receptores se encontram em jogos complexos, na qual há uma mudança estrutural evidente e que merece ser investigada.

Inegavelmente, essas novas condições de circulação acabam afetando as lógicas das instituições antes tidas exclusivamente como produtores de conteúdo, fazendo com que as mesmas se organizem para uma adaptação em função dessa nova ambiência. Cabe a nós pesquisadores compreender ao longo do processo os efeitos produzidos por essas mudanças e como elas impactam o nosso dia-a-dia, fazendo a ressalva de que as mídias digitais estão inseridas num contexto social, político, econômico e cultural que ainda compartilha, em grande parte, de uma agenda conservadora, o que aponta para a complexidade da sociedade midiaticizada, tecnologicamente avançada, mas que, em algumas situações, torna-se uma disputa de sentidos e de poder entre grupos que

defendem uma pauta de manutenção do status quo *versus* os que se inserem num movimento contra hegemônico.

Referências

AGGIO, C. de O. Internet, eleições e participação: questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanhas Online. In: GOMES, W.; MAIA, R.; MARQUES, F. J. (Org.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, p. 175-196.

ALBUQUERQUE, Afonso de. "As três faces do quarto poder." In: MIGUEL, Luís Felipe & BIROLI, Flávia. **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: HUCITEC (2010): 92-104.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M.A.; JANOTTI JÚNIOR, J.; e JACKS, N. (Orgs). **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p.29-52.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. In: **Matrizes**. São Paulo, v.1, n.2, p. 89-105, abril.2008.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (Orgs). **Mediatización, sociedad y sentido**: dilálogos entre Brasil y Argentina. Rosario, Argentina. Departamento de Ciencias da Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010, p.2-15.

FRANÇA, Vera Veiga et al. **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **Matrizes**. São Paulo, v.5, n.3, p.53-91, jan/jun, 2012.

LIMA, Venício de. **Mídia. Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

MARTINS, Thamiris Franco. **A Construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática**: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição. 2016. 243 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

PRIMO, A. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. In: **Galáxia (PUCSP)**, v. 16, p. 43-59, 2008)

RODRIGUES, A. D. **Estratégias de comunicação**. Lisboa: Presença Editorial, 1990.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

THORNTON, S. **Club Cultures**: Music, Media and Subcultural Capital. Hanover: Wesleyan University Press, 1996.