

Apropriações jornalísticas e possibilidades do ciberespaço: um estudo sobre o governo Temer¹

Júlia Müller PEREIRA²
Silvia Porto Meirelles LEITE³
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS

Resumo

O presente trabalho objetiva analisar as possibilidades de perfis de sites de redes sociais serem trabalhados como fontes jornalísticas, com um enfoque especial para perfis com potencial noticioso como o de Michel Temer no período em que foi presidente. Tal análise tem como motivação uma tendência mundial, ascendente junto das apropriações feitas pelos usuários quanto a disseminação de informações. Somando as descrições das fontes jornalísticas de Felipe Pena e Aldo Schmitz mais as considerações de Manuel Pinto das motivações deste grupo, oito textos-noticiosos foram selecionados, com recorte temporal de abril de 2017 à setembro de 2018. Assim, observou-se a necessidade, por parte dos jornalistas, de apresentarem informações que vão além do que os usuários possuem acesso nos sites de redes sociais, impondo um distanciamento das narrativas declaratórias.

Palavras-chave: ciberjornalismo; fonte jornalística; sites de redes sociais.

1. Introdução

O governo do 37º Presidente do Brasil durou dois anos, de 2016 a 2018. Fruto de um impeachment contra a ex-presidenta Dilma Rousseff, a presidência de Michel Temer alcançou os 82% de impopularidade⁴ entre os brasileiros, segundo o Datafolha. Os canais de comunicação considerados oficiais pelo Palácio do Planalto do então presidente iniciaram, assim, as buscas por formas de interagir e aproximar-se dos seus governados. Entre as ações, os perfis oficiais de Temer adotaram uma tendência mundial quando se fala de governantes da segunda década do século XXI: a utilização de sites de redes sociais para disseminar informações. Em consequência, esses informes possuem cunho

¹ Trabalho apresentado no IJ 1- Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduanda do curso de Jornalismo no Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Email: juliamullerr@gmail.com

³ Professora Adjunta do Curso de Jornalismo do Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Email: silviameirelles@gmail.com

⁴ Vide <https://oglobo.globo.com/brasil/datafolha-temer-bate-proprio-recorde-de-impopularidade-22763657>. Acesso em 20/02/2019

jornalístico, servindo aos interesses e demandas das redações que trabalham com as modalidades do ciberjornalismo⁵.

Enquanto presidente da república, Michel Temer esteve à frente do cargo de maior importância entre os governantes brasileiros. Contudo, dentro do ciberespaço e, mais especificamente nos sites de redes sociais, ele não passa de mais um usuário que adota suas características fundamentais de um ator com potencial para disseminar informações.

Nesse sentido, o presente estudo tem como finalidade analisar as possibilidades que possuem os usuários de redes sociais, adentrando para o espectro de divulgação de informações de cunho jornalístico, em especial perfis com potencial noticioso como o de Michel Temer no período em que foi presidente do Brasil. Como veremos, os usuários podem se tornar um canal informativo tão relevante aos demais pertencentes da rede quanto os portais online de jornalismo. Para que essa questão fique evidente, oito textos-notícias serão utilizados a fim de exemplificar como os usuários estão transformando o caminho em que o jornalista percorre para encontrar informações. A partir dessa evolução, as fontes jornalísticas podem ser encontradas em novos formatos, com características próprias do Ciberespaço.

As ditas informações de cunho jornalístico são os temas que se enquadram nos chamados “valores notícia” - critérios que auxiliam os profissionais para que enxerguem se um fato possui potencial para ser ou não noticiado. Embora que, com a adequação dos tradicionais jornais impressos para webjornais criou-se uma gama de portais que se apropriam de fatos somente quando lhes convêm. Nesses casos, os acontecimentos passaram a ser o que o jornalista quer ou não noticiar, de acordo com a linha editorial - que segue os modos de pensar e ideologias dos criadores e editores de cada portal. Pena (2006) lembra que alguns destes critérios são: a importância dos envolvidos; quantidade de pessoas envolvidas; e interesse nacional (PENA, 2006, p. 72).

Os oito textos-notícias em questão são fruto de uma divulgação de informações que provêm diretamente de um usuário, sendo que estas informações, em específico, são relevantes para as relações econômicas e políticas nacionais. Michel Temer, o usuário aqui em foco, publicou⁶ em suas redes sociais diversos vídeos em que trata de assuntos

⁵ Segundo Carla Schwingel (2012), a prática do ciberjornalismo se caracteriza como uma “modalidade jornalística no ciberespaço fundamentada pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas” (SCHWINGEL, 2012, p. 37).

⁶ Vale ressaltar que as informações divulgadas por esses perfis são, frequentemente, escritas e/ou revisadas pela Secretaria de Comunicação do Palácio do Planalto. Mas, aqui utilizamos o nome do então presidente para simplificar o canal comunicacional, já que, quando citado pelos jornais, a fonte em evidência era o presidencial.

como índices de desemprego, expectativas para o final do ano de 2017 e pronunciamentos oficiais sobre escândalos - fatos que se enquadram no que diz Pena. Nesse sentido, as fontes usadas para construir as notícias em questão são os vídeos.

A divulgação de informações que têm potencial noticioso, em um primeiro momento, pode ser encarada como uma ação positiva para a prática jornalística. Todavia, os portais de Ciberjornalismo ainda demonstram carências no trato das informações resultantes dos usuários, principalmente faltando com informações complementares aos vídeos em questão. A problemática abordada está na construção dos textos-notícias a partir da publicação dos vídeos informativos, momento em que os vídeos são tratados como a notícia, deixando de lado contextualizações dos fatos que são pertinentes e necessárias ao leitor. Além disso, a abrangência que a prática ganha, levando em conta que outros líderes também se utilizam de redes sociais para informar a população, é um problema a ser encarado.

1.1 Fontes Jornalísticas: conceitos e características

A fonte jornalística é um componente de importância única para o trato jornalístico de quaisquer informações, tanto que se faz essencial para demonstrar as mais plurais realidades – um dos cargos dos quais o jornalista é encarregado. Na visão de Pena (2006), o jornalismo constrói-se pelo medo do desconhecido, ou seja, pela curiosidade das pessoas em desanuviar o que não conhecem. Para complementar essa questão, Almeida (2010) vê a relação do jornalista e das fontes como uma ponte para a realidade e para os acontecimentos do mundo. Assim, insere-se a ideia de mutualidade de desejo, visando que tanto o jornalista quanto as fontes anseiam pela divulgação de determinados fatos.

Em princípio, uma fonte é uma pessoa consultada pelo repórter, com a função de enaltecer, esclarecer e ressaltar informações. Ou então, uma fonte pode ser consultada para que expresse sua opinião sobre determinado assunto. Pinto (2000) acrescenta que, além de pessoas, essas podem ser grupos, instituições, dados, falas ou documentos que pretendem, ao dar uma informação, “atingir os objetivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem” (Pinto, 2000, p. 282). Em suma, as fontes são seres que possuem interesses além do ato simples de informar, a questão aqui é apontar os possíveis

interesses de Michel Temer em divulgar as informações pelos canais oficiais do Palácio do Planalto. É preciso que enxerguemos além do ato de informar.

Para um estudo preciso acerca das fontes jornalísticas é preciso que destaquemos algumas tipificações de cada ator que emite uma informação. Para Pena (2006), as fontes oficiais são “as mais tendenciosas” (PENA, 2006, pág. 62) e que representam organizações como governos, instituições e empresas. Já Aldo Schmitz (2011) entende que as fontes realizam uma espécie de jogo de poderes com os jornalistas. Ao mesmo passo que os profissionais precisam das informações para construção de notícias, as fontes precisam desse contato para divulgar informações de seu interesse.

De um lado, o jornalista enfrenta as demandas do público que exige uma investigação rápida e precisa dos acontecimentos, de outro, precisa lidar com a raiz de onde provêm os ramos da informação. A função social do profissional está em informar, certificando as pessoas sobre a veracidade dos acontecimentos. Portanto, precisa, impreterivelmente, ter ligação direta com as fontes. Uma fonte noticiosa serve para auxiliar em uma pesquisa prévia sobre a pauta, investigação do tema e aprofundamento dos possíveis desdobramentos. Já no ciberespaço, as fontes possuem configurações diferentes do que conhecemos. As mudanças estão no formato no qual nos deparamos com as informações e os caminhos que são percorridos para que encontrá-la. A cultura da convergência (JENKINS, 2009), possibilita novas relações entre as diferentes tecnologias. Assim sendo, as fontes do Ciberespaço adotam características próprias da rede, como vídeos, imagens, áudios, *tweets* e *posts*. As informações pertinentes às pautas também podem ser encontradas no ciberespaço. Como ressalta Schwingel (2012), neste meio a publicação de conteúdos ocorre em larga escala e desde o começo do século deixa de ser uma fonte de consulta para tornar-se “uma nova mídia, um novo suporte, um novo meio de comunicação” (SCHWINGEL, 2012, pág. 13). Ou seja, a ferramenta evoluiu para um posto que vai além da merda consulta de informações, saindo do cargo de uma espécie de grande enciclopédia online.

Considerando as peculiaridades do ciberjornalismo, Machado (2002) descreve os internautas como difusores de informações, capazes de agregar de forma significativa novas possibilidades ao fazer jornalístico. Estas agregações estão no rompimento de limites físicos que ocorrem quando o jornalista pode acessar banco de dados, informações governamentais online - sem precisar contatar uma figura governamental - e entrar em contato com internautas pelos correios eletrônicos (MACHADO, 2002, p. 9).

Consequentemente é criado um regime democrático em que quaisquer internautas possuem a mesma oportunidade de informar, trazendo à tona, por exemplo, pautas como os movimentos sociais.

A partir dos autores empregues, entendemos que o trabalho com as fontes é essencial para o processo de produção jornalística, pois inclui e adequa os elementos necessários para a construção das narrativas. Destacando as particularidades do Ciberespaço é visto que os sites de redes sociais possuem múltiplas funcionalidades quando se trata de informações com potencial jornalístico. Por isso, consideramos de suma importância um trato único para esse tipo de informação, que consiga atingir de forma positiva os usuários que buscam conhecer os assuntos e entender os potenciais dos que desejam partilhar os assuntos que lhes pertencem.

2. Percurso metodológico e objeto de estudo

Como vimos, uma fonte pode ser tanto uma pessoa consultada por um repórter (ou organizações, empresas etc) quanto informações adentradas em elementos como áudios, imagens e vídeos. Como é característico do Ciberespaço, esses meios multimídia estão incorporados, em sua grande maioria, em sites de redes sociais. Por meio de postagens, ou *posts*, o usuário tem consigo o poder de alcançar outros com seus próprios interesses. A possibilidade de qualquer indivíduo pertencer à rede e receber atualizações sobre os assuntos e pessoas que lhe interessam diminui a fronteira entre a informação “em primeira mão” (BRUNS, 2011) e aproxima o internauta da fonte jornalística, podendo distanciá-lo dos veículos de comunicação formais. No presente trabalho, selecionamos como objeto de estudo o ex-presidente Michel Temer que, enquanto usuário, muito se alimentou das possibilidades do Ciberespaço.

A publicação de informações de cunho noticioso por meio dos portais oficiais de comunicação do então presidente deram liga para a construção de um elo entre a imprensa, Michel Temer e os usuários (seguidores). Assim sendo, selecionamos como recorte para exemplificar a questão oito textos-noticiosos que surgiram a partir de *posts* do presidencial. Em todas as situações escolhidas, as informações eram repassadas por meio de um vídeo. A data de publicação dos textos inicia em abril de 2017 e se estende até setembro de 2018.

Após escolha do recorte, buscamos webjornais que são referência entre os usuários⁷. Para isto, foram selecionados os jornais Estadão, Folha de São Paulo e O Globo, os portais de notícia Último Segundo (IG), G1 e HuffPost Brasil, além da revista Época Negócios (pertencente ao grupo Globo) e a Agência Brasil (EBC). A coleta dos materiais teve como foco dois períodos importantes durante o mandato de Michel Temer: os meses de impopularidade de Temer em 2017 e as eleições de 2018.

Em 2017, o governo do presidencialável possuía apenas 3% de aprovação, segundo pesquisa Ibope⁸, visto que o agravamento da situação coincidia com as estratégias de aproximação com os usuários (no caso, os brasileiros). Já durante a corrida para a sucessão da vaga de presidente do país, as propagandas dos candidatos incluíam ações que o governo de Temer estava envolvido. Como uma forma de defesa contra acusações dos candidatos Fernando Haddad, do PT, e Geraldo Alckmin, do PSDB, o presidencialável publicou três vídeos com falas esclarecendo algumas informações. Esses três vídeos foram geradores de textos-noticiosos que explicam o ocorrido aos leitores, por isso, selecionamos dois de portais online.

Posteriormente, foram aplicadas as afirmações de Pena (2006) e Schmitz (2011), ao apontar definições para as fontes, em busca de encontrar quais fontes eram vistas como oficiais e secundárias (aquelas que dão acesso a informações que contextualizam as situações em foco). Os textos-noticiosos foram organizados da seguinte forma:

Tabela 1: O vídeo como fonte oficial

Título do texto noticioso	Veículo	Fontes encontradas
Em mais um vídeo na rede social, Temer exalta dados econômicos e incentiva consumo	Estadão	Oficial: vídeo publicado por meio da página oficial no Facebook ⁹ , no dia 29/07/2017 Secundária: fontes do Planalto (expostas no texto)
Em novo vídeo, Temer pede para que Alckmin 'conte a verdade' sobre o apoio do PSDB ao governo	G1	Oficial: vídeo publicado por meio da página oficial no Twitter ¹⁰ , no dia 06/09/2018 Secundária: vídeo publicado no dia 05/09/2018

⁷ Além dos escolhidos serem referência no campo jornalístico devido a pertinente atuação na área, um dos critérios foi o número de acessos por cada endereço, baseado em uma pesquisa desenvolvida pela Amazon. Vide: <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>. Acessado em 20/02/2019.

⁸ Vide: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-09/popularidade-de-temer-tem-3-de-aprovacao-diz-pesquisa-cniibo>. Acessado em 20/02/2019.

⁹ Acesse em [facebook.com/MichelTemer](https://www.facebook.com/MichelTemer)

¹⁰ Acesse em [twitter.com/MichelTemer](https://www.twitter.com/MichelTemer)

Em vídeo em redes sociais, Temer diz que Brasil vai fechar 2017 em 'positivo'	Agência Brasil EBC	Oficial: vídeo publicado no dia 01/12/2017
Em vídeo, Temer diz que jamais tratou de 'negócios escusos' com a Odebrecht	Folha de São Paulo	Oficial: vídeo gravado no dia 13/04/2017 Secundária: executivos da Odebrecht (fonte oficial), auxiliares, documento da delação premiada de Márcio Faria (fonte oficioso) e nota do Palácio do Planalto (fonte institucional)
"Jamais colocaria minha biografia em risco", diz Temer após acusação de delator	Último Segundo IG	Oficial: vídeo gravado no dia 13/04/2017 Secundária: documento da delação premiada de Márcio Faria (fonte oficioso)
Temer divulga vídeo dizendo que nova lei trabalhista leva o Brasil ao século XXI	O Globo	Oficial: vídeo gravado no dia 11/11/2017
Temer faz vídeo para Haddad e recomenda 'leia a Constituição'	Huffpost Brasil	Oficial: vídeo publicado no dia 06/09/2018 Secundária: vídeos publicados nos dias 05/09/2018 e 06/09/2018
Temer grava vídeo atacando Joesley e fala em punição a criminosos	Época Negócios	Oficial: vídeo gravado no dia 19/06/2017 Primária: falas de Michel Temer Secundária: Joesley Batista

Conseguimos visualizar, portanto, a presença de sete vídeos distintos empregues como fontes oficiais que dão suporte às informações dos textos. Além de outros dois empregues como fontes secundárias. Também, o lide, título e as citações diretas encontradas no material coletado foram determinantes para alcançar os resultados que serão apontados a seguir.

3. Apropriações jornalísticas no ciberespaço

Usar as informações que estão servidas nos sites de redes sociais parece, em vezes, o melhor caminho para o jornalista estruturar os textos-noticiosos. Embora seja válido apropriar-se dos *posts* online como um ponto de partida é preciso entender que os demais usuários também possuem acesso a essas informações. Assim sendo, apropriar-se de, por exemplo um *tweet* por mera facilidade de exposição do que foi dito, pode culminar em uma notícia com poucos cenários contextualizadores ao leitor. É preciso compreender que aquilo que temos acesso nos sites de redes sociais é público, ou seja, todos interessado

também possuem. O leitor precisa entender, então, que os conteúdos que são a notícia - como é exemplo os vídeos de Michel Temer - também podem ser acessados por ele nas próprias páginas de redes sociais.

Ao longo dos textos noticiosos propostos, alguns trechos são essenciais para exhibir o caminho percorrido nos sites de redes sociais pelo jornalista a fim de encontrar a fonte empregue em cada texto. Ademais, esses trechos também são confusos ao leitor quando não especificam de que modo as fontes primárias foram consultadas. Por exemplo, quando a Folha de São Paulo¹¹ escreve no lide da notícia que “o presidente Michel Temer decidiu se defender publicamente das acusações [...]”, pode-se entender que foi realizada uma entrevista coletiva ou um pronunciamento oficial do governo. Todavia, no parágrafo seguinte, é dito que “o peemedebista gravou um vídeo na tarde desta quinta-feira (13), que será divulgado nas redes sociais, em que contesta as delações e diz que [...]” e assim visualiza-se que a origem da informação é o vídeo do então presidente, que posteriormente seria divulgado e poderá ser acessado pelos leitores.

Outro exemplo é o modo como a Época Negócios¹² expõe a origem da fonte no último parágrafo da notícia intitulada “Temer grava vídeo atacando Joesley e fala em punição a criminosos”. Nela é dito que “a gravação do vídeo, de quatro minutos, foi feita no Palácio da Alvorada, e será divulgada na tarde desta segunda-feira, data do seu embarque. No vídeo, Temer também falará [...]”, de modo que acentua que as informações foram retiradas de vídeos divulgados pelas redes sociais da figura presidencial, ao invés de entrevista física e presencial entre jornalista e fonte.

Outras contextualizações também enfatizam a origem das informações, os lides dos textos apresentados inserem esse esclarecimento, cada um a maneira do veículo e de acordo com o viés da notícia. Tendo como exemplo, o jornal Estadão¹³ inicia o texto fazendo um jogo de informações entre a origem (vídeo) e os dados retirados dela.

Com um visual mais informal, de camisa azul, sem gravata, o presidente Michel Temer publicou nas redes sociais neste sábado mais um vídeo exaltando indicadores econômicos e ações do governo. Com uma linguagem também mais

¹¹ Folha de São Paulo: “Em vídeo, Temer diz que jamais tratou de ‘negócios escusos’ com a Odebrecht”, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/04/1875357-michel-temer-grava-video-para-se-defender-de-acusacao-de-propina.shtml>. Acessado em: 01/10/2018.

¹² Época Negócios: “Temer grava vídeo atacando Joesley e fala em punição a criminosos”, disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2017/06/epoca-negocios-temer-grava-video-atacando-joesley-e-fala-em-punicao-a-criminosos.html>. Acessado em: 01/10/2018.

¹³ Estadão: “Em mais um vídeo na rede social, Temer exalta dados econômicos e incentiva consumo”, disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-mais-um-video-na-rede-social-temer-exalta-dados-economicos-e-incentiva-consumo,70001912984>. Acessado em: 01/10/2018.

informal, dirigindo-se ao telespectador como “minhas amigas e meus amigos”, Temer destacou que a inflação e os juros em queda podem incentivar o consumo.

Nesse trecho destacado do Jornal Estadão, a mediação do jornalista indica ao internauta o que observar no vídeo, como a vestimenta e a linguagem utilizada por Michel Temer. Esse tipo de descrição sobre o conteúdo do vídeo pode conduzir o olhar do internauta para determinado detalhe, o que pode ser irrelevante para as informações de fato noticiosas.

O Último Segundo - IG¹⁴ informa também no lide que as informações foram retiradas do ciberespaço, desta vez, com um texto simples e direto: “o presidente Michel Temer gravou vídeo na tarde desta quinta-feira (13) para se defender de acusações feitas por um dos ex-executivos da Odebrecht [...]”.

Os textos também apresentam citações diretas de falas de Michel Temer durante os minutos gravados. A Agência Brasil - EBC¹⁵ e o portal HuffPost Brasil¹⁶ colocam entre aspas as citações. O primeiro cita as falas acompanhadas das frases “disse o presidente”, enquanto o segundo escreve “E deixa um recado:” e transcreve duas frases da fala de Temer por completo. Já O Globo¹⁷ e a Folha de São Paulo, referem-se a citação de modo específico, “disse, Temer, trajando camisa azul sem gravata nem paletó, em pé em seu gabinete no Palácio do Planalto” e “ainda na gravação, o presidente diz [...]” são as explicações colocadas pelos veículos, respectivamente.

Fora esse modelo de citação das falas, inseridas durante o texto, o portal de notícias G1¹⁸ transcreve ao final do texto o que foi dito por Michel Temer no vídeo e publica na íntegra. Em itálico, os seis parágrafos não passam de uma exposição das exatas informações que o usuário pode acessar no perfil da Rede Social de Michel Temer.

Por fim, outro fator importante para a interpretação do leitor são os títulos destes textos noticiosos. Somente um dos oito textos analisados não apresenta a palavra “vídeo”

¹⁴ Último Segundo - IG: “‘Jamais colocaria minha biografia em risco’, diz Temer após acusação de delator”, disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2017-04-13/michel-temer-odebrecht.html>. Acessado em: 01/10/2018.

¹⁵ Agência Brasil: “Em vídeo em redes sociais, Temer diz que Brasil vai fechar 2017 em ‘positivo’”, disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-12/em-video-nas-redes-sociais-temer-diz-que-brasil-vai-fechar-2017-no-positivo>. Acessado em: 01/10/2018.

¹⁶ HuffPost Brasil: “Temer faz vídeo para Haddad e recomenda 'leia a Constituição’”, disponível em https://www.huffpostbrasil.com/2018/09/06/temer-faz-video-para-haddad-e-recomenda-leia-a-constituicao_a_23519295/. Acessado em 01/10/2018.

¹⁷ O Globo: “Temer divulga vídeo dizendo que nova lei trabalhista leva o Brasil ao século XXI”, disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/temer-divulga-video-dizendo-que-nova-lei-trabalhista-leva-brasil-ao-seculo-xxi-22059746>. Acessado em: 01/10/2018.

¹⁸ G1: “Em novo vídeo, Temer pede para que Alckmin 'conte a verdade' sobre o apoio do PSDB ao governo”, disponível em <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/06/em-novo-video-temer-pede-para-que-alckmin-conta-a-verdade-sobre-o-apoio-do-psdb-ao-governo.ghtml>. Acesso em 01/10/2018.

no título, trazendo as contextualizações sobre a origem da informação nos parágrafos que seguem. Especificar que as informações provêm do ciberespaço é mostrar ao leitor que a informação também pode ser encontrada pelo próprio.

Caso essa acentuação da origem da informação não ocorra, entende-se que o veículo consultou a fonte oficial diretamente, por meio de ligações telefônicas, encontros face a face, entrevistas coletivas ou pronunciamentos. Anterior à difusão da internet como auxílio para construção de pautas, era preciso que o jornalista fizesse contato direto com a fonte. Hoje, com a exposição da informação, esse contato é encurtado para as barreiras da rede e a disposição do conteúdo influencia diretamente na construção da notícia.

3.1 O problema no declaratório

A escolha das pautas está intrinsecamente relacionada com o que será o resultado final dado ao leitor: uma notícia. As pautas que apenas expõe um resumo do que disse uma figura pública por meio das redes sociais precisam levar até o leitor informações que vão além do que ele próprio já possui o acesso. Como afirma Bruns, “a mídia online especialmente possibilitou que as audiências pulassem por cima das publicações noticiosas para se conectar diretamente com as organizações, as instituições e os indivíduos que lhes interessam” (2011, p. 229). As notícias acima destrinchadas, por exemplo, são exemplos de peças que podemos chamar de narrativas declaratórias, nas quais apenas replicam o que já foi dito pelos protagonistas em questão.

Entre os oito textos-noticiosos apresentados são vários os aspectos que podem ser apontados para identificar uma pauta deste cunho. O primeiro ponto são os títulos, somente em um dos textos a palavra “vídeo” não é apresentada e, apesar disso, a pauta também tem como foco a exposição de algo dito nos produtos multimídia. Depois, as citações diretas colocadas nos parágrafos podem ser vistas como um equívoco, uma vez que os jornalistas retiraram as falas dos minutos publicados nas redes sociais oficiais de Michel Temer, ao invés de realizar entrevistas. Assim sendo, as citações destacam falas que os internautas possuem acesso e que, alguns parágrafos depois, podem assistir devido à incorporação do vídeo nas matérias.

Outro exemplo é a falta de informações que contextualizam o leitor a frente das informações dos textos-noticiosos, já que os informes tratam da economia e demais assuntos referentes ao país. Ou seja, de interesse público. A Folha de São Paulo dá exemplo de como incluir as informações que vão além do vídeo com os subtítulos

“Delação” e “Outro lado”. É de suma importância encontrar meios de ir além ao que leitor já tem acesso quando tratamos de informações públicas.

A fonte (vídeo) já está disponível ao internauta, então cabe ao jornalismo narrar a informação que está relacionada ao vídeo. Essa mediação não se resume a descrever o que está no vídeo, guiando o olhar do internauta para o que deve ser observado no conteúdo, também é importante trazer elementos como os desdobramentos da informação divulgada e as motivações da fonte ao disponibilizar o conteúdo noticiado. Serve a título de exemplo a abordagem feita pela Folha de São Paulo e O Último Segundo, na qual utilizaram a mesma fonte para criação de duas narrativas, semelhantes em aspectos de pirâmide invertida e diferentes nas informações que trazem outros contextos e desdobramentos.

Ao receber a informação por meio de canais públicos como o Twitter e o YouTube é possível realizar uma mediação jornalística apropriando-se destes conteúdos e discutindo uma narrativa que vai além do vídeo ou do *tweet*, buscando informar os leitores dos veículos sobre os acontecimentos. Como afirma Machado (2002), os internautas são fontes não menos importantes para o trato jornalístico.

Durante a interpretação dos acontecimentos “é preciso resistir à tentação de achar respostas prontas para examinar algo complexo como a interação entre dois agentes sociais” (ALMEIDA, 2010, pág. 38). Ou seja, deve-se buscar visões diferentes para construção da notícia ao invés de percorrer o caminho mais fácil. O ciberespaço traz diferentes caminhos para a busca de fontes que contribuam para o jornalista contar uma determinada história, o que vai além dos perfis oficiais e das fontes institucionais.

Assim sendo, a mediação do jornalismo está em interpretar e reescrever essas publicações que circulam pelo ciberespaço, a fim de encaminhar aos internautas as atualizações sobre os diversos contextos. A função primordial do jornalista está em informar, o mero repasse do que os governantes e figuras públicas divulgam deve ser deixado de lado.

4. Motivações da fonte: o que está por trás dos vídeos

O contato entre a fonte e o jornalista se dá pelo desejo mútuo em trazer à tona uma informação. No caso dos vídeos de Michel Temer, tanto a figura presidencial precisa divulgar as informações quanto o jornalista precisa informar ao leitor quais são as novas

implicações que estas trazem para o contexto atual. Essa relação não está isenta da parcialidade do emissor primordial da informação (fonte).

A fonte de qualquer informação nada mais é do que a subjetiva interpretação de um fato. Sua visão sobre determinado acontecimento está mediada pelos “óculos” de sua cultura, sua linguagem, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser diferenciada para seus próprios interesses (PENA, 2006, pág. 57)

Pinto (2000) afirma que as fontes possuem interesses e motivações que as levam a entrar em contato com os jornalistas e permitir o acesso dos media ao que desejam. Nesse sentido, os vídeos aqui em foco apresentam uma intenção e podem estar vinculados aos seis motivos que o autor aponta. Entre eles, o principal motivo é “a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção coletiva” (PINTO, 2000, p. 280), o que consolida a mediação do jornalista nas redes (MACHADO, 2002). Sobre essas motivações, Pinto escreve:

Há, hoje, claramente instituída, uma vasta e complexa teia de mecanismos, de instituições e de saberes, cujo propósito assumido é utilizar e, se possível, marcar a agenda dos media, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por essa via, atingir os objectivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem (PINTO, 2000, pág. 282).

A atenção midiática que a mediação ocasiona é essencial para os agentes da informação mantenham esse novo formato de relação jornalista-fonte, o que está baseado na disponibilização de conteúdos oficiais no ciberespaço. Um exemplo disto é que entre os seis textos analisados, dois tratam da mesma pauta - nesse caso, a figura presidencial utilizou um vídeo de rede social para se “defender publicamente”, como aponta a Folha de São Paulo, o que se enquadra nos valores noticiosos e deste modo, entra no radar da mediação.

Nesse caso, a defesa pública do governante foi um vídeo publicado na rede social Twitter, pode-se dizer que as motivações se adequam aos seguintes critérios: 1) “a visibilidade e atenção da mídia”; 2) “a neutralização de interesses de concorrentes ou adversários”; e 3) “a criação de uma imagem pública positiva” (PINTO, 2000, p. 280). Como resultado, a publicação do vídeo atingiu o esperado: a atenção dos veículos de comunicação, resultando nas narrativas construídas pelos jornalistas.

Não são poucos os exemplos de marcação da agenda pública por meio dos perfis oficiais de governantes. O presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, tomou posse do cargo em janeiro de 2017. Desde 2012 o presidente publica ativamente na rede social Twitter, as declarações vão de anúncios sobre a construção do muro na divisa entre o México e os EUA¹⁹ aos xingamentos contra a imprensa. Outro exemplo é o presidente da França, Emmanuel Macron. As manifestações do Movimento coletes amarelos iniciaram em outubro de 2018, com um grupo de trabalhadores organizados contra o aumento no preço dos combustíveis. A partir disso, a revolta passou a ser também contrária as ações de Macron. A defesa do presidente se deu pela conta oficial na rede social Twitter²⁰.

No Brasil, chamar a atenção dos media não ficou somente à cargo de Michel Temer enquanto presidente. O atual presidente, Jair Messias Bolsonaro, anunciou 14 dos 22 ministros para o governo iniciado em 2019. Nos 50 dias de transição - momento após o término da campanha eleitoral até a posse em janeiro de 2019 -, o presidente publicou cerca de 150 *tweets*, somando cerca de três ao dia²¹.

A marcação da agenda pública pelas apropriações do ciberespaço é um marco relevante para o jornalismo atual. Por isso, é indispensável para o jornalista entender a intencionalidade por trás das publicações espontânea desses emissores nos perfis oficiais. Assim como no meio físico, as informações que vão ao encontro do jornalista possuem uma significação do como e por que chegaram.

5. Conclusão

No momento em que o jornalista parece estar se adaptando aos novos formatos online de construção de pautas, surge um meio em que os internautas estão utilizando para informar uns aos outros. Estas informações podem ser de interesse público, gerando a construção de pautas e conseqüentemente, informando outros internautas presentes no ciberespaço. Pensando nisso, que textos-noticiosos são produzidos quando estes internautas-emissores disponibilizam informações de livre acesso a todos do ciberespaço?

¹⁹ Mais em: “No Twitter, Trump anuncia: “Vamos construir o muro!”, de Época Negócios, disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2017/01/epoca-negocios-no-twitter-trump-anuncia-vamos-construir-o-muro.html>. Acesso em 14/03/2019.

²⁰ Mais informações a respeito no balanço feito pela Folha de São Paulo depois do 13º dia de protestos, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/02/coletes-amarelos-voltam-as-ruas-da-franca-no-13o-dia-de-protestos.shtml> Acesso em: 14/03/2019. O *tweet* do então presidente francês alcançou mais de 7 mil usuários, de acordo com o número de curtidas. Disponível em: <https://twitter.com/EmmanuelMacron/status/1093987836464955395>. Acesso em 14/03/2019.

²¹ Mais em “Bolsonaro anuncia 14 de 22 ministros no twitter”, de O Globo, disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-anunciou-14-de-22-ministros-no-twitter-23324123>. Acesso em 14/03/2019.

A partir das premissas apresentadas por diferentes autores e por meio de um estudo de caso, a pesquisa centrou-se em apontar as apropriações que o jornalista e os veículos realizam sobre vídeos publicados nos perfis oficiais de Michel Temer, no Twitter e no Facebook. Com isso, foi possível constatar a presença de narrativas declaratórias, encarado como um problema para o ramo. Ademais, um estudo das notícias selecionadas fora realizado a fim de destacar os interesses por trás das publicações espontâneas do então presidente Michel Temer. Os jornalistas, antes detentores do poder informacional, agora estão lidando com agentes comunicacionais que também possuem e querem estabelecer esse poder por meio dos sites de redes sociais. A apropriação dos conteúdos propostos por esses agentes encaminha novas pautas que constroem uma significação a partir de informações que os internautas têm acesso antes mesmo da mediação jornalística.

Referências

ALMEIDA, Barbara Cristina Arato Mendes de. **Casamento de conveniência: a relação entre fontes e jornalistas** - Comunicação & Informação, v. 13, n.2: p. 30-40 - jul./dez. 2010.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo**. Brazilian Journalism Research, v. 7, n. 2, p. 224-247, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência** - 2ª ed. - São Paulo: Aleph, 2009.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas** - 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>>

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo** – 3. ed., 2ª reimpressão – São Paulo: Contexto, 2006.

PINTO, Manuel. **Fontes jornalísticas: contributo para o mapeamento do campo** - Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000, 277-294p. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5512>>

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo** - Florianópolis: Combook, 2011.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.