



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**JORNALISMO**

**TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA:  
O JORNAL NACIONAL E OS PROTESTOS DE JUNHO**

**GABRIELA GENTIL AMADEI**

**RIO DE JANEIRO**

**2016**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**JORNALISMO**

**TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA:  
O JORNAL NACIONAL E OS PROTESTOS DE JUNHO**

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**GABRIELA GENTIL AMADEI**

**Orientadora: Profa. Dra. Beatriz Becker**

**RIO DE JANEIRO**

**2016**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Telejornalismo na Era da Convergência: o Jornal Nacional e os Protestos de Junho**, elaborada por Gabriela Gentil Amadei.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Beatriz Becker  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Cristiane Henriques Costa  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação -. UFRJ

Profa. Dra. Consuelo da Luz Lins  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

AMADEI, Gabriela Gentil.

Telejornalismo na Era da Convergência: o Jornal Nacional e os Protestos de Junho. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo)  
– Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de  
Comunicação – ECO.

Orientadora: Beatriz Becker

## AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho à minha família, Denise, Sthenyo e Carolina, minha família amada que sempre foi meu motor motivador.

Também aos meus avós maternos, Marly e Paschoal, e à Dinda, pela vida recheada de carinho, admiração e acolhimento que me proporcionaram.

À Luciana e Júlia, por todo o apoio sempre, pelas conversas dentro e fora das salas de aula que me fizeram crescer constantemente e pela amizade inabalável durante todos esses anos em percorrermos esse caminho juntas.

Ao Felipe, meu grande parceiro de conquistas, amor e crescimento ao longo de todos os meus anos universitários.

Agradecimento especial à Prof. Beatriz Becker, por me apresentar à pesquisa científica durante os dois anos em que trabalhei enquanto sua bolsista e por toda força e paciência para que este trabalho fosse o melhor possível.

AMADEI, Gabriela Gentil. **Telejornalismo na Era da Convergência: o Jornal Nacional e as Manifestações de Junho**. Orientadora: Beatriz Becker. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## **RESUMO**

A partir da hipótese de que os recursos e ferramentas da internet e das mídias sociais não modificaram a função objetiva e subjetiva do telejornalismo brasileiro, é analisada a cobertura do Jornal Nacional sobre as manifestações de junho e a atuação do telejornal de maior audiência no País no ambiente midiático em que está inserido no período de treze à vinte de dois de junho de 2013. A análise televisual dos conteúdos e formatos audiovisuais noticiosos busca identificar características atuais de linguagem telejornalística e a maneira com que as audiências intervêm no processo produtivo, por meio de um estudo de seus depoimentos na página do Facebook do noticiário. Associada a revisão bibliográfica realizada sobre a Comunicação e Cultura na contemporaneidade, esta análise revela a centralidade ainda exercida pela televisão e pelo telejornalismo na mídia, os quais se constituem como referências de informação e entretenimento para a sociedade brasileira.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. COMUNICAÇÃO E CULTURA: A MEDIAÇÃO DOS MEIOS.....	11
2.1 CULTURA E HEGEMONIA.....	12
2.2 SUBJETIVIDADE E O RECONHECIMENTO DO REAL.....	16
2.3 CONTROLE SOCIAL E REPRESENTAÇÃO.....	20
3. REPENSANDO A TELEVISÃO – A TRANSFORMAÇÃO DA TV COMO VEÍCULO DE MASSA.....	23
3.1 TELEVISÃO CONTEMPORÂNEA.....	23
3.2 CONFIGURAÇÃO DA TV.....	25
3.3 TELEJORNALISMO: LUGAR DE REFERÊNCIA.....	27
3.4 LINGUAGEM DO TELEJORNAL.....	30
3.5 MÍDIAS SOCIAIS E A EXPANSÃO DO AMBIENTE MIDIÁTICO.....	33
4. ESTUDO DE CASO: COBERTURA DO JN DOS PROTESTOS DE JUNHO.....	37
4.1 METODOLOGIA.....	37
4.2. A COBERTURA DO JN E SUAS INTERAÇÕES COM AS MÍDIAS DIGITAIS.....	39
4.2.1 G1.....	41
4.2.2 TWITTER.....	43
4.2.3 FACEBOOK.....	45
4.2.4 SMARTPHONE.....	47
4.3 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
7. ANEXO A.....	57

## 1. INTRODUÇÃO

A televisão é um sistema de transmissão muito potente que se consolidou como o principal veículo de massa a partir do final do século XX. A sua linguagem em áudio e vídeo modificou a percepção dos indivíduos e as formas de se relacionar com as experiências do cotidiano. A presença da tevê nos lares de milhões de pessoas em todo o mundo redefiniu a potência da comunicação midiática, através de um veículo que se tornaria símbolo da evolução tecnológica e parâmetro para as próximas gerações, que revolucionaram os meios de comunicação através da *web* por meio de seus usos e apropriações.

O interesse pelo estudo da televisão enquanto meio de comunicação surgiu de uma relação afetiva, estabelecida ao longo de uma vida inteira acompanhada pela telinha. A geração dos anos 1990 tem na televisão um dispositivo fundamental para a descoberta do mundo, que moldou as formas de ver, ouvir e perceber daqueles que cresceram na intimidade dos canais da TV aberta à TV a cabo, enquanto a geração dos anos 2000 cresce permeada pelos dispositivos móveis e a internet com wifi. Para a geração da década de 1990, a linguagem audiovisual se tornou cotidiana e também a principal forma de consumo de conhecimento e entretenimento.

Ao entrar na universidade, pude perceber que as experiências transmitidas na tela da televisão afetavam meu imaginário muito mais do que eu poderia supor por que o meio representava mais do que entretenimento. A televisão expressa um imaginário e uma consciência coletiva em âmbito local, nacional e internacional. No Brasil, um País com mais de 200 milhões de habitantes, cujas vidas são construídas até hoje sob influência das histórias contadas na tela da TV, o meio tem papel relevante em diferentes regiões, cidades e contextos culturais. Contudo, mesmo em um País de dimensões continentais como o Brasil e com uma população com abismos sociais tão alarmantes, muitos lares, independente de classe social ou região, consomem um mesmo conteúdo na tela da TV todos os dias. Das telenovelas ao telejornal, identifica-se a construção de uma identidade brasileira que produz um vínculo comum e oferece uma possibilidade de pertencimento à nação, ainda que ela seja elaborada por meio dos discursos da TV. Em meio a tanta desigualdade, a televisão também proporciona uma possibilidade mais democrática de acesso à informação e ao entretenimento, não é necessário saber ler ou escrever, pois a compreensão da linguagem é instintiva.



A partir de um impulso de tentar compreender o funcionamento e os modos da TV interferir na elaboração das subjetividades da sociedade brasileira a partir de seus modos de dizer a experiência cotidiana, ingressei em um estudo mais aprofundado deste meio como bolsista PIBIC, estudando um de seus maiores e mais prestigiados produtos: o telejornal. A confiança e a credibilidade que o telejornal impõe à sociedade brasileira parecia até então não poderem ser desconstruídas. É como se a realidade saltasse da tela, ou seria o contrário? Que tipo de realidade estava presente naquelas imagens? O que elas estavam falando? Por que elas são um elo tão importante na identidade coletiva de um país? Como se estabeleceu esse laço de confiança?

Foram essas questões que motivaram este trabalho, o qual resultou da experiência de contribuir para as pesquisas em telejornalismo desenvolvidas pela professora Beatriz Becker como bolsista PIBIC durante dois anos. O primeiro trabalho realizado para uma parte importante dessas investigações foi a coleta de dados sobre as manifestações de julho de 2013, mais especificamente, dos conteúdos audiovisuais jornalísticos veiculados pela TV e disponibilizados em outras mídias das organizações Globo. Esses dados foram sistematizados pela minha então orientadora e contribuíram para o avanço de suas reflexões críticas sobre as mediações da TV e das audiências nas transmissões de grandes acontecimentos televisivos e sobre os modos como as mídias emergentes interagem com os noticiários televisivos e vice-versa. Fiquei entusiasmada com os resultados desta etapa da pesquisa apontados por ela, os quais me inspiraram a realizar e refletir sobre o projeto desta monografia, cujo principal objetivo é discutir e questionar a centralidade dos noticiários televisivos na atualidade.

Assim, adotei como metodologia a Análise Televisual proposta pela professora Beatriz Becker para estudar os modos que os protestos de junho foram construídos como acontecimento histórico na Rede Globo, focalizando nesse estudo a cobertura do Jornal Nacional. A partir dos resultados encontrados, pude comprovar a hipótese de que a tevê e os noticiários televisivos ainda exercem centralidade em um ambiente digital em plena expansão, mesmo estando inserido cada vez mais neste ambiente, caracterizado pelo aumento do acesso à Internet e pelos usos de mídias sociais, o que em tese estaria garantindo uma maior multiplicidade de vozes na produção de conteúdos jornalísticos em áudio e vídeo.

O primeiro capítulo deste trabalho se debruça sobre a Comunicação e a Cultura. Seu propósito é tentar contextualizar a análise aqui proposta, por meio de reflexões sobre algumas questões necessárias para a melhor compreensão do que será refletido

nesta pesquisa, como indagações referentes ao real e ao virtual, assim como sobre conceitos e noções de representação e indústria cultural, por exemplo. A revisão bibliográfica realizada para a escrita deste capítulo permitiu que eu pudesse visitar autores e obras relevantes da área da Comunicação, que perpassaram toda a minha educação universitária, o que aguçou a minha visão crítica. A discussão baseada nos conceitos de ideologia, discurso e hegemonia foi fundamental para minha tentativa de compreender como a mídia e a cultura se encontram para juntas atuarem na construção do real através de seus dispositivos.

Os estudos culturais e de recepção de Stuart Hall são os alicerces para a elaboração do trabalho. O texto aqui presente é amparado constantemente em seus trabalhos, principalmente no que tange o processo comunicacional e o circuito dialético entre o emissor e o receptor. Em consonância, as contribuições de Norman Fairclough sobre discurso e hegemonia são centrais para este estudo, especialmente por tratarmos de veículos de massa e da subjetividade de suas mensagens que intervêm nas relações de poder. Os conhecimentos de Milton Pinto sobre semiótica e linguística também enriqueceram a construção do pensamento apresentado no segundo capítulo.

Já o terceiro capítulo, denominado de “Repensando a televisão – A transformação da TV como veículo de massa”, inicia-se com um panorama histórico do dispositivo em suas diferentes fases. Os ensinamentos de Umberto Eco são essenciais para diferenciar as etapas pelas quais o sistema televisivo atravessou, como a Paleotevê e a Neotevê, até que pudéssemos chegar ao modelo que buscamos identificar na contemporaneidade. A televisão possui características próprias que foram adquiridas ao longo de sua história e a sua modificação e expansão foi acompanhada não só pelos sistemas e grupos sociais que a regem, mas também pelas suas configurações em termos de linguagem, transmissão e desenvolvimento tecnológico. E ela se estabelece cada vez mais como um ator social relevante na sociedade.

Em um segundo momento, este capítulo focaliza o telejornalismo. Conceitos que são constantemente estudados por acadêmicos desse campo de conhecimento são abordados, como o lugar de referência do telejornal, fator importante para compreendê-lo enquanto elemento de construção coletiva de consciência. Também são analisadas as características e formatos que estruturam o modelo de telejornal apresentado até hoje e as transformações pelas quais ele passa para que mantenha a sua centralidade mesmo em uma conjuntura de expansão de ambiente midiático agressiva com a crescente acessibilidade à *web*. O propósito é pensar quais aspectos do telejornalismo

reconfiguram a televisão e colaboram tanto para a sua expansão quanto para o modelo de produção jornalística formatado pelo telejornal, refletindo sobre suas características de linguagem e sobre os atores sociais e lugares de fala nele presentes.

O quarto capítulo é a apresentação e construção do estudo de caso sobre os protestos de junho de 2013. A metodologia selecionada foi a análise televisual (BECKER, 2012) por permitir uma análise crítica e ampla dos diferentes conteúdos e formatos multimídia que se apresentaram, como mencionado. Para a realização da análise televisual foi necessária a coleta de todo o conteúdo disponibilizado pelo Jornal Nacional durante o período de 13 à 22 de junho de 2013, apresentada neste capítulo, reunindo uma análise qualitativa e quantitativa dos dados apurados. Além da gravação das edições, foram também coletados materiais em todas as plataformas online em que o telejornal estava presente: G1 (site do JN), Facebook oficial, Twitter oficial e os aplicativos para smartphone da Globo, nos quais era possível acessar o conteúdo do jornal. A partir da compreensão do ambiente midiático em que o JN estava inserido, foi possível analisar os modos do telejornal se relacionar com cada uma das mídias com as quais ele interagia; identificar de que formas seus conteúdos são disponibilizados e verificar se a produção, circulação e consumo do material em áudio e vídeo se modifica a partir de uma participação maior das audiências.

As manifestações de junho são um estudo de caso importante, pois a cobertura do acontecimento pelos veículos da grande mídia (ou mídia tradicional) foi extremamente retaliada pelas vozes das ruas e pela primeira vez houve um questionamento significativo sobre o jornalismo praticado por eles. Ao mesmo tempo grupos de mídia independentes, que estavam presentes nas ruas e realizavam uma cobertura muito mais orgânica, ganharam força através das redes sociais e passaram a disputar a leitura do acontecimento. Foi possível observar que ao longo da transmissão dos protestos ocorreu uma mudança na postura do telejornal, que se flexibilizou na tentativa de corresponder às demandas dos manifestantes.

## 2. COMUNICAÇÃO E CULTURA – A MEDIAÇÃO DOS MEIOS

A era moderna apresentou novos paradigmas que transformaram a forma de pensar, agir e de estabelecer relações sociais, econômicas e culturais na atualidade. Os adventos tecnológicos da pós revolução industrial permitiram que o mundo estreitasse suas interações não só fisicamente, mas também elevasse o nível da comunicação a um novo universo societário da representação, da estética e das interações entre indivíduos e comunidades no ambiente virtual. O desenvolvimento do capitalismo moderno intensificou a sociedade globalizada ancorada pelos poderes dominantes na entrada no século XXI. O objetivo deste capítulo é refletir sobre o papel da Cultura e da Comunicação para que possamos avançar com mais precisão sobre o papel da televisão e da linguagem audiovisual na contemporaneidade. Neste sentido, este capítulo pretende discutir como a cultura também se posicionou como orientadora da dinâmica global do hipercapitalismo e o papel que a comunicação exerce nessa nova orientação, como sugerem Lipovetsky e Serroy:

A cultura que caracteriza a época hipermoderna não é mais o conjunto das normas sociais herdadas do passado e da tradição (a cultura no sentido antropológico), nem mesmo o “pequeno mundo” das artes e das letras (a alta cultura); ela se tornou um setor econômico em plena expansão, a tal ponto considerável que se chega a falar, não sem razão, de “capitalismo cultural”. A cultura mundo designa o sistema econômico-cultural do hipercapitalismo globalizado. (LIPOVETSKY & SERROY, 2008, p. 68)

A economia mundial e a cultura e se tornam cada vez mais imbricadas e os produtos culturais passam a ser consumidos em escalas globais. Os teóricos da Escola de Frankfurt chamaram este fenômeno de *cultura de massa* ou *indústria cultural*, um conceito central para introduzir a discussão do que pode ser cultura e qual o papel da Comunicação no presente. Este tipo cultura se define por ser generalizada e mercantil, são reproduzíveis e voltadas para o mercado de grande consumo, como o cinema, o rádio, os álbuns de música e a televisão. Para Adorno e Horkheimer estas seriam obras medíocres e padronizadas, que funcionam para favorecer o convencionalismo e o *status quo*. Eles a associam diretamente à cultura do espetáculo, que neste momento passa a ir além do entretenimento.

Por outro lado, Benjamin (1994) destaca os processos tecnológicos dessa reprodutibilidade para poder compreender seus produtos culturais, os quais são produtos

criados para serem reproduzidos. “Mas, no momento em que o critério da autenticidade deixa de aplicar-se à produção artística, toda a função social da arte se transforma. Em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra práxis: a política.” (BENJAMIN, 1994, p.14)

No entanto, Benjamin destaca que ao se multiplicar a reprodução desses produtos, através não ritualização dos mesmos, multiplica-se também o acesso a esses produtos para a um maior número de pessoas, dada a sua maior possibilidade de exposição. Assim, a cultura passa a ser constituída por processos de comunicação em larga escala e muitos grupos sociais passam a ter a possibilidade de dialogar a partir de um único produto.

Segundo Lipovetsky e Serroy (2008), experimentamos a coexistência na atualidade de uma cultura transgressora, com caráter revolucionário e de uma cultura que é de fácil acesso, direcionada “não mais para uma elite social e intelectual, mas para *todo mundo*, sem fronteiras de país nem de classes”(Idem, 2008, p71). A cultura de massa tem como característica a renovação constante em alta velocidade, promovendo o consumo e determinados estilos de comportamento, formas de entretenimento e modas que atendem às demandas do seu tempo histórico, o que também se constitui como um dos principais aspectos do capitalismo. Os conteúdos e formatos dos produtos midiáticos influenciam os modos como as pessoas reconhecem a realidade social e intervêm nas relações sociais, questão relevante para esta pesquisa.

## **2.1 Cultura e Hegemonia**

Diante desta lógica, é importante compreender a dimensão econômica e política que a cultura alcançou na atualidade com inegável impacto na vida social de diferentes classes, gêneros, raças e territórios. Esta dimensão torna-se evidente no poder hegemônico dos discursos da mídia. Para Fairclough (2001), a hegemonia é um campo de força dominante nas relações de poder que estão presentes nos discursos de distintos produtos culturais. Segundo o autor, a mensagem que é distribuída através destes produtos atinge o funcionamento da sociedade de forma macro política/econômica e social.

Hegemonia é liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade.

Hegemonia é o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais, mas nunca atingindo senão parcial e temporariamente, como um “equilíbrio estável”. (FAIRCLOUGH, 2001, p.122)

Por outro lado, Fairclough afirma que a prática discursiva é capaz de reproduzir a sociedade, estruturando identidades sociais, relações, sistemas de conhecimento e crença, assim como tem um potencial transformador (FAIRCLOUGH, 2001). As práticas discursivas se apresentam como um campo amplo de apropriação da cultura para o consumo, padronização e interesses da classe dominante. Ela é igualmente um campo potencial para a restauração dos interesses sociais e participação pública, de forma transformadora e revolucionária. Assim, o discurso “como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder” (*Ibidem*, p.94). E essas relações de poder estão constantemente em disputa na mídia, como veremos a frente.

Milton Pinto utiliza duas dimensões que caracterizam os textos e também as suas etapas de produção-circulação-consumo dos sentidos, as quais chama de semiótica social: a dimensão ideológica e a dimensão do poder. A primeira está de um lado nas marcas ou traços que geram sentidos na superfície textual, são os fragmentos da linguagem, e, do outro lado, no que o autor denominou “preconstruídos”, que são os conjuntos de pressuposições necessários para interpretar as mensagens e que dão nome também ao chamado “bom senso”, na particularidade do espaço que a mensagem abrange. Entretanto, o caráter ideológico do texto não vai, necessariamente, de encontro com o bom senso interpretativo, o que muitas vezes gera um embate discursivo. “Essas disputas criam relações de dominância entre os discursos reconhecidos como hegemônicos e os discursos subordinados, favorecendo a naturalização ou reificação dos primeiros” (PINTO, 1999, p.41), e se travestindo em “verdade” ou “bom senso”. O ideológico, portanto, é um “mecanismo de investimento de sentidos em matérias significantes” (*Ibidem*, p.42) e por mais que nomeemos uma ideologia (como o nazismo, racismo, neo-liberalismo, comunismo), ela nem sempre pode ser descrita, pois nos aparece somente em formas de fragmentos nas mensagens. A visão da ideologia enquanto “interesse de grupos”, dominantes ou subordinados, é, dentro desta perspectiva, “uma visão ingênua da categoria do sujeito” (PINTO, 1999, p.52).

A segunda dimensão da semiótica social, central para que compreendamos o elo entre a hegemonia e o discurso, é o poder. “O poder, para a análise dos discursos, é

assim uma dimensão analítica, e não o poder concreto, único, que domina tudo e todos de cima para baixo” (PINTO, 1999, p. 43). O poder, neste estudo, será considerado como o efeito que um discurso produz no interior de determinado tecido de relações sociais.

Assim, compreende-se que no século XXI os poderes econômicos e políticos estão diretamente relacionados ao poder da mídia, ainda que assistamos ao desenvolvimento e ao crescente uso das tecnologias digitais. Os discursos midiáticos alimentam a cultura na atualidade e suas representações e imagens produzidas em distintos meios e dispositivos colaboram para a consolidação de um mundo hipercapitalista e globalizado. As tecnologias e as indústrias culturais que se tornaram essenciais para a circulação dos produtos culturais e para configuração de novos espaços de interação social, como será discutido adiante em referência a televisão, o rádio, o cinema e mais recentemente a internet, têm

[...] o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e, pela repetição e seleção, impor e implantar definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante ou preferencial (HALL, 2004, p.254).

Contudo, as narrativas da mídia também revelam aspirações da cultura popular que disputam lugares no campo de força das relações de poder e de dominação culturais, sugerindo movimentos de adesão e/ou resistência aos discursos midiáticos. Hall (2004) afirma que ser perfeitamente hegemônico é um sonho de poder, pois prevê que cada significado que se pretende comunicar será compreendido em sua totalidade pelo receptor. O problema desta suposição é a de se considerar que a mensagem possui somente um significado. A mensagem não é perfeita, mas sim uma estrutura complexa de significados, portanto a recepção desses discursos não é, necessariamente, passiva. (*Ibidem*, p. 366)

Neste sentido, Hall introduziu uma nova percepção do processo comunicativo ao sugerir que este não era linear (emissor que transmite uma mensagem através de um meio ou canal, que por sua vez é recebida pelo receptor no final da linha), como é tradicionalmente representado. O rompimento apresentado por ele é de que o processo comunicativo é circular, é uma complexa estrutura sustentada por cinco momentos: produção, circulação, distribuição, consumo e reprodução. A etapa de produção constrói a mensagem, e esta construção está imbuída na prática discursiva, mas não representa

um sistema fechado, já que sua agenda, assuntos, tratamentos, recursos audiovisuais e outras formações discursivas “serão trabalhados dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada”. (HALL, 2004, p. 389).

Em suma, as estruturas de sentido geradas no processo da codificação de uma mensagem não vão ser equivalentes às estruturas de sentido geradas na decodificação desta mesma mensagem quando esta chegar ao receptor. Esta falta de equivalência demonstra “uma ‘autonomia relativa’, mas também a ‘determinação’, da entrada e saída da mensagem em seus momentos discursivos.” (*Ibidem*, p. 392)

Assim, compreende-se que o discurso é uma prática social, e toda fala é uma forma de ação. Mas é necessário reiterar também que esta ação não é puramente individual, pois ela não ocorre sem alguma interação social. Pinto (1999) refuta a ideia de que o discurso é uma unicidade do sujeito, e portanto, de que exista somente um enunciador ou sujeito responsável pela produção de um discurso, “todo texto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, no sentido de que ele é sempre um tecido de ‘vozes’ ou citações, cuja autoria fica marcada ou não, vindas de outros textos preexistentes.”(PINTO, 1999, p.27).

Para Fairclough (FAIRCLOUGH *apud* PINTO, 1999, p.18) a visão da unicidade do sujeito que pratica o discurso subestima o aprisionamento provocado pelas convenções e interações sociais, como se fosse possível reinventar o discurso em cada citação em que ele é cunhado. Segundo ele, esse aprisionamento determina, inclusive, as identidades sociais e individuais dos sujeitos. Porém, é imprescindível ressaltar que do mesmo modo se superestima o potencial de manipulação das mensagens e de estratégias comunicacionais. Afinal, os tipos de discursos não se reinventam a cada vez que são cunhados, mas são sim resultados de uma construção, que não apenas no campo da linguística se determina, mas se configura também nos contextos socioculturais e políticos da esfera em que ele é produzido, circula e é consumido e nas “leituras” dos indivíduos e dos grupos sociais.

Pinto (1999), assim como Hall (2004), recorre à teoria marxista de Althusser para compreender a influência das relações sociais na construção do discurso individual. Para Hall, o central seria a questão da “falsa consciência” levantada por Althusser, que deriva das relações dos sujeitos nas relações sociais estabelecidas. A “falsa consciência” faz com que o sujeito tenha dificuldade de compreender e reconhecer o real, pois está coberto com uma espécie de “máscara” que interfere na sua compreensão de discursos que tenham uma ordem diferente daquela com que ele está habituado e, portanto se



identifica. (HALL, 2004, p.170). “A realidade existe fora da linguagem, mas é constantemente mediada pela linguagem ou através dela: e o que nós podemos saber e dizer têm de ser produzido no discurso e através dele” (*Ibidem*, p.392). O poder se estabelece nos efeitos do discurso, mas os sentidos também são construídos e tecidos nas relações sociais.

Fairclough (2001) também vai se apoiar na teoria althussiana, mas com uma forte crítica a ideia de que a dominação seja um força unilateral e enrijecida, e de que sua constante presença seria o local em que se estabelece a luta de classes, gerando um equilíbrio ao sistema. Ao contrário, Fairclough caracteriza esta relação através da marginalização da luta de classes, da contradição e da transformação possível a partir dela.

Em contraponto, Hall destaca que por mais que os meios, aqueles que codificam as mensagens, possuam uma “leitura preferencial”, ou seja, construam a mensagem da forma como pretendem que ela seja lida, através da construção de uma narrativa, a recepção da mensagem não é passiva e o evento comunicacional só acontece através das diferentes leituras do significado de uma mesma mensagem. No entanto, é possível mapear esses tipos de “leituras preferenciais”, determinados por um conjunto de significados e práticas na ordem institucional, política e ideológica, e perceber, portanto, os fragmentos da ideologia presentes nos discursos e nos usos das linguagens.

## **2.2 Subjetividade e o Reconhecimento do Real**

A indústria cultural opera como uma produtora de significantes da realidade e consciência para os indivíduos nela inseridos, direta ou indiretamente, os quais cada vez mais alimentados por ela, passam a ter dificuldade de compreender o mundo para além dos discursos hegemônicos e a “cultura passa a definir-se mais por signos do envolvimento sensorial do que pelo apelo ao racionalismo da representação tradicional”(SODRÉ, 2006, p.19).

Esta nova forma de interação estabelecida (que acontece por exemplo na televisão, objeto deste trabalho, através da linguagem verbal e corporal dos apresentadores, as pautas e agendas de um noticiário, as combinações de imagem e som possíveis, os enquadramentos e recursos técnicos articulados nas imagens, etc.), procura estabelecer

relações de poder com o receptor, na tentativa de “cooptá-lo e de agir sobre ele ou sobre o mundo por seu intermédio” (PINTO, 1999, p.63)

Sodré (2006) aponta que no capitalismo os valores simbólicos e afetuosos valem mais que o valor material. Neste sentido, ele propõe o espetáculo como relação social, que orienta hábito, percepção e sensação no sistema. A política e o entretenimento são ressignificados por essa lógica, “graças a essa reorientação intelectual e afetiva”. Segundo ele, o espetáculo reorganiza a forma como a sociedade reage e se comporta através da cultura, aonde a mídia se enquadra como uma grande catalizadora, pois o consumo se enraizou em toda a vida social, através do laço afetivo com o mesmo. Sodré está sugerindo aqui um novo tipo de subjetividade, mais compatível com a ordem do consumo. E esta compatibilidade é de ordem mais afetiva do que racional, mais persuasiva do que disciplinar (*Ibidem*, p. 81)

Se faz necessário, portanto, introduzir o debate sobre a imagem e a representação, o da “tecnologia como uma forma de codificação hegemônica, que intervém culturalmente na vida social, dentro do mundo da representação imaterial das coisas” (MCLUHAN *apud* SODRÉ, 2006, p. 19). Marshall McLuhan prevê o divórcio entre forma e matéria, sugerindo que o próprio meio se torne a mensagem e que os conceitos de emissor e receptor se confundam. Resgatando os estudos de Hall (2004) sobre a teoria da recepção, apresentados há pouco, conseguimos problematizar esta afirmação de McLuhan, já que as etapas do processo comunicacional não podem se fundir por estarem em momentos distintos, mas sim representarem uma estrutura circular complexa na construção das camadas de sentido.

Sodré (2006) vai partir desta premissa para dissertar sobre o novo mundo que se abriu para além da realidade cotidiana e quais foram as estratégias para que ele pudesse se tornar possível. “Quando o mundo se faz imagem por razão tecnológica, a redescoberta pública do afeto faz-se sob a égide da emoção como um aspecto afetivo das operações mentais, assim como o pensamento é o seu aspecto intelectual.” (*Ibidem*, p. 47). O espaço do individual, das emoções, no prazer ou na angústia, se desloca também para o campo das imagens e portanto se torna uma prática discursiva, assumindo um novo espaço de atuação.

Assim, compreende-se que o desenvolvimento e uso das tecnologias permitem uma nova esfera comunicacional. As linguagens tradicionais permaneceram as mesmas, a palavra, o texto, os sons e o corpo. Porém, mudam as formas de serem combinadas no ambiente virtual. Os formatos e conteúdos das mensagens fluem agora por diferentes

canais comunicacionais e assumem formas distintas no diferentes pontos de recepção (JENKINS, 2009, p. 36) Esta lógica tem um claro potencial de transformação na etapa de circulação e consumo do processo comunicacional defendido por Hall (2004), logo implica também na possibilidade de mudança radical nas condições estabelecidas para a etapa de produção e codificação das mensagens.

Esses sistemas mais complexos de publicação e consumo de áudios e imagens em movimento, hoje reconhecidos como plataformas, começaram a se solidificar na primeira metade do século XX, através do cinema e da televisão, e, posteriormente, por meio da internet, que tem um poder catalizador no processo da construção deste novo espaço.

Esse novo espaço é configurado primordialmente pelo mercado, cujo poder, coadjuvado pela mídia, apequena o poder do Estado nacional. Trata-se de um espaço que se amplia tanto horizontalmente quanto por *duplicação*, na medida em que cria realidades paralelas ou virtuais por meio de dispositivos de alta tecnologia. (MCLUHAN *apud* SODRÉ , 2006, p. 96)

Nesses processos de comunicação, os sentidos produzidos pelas imagens têm requerido constantes indagações aos pesquisadores. Para Wittgenstein (*apud* SODRÉ, 2006), “as nossas vivências não são de modo algum eloquentes. Não podemos comunica-las mesmo se o quiséssemos. É que lhes falta palavra.” (p.18). Assim, compreende-se que as representações imagéticas da realidade e a realidade palpável são distantes em si. O que Wittgenstein (*Idem*) quis reiterar é o fato da impossibilidade de uma representação da realidade que seja integralmente fiel à própria. A representação audiovisual dos fatos, por exemplo, a qual vamos aprofundar mais a frente, é selecionada, recortada e editada por um ponto de vista específico e atende a uma ordem de discurso. Todo o processo de produção de imagens é marcado por traços e marcas das dimensões ideológicas e do poder. Contudo, é importante reiterar, segundo Fairclough (2001), que os sentidos construídos pelos vídeos na televisão, por exemplo, não se conformam de maneira independente em relação a dialética relação entre discursos e estruturas sociais.

Essas representações produzem significativos efeitos nas vivências da realidade cotidiana pelos indivíduos e pela sociedade. As pessoas se tornam receptores, consumidores, testemunhas de acontecimentos, mesmo quando não estiveram presentes no espaço físico do fato relatado. O mercado, através da publicidade e da mídia, influi

poderosamente na subjetividade contemporânea, especialmente no que tange o imaginário e o desejo. (SODRÉ, 2006, p. 63). Ao mesmo tempo, elas também podem hoje se tornar produtores de outras imagens através de usos de dispositivos digitais. De qualquer modo, na cultura da tela, o imaginário é construído através da representação. Os efeitos que um discurso produz no interior de determinado tecido de relações sociais, e a dimensão do poder identificado por Pinto (1999), pode assim, ser identificado, nessas representações.

A tecnologia nos abriu a possibilidade de consumir materiais culturais e de informação de forma instantânea, plural e interativa, através da convergência dos meios. O alcance da televisão abrange uma escala muito larga da sociedade e o acesso a internet é cada vez mais amplo, o que permite uma circulação cada vez maior de produtos audiovisuais. No entanto, Sodré (2006) destacará que

A mídia não se define como mero instrumento de registro de uma realidade, e sim como dispositivo de produção de um certo tipo de realidade, *espetacularizada*, isto é, primordialmente produzida para a excitação e gozo dos sentidos. Converte-se numa espécie de “Terceira natureza” do homem. (p. 79)

A noção de realidade passa não só a ser pautada através da representação, mas a própria representação passa a produzir um tipo de realidade na sua esfera interacional, que tece uma rede de relações sociais que vão além do contato físico, da localidade, da cultura. Mas os sentidos atribuídos às imagens nem sempre correspondem à intenção de seus produtores. Uma música passa a de fato existir em um contexto mais amplo, seja em escala local, regional, nacional ou global, quando ela faz parte de um evento comunicacional, disseminada através de algum dispositivo, seja pelo rádio, pela televisão ou pela internet. O mesmo ocorre para notícias. A realidade cotidiana é mais percebida pelas experiências que a mídia retrata do que pelo contato real com uma determinada experiência. As notícias internacionais, que abalam países distantes e pessoas que nunca estiveram em contato com aquela outra sociedade, nos levam a crer que compreendemos e conhecemos aquela realidade distante, como se nos fosse própria. E muitas vezes é possível que nos solidarizemos e nos reconheçamos mais com esta realidade estrangeira do que a que vivemos dentro no nosso próprio território nacional, por exemplo.

Henry Jenkins (2009) cita um exemplo interessante para demonstrar esse fenômeno. O menino americano que criou uma imagem via photoshop de um

personagem do programa infantil Vila Sésamo com o líder terrorista Osama Bin Laden e divulgou em sua página na internet. A imagem acabou sendo usada em protestos anti-americanos no Oriente Médio e o acontecimento foi transmitido pela CNN, o que causou grande impacto em todo o Estados Unidos. Segundo ele, isto se trata da cultura da convergência, “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 26 e 27).

Percebe-se como o processo comunicacional está se transformando em uma estrutura cada vez mais desafiadora, com interações entre os meios e a sociedade cada vez mais ativas e complexas através das diferentes etapas da comunicação. As novas possibilidades abertas pela *web* fazem convergir e divergir diferentes possibilidades de atuação de indivíduos e comunidades em cada uma das etapas de produção, circulação, consumo ou reprodução.

Os conhecimentos circulam em plataformas e meios diversos, mas o caráter ideológico e o poder da mídia expressos em seus usos de linguagem, cujos sentidos são revelados em fragmentos de textos e mensagens pautados pelo “bom senso” interpretativo, são cada vez menos controlados pelas grandes empresas de comunicação, que tradicionalmente têm assumido o papel de designação dos discursos hegemônicos de dominação .

### **2.3 Controle Social e Representação**

Jenkins (2009) introduz Ithiel de Sola Pool como o profeta da convergência entre os meios de comunicação, que vinte anos antes do reconhecimento teórico da convergência entre os meios já escrevia sobre o assunto. Segundo esse autor, a compreensão do processo histórico das condições necessárias para chegarmos à conjuntura atual é central para a análise do comportamento da mídia na contemporaneidade. Ele foi o primeiro a sugerir que a digitalização, através do desenvolvimento tecnológico, estabeleceu as condições básicas para a convergência e que a partir daí os conglomerados de comunicação perceberam que algumas tecnologias de informação suportavam maior diversidade e um maior nível de participação do que outras:

Fomenta-se a liberdade quando os meios de comunicação estão dispersos, descentralizados e facilmente disponíveis, como são as impressoras ou microcomputadores. O controle central é mais provável quando os meios de comunicação estão concentrados, monopolizados e escassos, como nas grandes redes. (POOL *apud* JENKINS, 2009, p. 36)

Anos mais tarde, Sodré (2006) vai pensar a transição da sociedade disciplinar para a sociedade do controle, refletidas por Michel Foucault (1985) e Gilles Deleuze (1992), para compreender os efeitos da centralização “descentralizada” do comportamento midiático. Na sociedade do controle o poder se estabelece através do sistema do *panopticom* – estrutura utilizada por Michel Foucault para representar uma sociedade regida pela possibilidade de seus integrantes serem observados a todo momento. Essa possibilidade impunha o controle da mesma, através do medo da possibilidade de estar sendo vigiado.

Esse “controle” no lugar da disciplina, corresponde ao deslocamento da ênfase produtiva na necessidade para a ênfase no desejo, implica um novo modelo de regulação social e, portanto, um novo regime de visibilidade pública ou de comunicação. (SODRÉ, 2006, p. 56)

O controle no século XXI deixa de ser apenas através do outro, mas é exercido pelos próprios indivíduos por meio de seus desempenhos no mundo da representação. Assim, os seres humanos não mais precisariam ser vigiados, não mais necessitariam de um olho que tudo vê, como na estrutura do *panopticom*, pois eles se transformam em imagens, se transformam em avatares (*Ibidem*, p. 115). Neste fenômeno estético, todos se tornam parte do espetáculo, se alimentam dele e levam suas vidas em funções desse tipo de realidade que acontece paralelamente no campo virtual. Desta forma, o controle parte também do indivíduo, a partir do momento em que ele configura a sua representação no mundo virtual. “Esta transformação contribuiu para deslocar o centro de gravidade do controle social do trabalho para o entretenimento, do esforço para o prazer, do fato para o onírico, do racional para o desejo.” (MATTELART *apud* SODRÉ, 2006, p. 56)

Retornando para a questão do discurso levantada por Pinto (1999) no início deste capítulo, quando nos assumimos como emissores ou coemissores de um evento comunicacional, ou seja, desde que utilizamos a linguagem quando crianças, nós entramos no mundo das representações, das relações e de construções de identidades sociais. Assim, aceitamos determinadas convenções sociais que perpassam pela

ideologia, “aprendemos a ser o que somos por meio das regras e convenções subjacentes aos discursos que dominamos.”(PINTO, 1999, p. 40). Para ele, por mais que sejamos “senhores absolutos de nosso próprio arbítrio”, não podemos ignorar estas convenções, pois passamos a fazer parte do mundo do *ideológico* e do *poder*, que conforma o mundo da linguagem (*Ibidem*). Como afirma Hall (2004):

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (*Idem*, p. 29)

As novas formas de interação social das mídias coexistem hoje com os sistemas tradicionais de comunicação. Os usos das mídias digitais passam a intervir nas práticas jornalísticas, exigindo uma reformulação da sua organização (BECKER, MACHADO, 2014). O jornalismo audiovisual possui centralidade nesta conjuntura, pois ainda está fortemente presente na vida social dos brasileiros, agendando a vida cotidiana e sendo referência, além de ter seus conteúdos circulando e sendo consumidos através de outras plataformas que não só a televisão. Entretanto, veremos ao longo deste trabalho que este processo pode demonstrar ou não uma repaginação da linguagem, formatos e estratégias de construção do telejornal, dos debates públicos e do lugar social que os meios tradicionais comumente têm ocupado.

### **3. REPENSANDO A TELEVISÃO – A TRANSFORMAÇÃO DA TV COMO VEÍCULO DE MASSA**

Os estudos televisivos indicam diferentes momentos da história da televisão, em que esta desempenhou funções e espaços na sociedade de maneiras distintas. Desde sua popularização no Pós-Guerra, a televisão assumiu um papel central na vida cotidiana de indivíduos e famílias em todo o mundo. A tevê era um meio de comunicação que funcionava como uma janela do mundo no interior dos lares e que falava em uma linguagem, a audiovisual, acessível a maioria das pessoas (ECO, 1984).

Hoje, vivemos uma outra fase, que ainda está emergindo, associada ao desenvolvimento e a popularização das mídias digitais. Mas no contexto da convergência entre os meios o telejornalismo ainda exerce centralidade na grade das emissoras de TV e no ambiente midiático (BECKER, 2014). A pesquisa sobre a atuação dos meios de comunicação elaborados pela Presidência da República em 2015<sup>1</sup> demonstram que 73% dos entrevistados de todo o país, porcentagem maior que em 2014, seguem assistindo televisão todos os dias e que o horário de pico segue sendo o de 20h às 21h, tradicional horário nobre da televisão brasileira dos noticiários televisivos de abrangência nacional, onde estão concentrados, inclusive, os valores mais altos de anúncios comerciais.

No entanto, para que possamos realizar uma análise crítica e com qualidade sobre o jornalismo audiovisual contemporâneo, destacando suas características em um ambiente e linguagem híbridos, é necessário que retomemos os aspectos que configuram sua linguagem e função social, o que servirá como base para que possamos refletir sobre a manutenção de seu papel na sociedade e também sobre a pertinência da hipótese deste trabalho. O objetivo deste trabalho é, portanto, verificar como o telejornalismo opera e mantém sua liderança como meio de informação da mídia tradicional na atualidade .

#### **3.1 Caminhos para a construção da televisão contemporânea**

---

<sup>1</sup> Pesquisa da Presidência da República. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>.

Acesso em 27/11/2015.



A primeira fase da televisão é chamada de Paleotevê (ECO, 1984). Nesta etapa do desenvolvimento da tevê, ela obstinava-se em mostrar-se como realidade. Os artifícios utilizados para que um vídeo estivesse no ar não eram mostrados, o objetivo era o espectador interpretar o meio como uma janela do mundo em sua casa. Era, segundo Humberto Eco, um veículo de transmissão de fatos, considerados neutros. Essa fase se caracteriza por uma televisão “comportada”, que refletia o comportamento considerado “correto” da esfera pública, “[...] censurada e concebida para um público ideal, manso e católico” (*Idem*, p.201). A interlocução da TV com as audiências passava pelo *status quo*, ou seja, a interpretação dos eventos da vida social traziam os pontos de vista da direção das emissoras, em sua maioria públicas e estatais. A programação era limitada, não havia a mesma quantidade de canais, nem mesmo programação durante a madrugada.

Em um segundo momento, a televisão foi caracterizada por Eco como a Neotevê. Esta fase é extremamente importante para a sua história, pois foi nela em que a TV passou a exercer de fato uma centralidade no hábito do consumo midiático e a apresentar uma inserção profunda dos seus conteúdos nos tecidos das relações sociais, principalmente no âmbito familiar e local, além de ter sido a fase em que a televisão desenvolveu e estabeleceu a linguagem que a caracteriza até hoje, mesmo que com adaptações e novos recursos. A evolução das tecnologias digitais provocaram muitas transformações na produção dos meios de comunicação e também no consumo das mensagens. Os processos de produção e circulação se tornaram mais complexos, e enquanto as barreiras do tempo e do espaço se estreitaram, o acesso às informações e aos meios se expandiram.

Os artifícios utilizados para a sua produção, anteriormente escondidos para encenar uma estética de “realidade”, passam a ser expostos para valorizar as estratégias televisivas de apreensão dos acontecimentos (o microfone aparente, as câmeras que filmam umas as outras, a exposição do fazer televisão, o público que interage nos programas em frente às telas). A Neotevê ganha espaço principalmente por pertencer a grupos privados e por não mais se propor a ser apenas a janela do mundo dentro do lar, mas também a representar a vida pessoal de suas audiências. A televisão se consolida neste momento, portanto, na esfera pessoal e afetiva. Assim, as audiências passam a se reconhecer na tela, não somente por meio de produtos que se aproximaram do cotidiano social, mas também pela linguagem utilizadas pelos apresentadores e emissores. Nessa fase nomeada de Neotevê por Umberto Eco, podemos perceber também o embrião do

tempo da era da convergência apresentada no capítulo anterior: “é um tempo elástico, com rasgões, acelerações, retardamentos” (ECO, 1984, p.202). O espectador tem a opção de transitar por vários canais, com diferentes tipos de programação, do telejornal à novela, do programa da manhã para crianças aos programas de auditório no formato americano, coloridos e afiados.

Outra característica decisiva da segunda fase da televisão é o efeito que a transmissão televisiva teve sobre os eventos. Segundo Umberto Eco, as construções simbólicas de acontecimentos passaram a ser pautadas para a transmissão televisiva, “isso quer dizer que a interpretação, manipulação, a preparação para a televisão procediam a atividade das telecâmeras” (ECO, 1984, p.199). Logicamente, aqui Eco se refere a eventos em que a preparação da cobertura é possível, sugerindo como a mediação televisiva extrapola a sua própria interpretação e produção dos conteúdos a serem exibidos.

A televisão se encontra hoje no que os teóricos chamam de sua terceira fase. Encontram-se variadas denominações para esta fase: Pós-Industrial, Pós-Massiva, Pós-Broadcast, Pós-Nacional, Pós-Digital, Matrix Media. E é sobre esta fase que este trabalho pretende se debruçar. A nova configuração da televisão na convergência global entre as mídias demonstra que esta se tornou um meio marcado pelo transbordamento de conteúdos e formatos audiovisuais no ambiente midiático, portanto, não pode ser mais analisada apenas como um meio tradicional que atua na construção e na representação da esfera pública (BECKER, 2015).

### **3.2 Configuração da TV**

Além da sua capacidade de representar a experiência cotidiana e construir um tipo de realidade direcionada ao seus receptores, a televisão mantém uma função socializadora e de formação de culturas políticas. Segundo Martín-Barbero (2001), ela desempenha papel relevante como ator social nos contextos em que está inserida:

A ideia de que as mídias fundamentalmente “representam” o social cedeu diante de sua ascensão como atores sociais, diante de sua legitimidade como sujeitos que intervêm ativamente na realidade. O controle político e a fiscalização são funções básicas que se atribuem às mídias em sociedade nas quais os poderes se acrescentaram e definitivamente se diversificaram. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 74)

É importante ressaltar que esta transformação da televisão também passou pelo processo de privatização das empresas de telecomunicação. Além de ser um laboratório para se perceber as relações entre o público e o privado, elas passam também a ser, no Brasil e no caso da TV aberta, concessões públicas para empresas privadas. Podemos observar um processo que Martín-Barbero chamou de “empresarialização”: grandes conglomerados de mídia que se configuram como organizações familiares, com lógicas empresariais e corporativas. A discussão sobre este processo é polêmica, pois gera debates sobre a sua questionável independência enquanto órgão prestador de um serviço à sociedade, compreendendo aqui a comunicação enquanto um bem social, assim como sobre a qualidade das informações que as empresas servirão enquanto emissoras.

O padrão corporativo tem como exigência não só atender a lógica de um mercado regido por forças dominantes, mas ser principalmente voltado para o consumo de massa. Ao se comercializar a informação, as empresas de comunicação passam a ser submetidas a processos de padronização e seu produto passa a ser comercial e homogêneo, pensado para a fácil circulação e de preferência com rápida obsolescência, de forma que atenda a uma ordem de consumo continuada. Martín-Barbero (2001, p.76) ainda destaca a incompatibilidade na relação entre a informação e o interesse econômico quando se trata de um meio de comunicação que tem influência direta na consciência coletiva de um determinado grupo social.

A dinâmica da globalização pode apontar, em uma visão otimista, para uma democratização das mídias ao caminhar para uma era de informação em que os conteúdos circulam como nunca antes na História. A “empresarialização” dos meios de comunicação aliada a essa dinâmica permite um mercado mais competitivo, o que, segundo Martín-Barbero (2001), pode significar um maior número de vozes dentro no processo comunicacional do que antes era estabelecido pelas mídias e veículos tradicionais, além da possibilidade de reestruturar o sistema de produção desses meios, através de desenvolvimento de novos produtos, aperfeiçoamento dos antigos modelos e estabelecimento de interações entre as mídias nos meios tradicionais.

Essa transformação representa uma modificação da identidade das mídias, que passam por uma reconstrução de seus papéis nas esferas políticas nacionais e internacionais. Se antes os meios tradicionais estavam associados a determinados atores sociais, como o Estado e até mesmo a Igreja, hoje podemos observar alianças com organizações não governamentais, movimentos cívicos, corporações civis, que tendem a alterar percepções da realidade cotidiana entoadas pelos novos dispositivos e formatos

de mídia. Hoje, frequentemente, diferentes temas desafiam certezas anteriormente propagadas pelas mídias tradicionais, como a questão racial, de gênero, corrupção política, “[...] influem em suas narrativas, mas também na orientação geral de seu poder como atores sociais” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p.78).

### 3.3 Telejornalismo: Lugar de referência

Os processos e os meios comunicação têm exercido papel central na democracia como um de seus alicerces durante o desenvolvimento da própria História da civilização ocidental. Ser um ser político, em sua individualidade, como prevê a democracia desde as cidades-estados gregas, significa a atuação no meio social através das palavras, da persuasão e da retórica, sem necessidade de violência (ARENDRT *apud* MARTÍN-BARBERO, 2001, p.82). Este apontamento deixa clara a necessidade política do processo comunicacional e a importância de meios de comunicação:

A possibilidade de fazer contrastes de pontos de vista diferentes, o acesso à informação de qualidade, a publicidade dos eventos cívicos diante de toda forma de ocultamento, a participação mais completa possível nos procedimentos decisórios coletivos, bem como na sua flexibilidade e revocabilidade, são todas condições da democracia como governo, mas sobretudo como *ethos* interiorizado. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p.81)

O *ethos* interiorizado mencionado por Martín-Barbero é o de fazer público o pensamento, a opinião, a vontade, a expressão individual. Este campo é necessariamente da comunicação e a palavra é necessariamente um instrumento da vida política. Os meios de comunicação abrem espaço para debate público ao expandir a circulação do conhecimento e das informações, ao propiciar um número mais amplo de vozes e suas diferentes interpretações e expor os principais temas em controvérsia na vida política. Certamente, os meios não cumprem com esse papel necessariamente ou frequentemente, mas segundo Martín-Barbero ainda são os maiores instrumentos de ampliação ou restrição do público em sociedade.

O “ver” neste sistema de participação pública se constitui como uma forma de controle da organização política e de acompanhamento da política, o que autoriza, conseqüentemente, uma fiscalização do poder público para além dos órgãos e

instituições oficialmente responsáveis por esta tarefa. Em meados do século XX, esse modo de ver se concretiza de maneira cada vez mais expressiva através da televisão.

A televisão se tornou uma espécie de praça pública (MARTÍN-BARBERO, 2001) em que consensos são construídos a partir do conteúdo construído e televisionado. A praça remete à metáfora da imagem democrática de participação coletiva na igualdade dos direitos e dos recursos políticos. Porém, as pessoas mais pobres são aquelas que historicamente menos têm acesso a informação. Assim, a compreensão e a possibilidade de questionar o que está sendo visto também se constituem como poderes na sociedade contemporânea. As mídias assumem um papel de criar consensos através da padronização das opiniões, recurso este que veremos mais a frente. Noelle Neuman (*apud* MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 89) afirma que a sociedade exclui e isola os indivíduos que se desviam dos consensos estabelecidos, levando à conclusão de que esta praça mais se fecha em seus próprios ensinamentos do que se abre ao reconhecimento da diversidade provenientes da sua abertura.

A ideia de que a mídia é um local apenas de mediação dos fatos e acontecimentos como um reflexo da realidade já foi desconstruída ao longo deste trabalho. Mas ainda é preciso entender como o telejornalismo constrói sua centralidade na mídia e na vida social. Será importante também refletir sobre efeitos de sentidos de seus discursos para as audiências, especialmente os das enunciações dos noticiários veiculados no horário nobre, os quais agregam diversos grupos sociais. Afinal, os telejornais são um dos principais produtos da televisão e representam o mito do espelho da realidade, especialmente em função da dificuldade de questionarmos o que as imagens combinadas às palavras mostram.

Vizeu e Correia (2008) vão cunhar a expressão “lugar de referência” para caracterizar o papel do telejornalismo na contemporaneidade enquanto construtor da realidade cotidiana. O indivíduo de uma sociedade tem acesso a sua realidade e a do seu entorno através da sua experiência individual cotidiana: é o ônibus que pega em más condições, os impostos que paga do seu salário, o acidente que um amigo testemunhou e lhe relata ou um assalto na rua de sua casa. Estas experiências geram um arcabouço de percepção do mundo e pode ser muito variada dependendo do contexto social, cultural e econômico do qual provém. No Brasil, por exemplo, a televisão é um canal que está

presente em 95%<sup>2</sup> dos lares brasileiros e o telejornalismo estabelece uma organização do conjunto das diversas realidades cotidianas, exercendo um agendamento dos acontecimentos em dimensões locais, nacionais e internacionais.

No entanto, como já vimos, a organização dessas realidades se constitui como uma construção paralela da mesma, já que se torna linguagem e necessariamente discurso, constituindo assim um objetivo comunicacional que carregará em si uma série de pressupostos e intenções. A recepção desta realidade e aceitação ou não da mesma enquanto consciência coletiva caberá às audiências. Porém, segundo Vizeu e Correia (2008), a contribuição do telejornalismo para a construção da realidade social e a informação noticiosa é uma forma de conhecimento. Mas o conhecimento que o telejornalismo oferece é um conhecimento que o próprio telejornal produz. Vizeu e Correia desenvolvem seu raciocínio acerca do telejornal como lugar de referência imbuídos da teoria de Park (1972), que ao refletir sobre o conhecimento apontará suas duas formas:

[...] *conhecimento de* é uma espécie de conhecimento que adquirimos no curso dos nossos encontros pessoais e de primeira mão do mundo que nos rodeia. Já o conhecimento *acerca de* é formal. É o conhecimento que atingiu um certo grau de precisão e exatidão substituindo a realidade concreta por ideias e as coisas por palavras. (VIZEU & CORREIA, 2008, p. 15).

Esta percepção nos permite compreender melhor o lugar de fala dos autores, que acertadamente apontaram para o telejornal como um lugar de segurança e familiaridade para as pessoas ao atuarem como organizadores do caos circundante, “[...] como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue a sua normalidade” (*Ibidem*, p. 21). Inspirados na obra de Dominique Wolton, os autores propõem que na ausência de um espaço sociocultural de interação e de troca entre o universo individual e o coletivo, os noticiários televisivos funcionam como um “laço social”, de modo que se possa compreender o que se passa no mundo e escutar as diferentes vozes que participam de um acontecimento.

---

<sup>2</sup> Pesquisa da Presidência da República. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 27/11/2015.

A globalização e a convergência das mídias levam os indivíduos a consumir cada vez mais informações, inclusive pelos meios digitais, mas o telejornalismo “mastiga” as informações que circulam no mundo, as quais estão cada vez mais expostas aos processos de circulação e interpretação. Assim, o telejornalismo reafirma a sua centralidade por ocupar um lugar de referência, construído ao longo de sua história. Um lugar de confiança para a compreensão das notícias, a partir de uma identidade social por ele construída e reconhecida socialmente. No entanto, caberá ao receptor discernir se o que está sendo dito e as vozes que ali se manifestam em relação ao fato relatado são verdadeiros, ou seja, são suficientes enquanto correspondentes da realidade.

### **3.4 A linguagem do telejornal**

Para que a leitura das notícias por parte das audiências seja aconteça da maneira mais próxima de como foram elaboradas pela produção, é necessário que a mídia e também o telejornalismo construam vínculos que garantam a confiança dos telespectadores (HALL, 2004).

O jornalismo é uma prática social que pressupõe a mediação da realidade através de uma linguagem que tece relações sociais. O telejornalismo, assim como o impresso e o online, possui características próprias de produção, circulação e consumo. Arlindo Machado (2003) usa o exemplo de uma notícia veiculada em um jornal impresso e em um telejornal para facilitar a compreensão do modo como esse processo se diferencia em cada meio. Enquanto no impresso o relato é aparentemente seco, impessoal e aparentemente sem marcas de enunciação, resultado de um trabalho de escrita verbal, num telejornal uma mesma notícia seria construída de forma mais complexa, ao envolver diversos enunciadores identificados em vídeo, que emitirão diferentes percepções e emoções diante do conteúdo. Além disso, na TV são utilizadas não só a linguagem verbal, mas também a sonora e a visual, compondo um produto com mais informação, fontes e espaço para interpretação.

O telejornalismo tem mesmo uma forma própria de apresentar seus personagens. Sejam esses o repórter, o protagonista do evento, a testemunha, a figura de autoridade, todos estão sempre em primeiro plano falando diretamente para a câmera e identificados como personagens na história a ser contada. Esta marca do discurso telejornalístico é muito importante, pois é uma estratégia não apenas para se falar ao público, mas

também de encenar um diálogo com a pessoa que está em frente à televisão, ou de outras telas, já que o conteúdo televisivo extrapola hoje o monitor da TV. Assim, estabelece-se, como chamará Temer (*apud* VARGAS *et al*, 2012), um “diálogo televisual”. Yvana Fachine, também citada por Vargas *et al*, sugere que este recurso de proximidade desperta no público um sentimento de que a televisão é uma companhia, anulando o espaço do cá (o eu) e o lá (o tu). Segundo Machado (2003), a estrutura de apresentação dos personagens é:

[...] baseada nos depoimentos dos sujeitos implicados no acontecimentos, seja diretamente (como é o caso dos protagonistas aqueles que fazem ou testemunham o acontecimento), seja indiretamente (os enviados da televisão para ‘reportar’ o evento). (p. 105)

O autor se debruça sobre o telejornalismo sobre a ótica da multiplicidades de vozes que compõem a notícia televisiva. Segundo ele o telejornalismo é o gênero da televisão mais codificado que há, por ser uma montagem de vozes distintas. Ao considerar a notícia uma construção da realidade, ele defende que esta construção é feita através do repórter, da empresa, do cinegrafista, do editor, do apresentador, do editor chefe do jornal e de cada personagem que fala em frente em câmeras, o que chama de modelo da polifonia de vozes. Desta forma, ele defende que o telejornalismo se contradiz nas vozes que apresenta, colocando em choque diferentes enunciados e embaralhando-os de forma que o fluxo telejornalístico não passe de uma sucessão de verdades, de pontos de vista, já que cada enunciação será um versão própria dos acontecimentos.

O modelo ‘polifônico’ de telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, portanto nunca é o resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa ‘interessada’ diante dos fatos noticiados. (MACHADO, 2003, p.109)

Além disso, o autor reconhece que não se pode tratar de forma ingênua as audiências que recebem esses produtos, como se recebessem e repetissem de forma acrítica a intenção da empresa ou equipe do telejornal, por mais que a TV queira e possa direcionar as leituras das informações neles contidos. Os sentidos da realidade relatada são, assim, negociados nas interações simbólicas entre a produção e as audiências.



Um aspecto importante do telejornalismo é pelo qual Machado (2003) se apoia para formular sua tese, que tende a soar pouco crítica frente aos recursos que são utilizados pelos emissores da informação nos processos comunicacionais televisivos, é o modo de utilização do tempo nos noticiários televisivos. Dado a estrutura enunciativa do telejornalismo, a presença da televisão no local dos acontecimentos se tornou imprescindível. Quando a TV está presente no desenrolar de um acontecimento, as imagens captadas valorizam a notícia. Não só o espaço dos acontecimentos ganha importância, mas também o tempo do relato dos acontecimentos porque desta forma o telejornal se torna testemunha ocular dos fatos, o que o autoriza como fonte confiável e intervém no processo de significação das mensagens (FERREIRA & SAMPAIO, 2011, p.167). Hoje, a Internet também detém essa função do tempo, do instantâneo e de maneira muito mais imediata que a televisão. No entanto, a presença física dos repórteres nos acontecimentos tende a ser reduzida nas notícias publicadas para e na rede. Foi por meio da televisão que o mundo teve sua primeira guerra midiaticizada e acompanhada por milhares de pessoas e até hoje é a ela que recorremos quando desejamos acompanhar um acontecimento ao vivo.

Outro recurso central da linguagem televisiva é o papel do apresentador. Segundo Fechine (FECHINE *apud* VARGAS *et al*, 2012, p.7), este personagem é o fio condutor do telejornal, muitas vezes exercendo também a função de editor chefe do noticiário. Muitas vezes a credibilidade de um telejornal é influenciada pela confiança que o espectador deposita nele. O apresentador tende a criar laços afetivos com o telespectador, pois se torna um pai simbólico do jornal, além de delimitar o espaço dos outros personagens. É seu o papel de chamar as reportagens e mediar os conteúdos do telejornal ao vivo. O espaço do estúdio, em que ele se localiza, se torna um local de interlocução entre o público e o jornal. Vargas *et al*. (2012) vão chamar esse local de cena de apresentação para refletir um fenômeno recente da estrutura do telejornal: a queda da bancada.

Anteriormente símbolo da cena de apresentação, inspirados nos modelos norte-americanos, as bancadas dos telejornais separavam o apresentador do público. Nos últimos anos a bancada passou a ser um assessorio, já que o espaço passou a ser utilizado com mais liberdade, com os apresentadores e personagens circulando pelo cenário, demonstrando maior mobilidade. “A ‘repaginação’ reforça a sensação de informalidade e aproximação com o público na enunciação das notícias.” (VARGAS *et al*, 2012, p.7) Esta estratégia demonstra uma tentativa dos telejornais de se aproximarem

com o telespectador, via a cena de apresentação, o que pode se traduzir como uma tentativa de ganho de audiência.

Um outro aspecto importante da linguagem do telejornal é a edição das notícias veiculadas. Se quando na era analógica os editores se deparavam com muitas dificuldades para recortar, copiar e modificar os *videoteipes* (VTs), a digitalização dos processos de edição permitiram um uso mais criativo das imagens, da estruturação de uma notícia e da produção dos seus sentidos.

Os editores manipulam e criam (imagens técnicas) com a intenção de produzir sentidos (imagens mentais) e construir uma Realidade Expandida nas notícias capaz de aumentar o grau de compreensão e de inteligibilidade dos telespectadores sobre os fatos do cotidiano. (AGUEDA *et al*, 2012, p.6)

Agueda (2012) utiliza o termo Realidade Expandida para se referir à realidade resultante dos processos de produção da notícia, é a realidade que é construída no ambiente do telejornal e que se completa com a associação espontânea de sentido produzida pelo emissor. Este conceito é uma tentativa de se compreender a virtualização da realidade, em contraponto à ideia de que o telejornalismo reproduz, como um espelho, o real social.

A manipulação das imagens se torna um elemento importante na linguagem audiovisual, pois ela adiciona sentidos múltiplos e cria sensações a partir de modificações que podem ser feitas, na era digital, em diferentes etapas da produção da notícia. O computador permite que sejam feitos infográficos para orientar a visualização de dados, simulações para reencenar situações (este recurso é geralmente utilizado em reportagens sobre crimes) e efeitos de sombreamento e ampliação das cenas para enquadrar uma parte de uma imagem. Estes processos auxiliam na orientação do público para a leitura desejada, ou preferencial, dos conteúdos noticiosos, reforçando o seu poder simbólico (*Ibidem*).

### **3.5 O impacto das mídias sociais e a expansão do ambiente midiático**

Nos deparamos hoje com novos aparatos culturais, resultado do desenvolvimento de novos hábitos de interação e comportamento através da digitalização e da inserção dos indivíduos no ambiente digital. Hoje os meios tradicionais já não são mais as únicas formas de acesso aos acontecimentos (BECKER,

2015). A expansão da *web* e a sua solidificação enquanto nova mídia reconfigura o formato dos meios como explica Jenkins (2009):

A nova mídia opera sob princípios diferentes daqueles que regiam a mídia de radiodifusão que dominou a política americana por tanto tempo: acesso, participação, reciprocidade e comunicação ponto a ponto, em vez de um-para-muitos. Em vista desses princípios podemos antever que a democracia digital será descentralizada, dispersada de forma desigual, profundamente contraditória e vagarosa em seu surgimento. (p.273)

Jenkins (2009) estuda o ambiente midiático norte-americano para desenvolver seu trabalho sobre a cultura da convergência dos meios do século XXI, oferecendo contribuições que podemos facilmente nos apropriar, uma vez que o modelo de comunicação norte americano foi amplamente difundido e utilizado como modelo em todo mundo, especialmente nos países latino americanos, como o Brasil.

A *web* reformula o jornalismo ao introduzir novas práticas de apuração, produção, circulação e consumo do conhecimento. Os meios tradicionais passam a se inserir em um ambiente midiático muito mais amplo e complexo, as redações tem seu tempo de produção alterado com os portais de informação *online*, que exigem a produção e circulação de conteúdos constante ao invés do produto impresso do dia seguinte, por exemplo. Neste mesmo portal podem circular também conteúdos da televisão e da rádio (no caso dos grandes conglomerados de comunicação), em um ambiente interativo.

Segundo Becker (2015), o surgimento deste ambiente e o aumento do acesso à Internet não fizeram com que as pessoas deixassem de consumir televisão. Isto pode ser comprovado, no Brasil a partir da pesquisa realizada pela Presidência da República em 2015, citado anteriormente neste trabalho, em que os dados mostram que 73% dos entrevistados no país seguem assistindo a televisão diariamente. Em recente trabalho, Becker (*Idem*) também identificou duas tendências distintas nos estudos de televisão. A primeira reafirma a centralidade da TV aberta no cenário midiático, que mantém sua influência nas formas de organização social enquanto um ator social atuante, mas sugerindo que a mesma não pode ser compreendida apenas como uma forma de controle e agendamento dos grupos sociais dominantes. A segunda, por outro lado, interpreta que a TV passou a ser mais um produto da cultura digital, inserida em um ambiente, no qual o público pode interagir de maneira mais ativa do que nas mídias tradicionais. A autora

cita Gillan (*apud*, BECKER, 2015) para expressar que este ambiente permite não apenas uma aproximação com os consumidores nas redes sociais, mas a utilização de dados sobre as escolhas e demandas dos mesmos disponibilizados nessas redes que se tornam importantes para processos de comercialização e de incremento do consumo (BECKER, 2015).

As duas tendências tem em comum a percepção de que a televisão, e conseqüentemente o telejornalismo, sofreram transformações nas suas formas de interação enquanto se expandia para um ambiente midiático mais amplo. No entanto, Becker (*Idem*) afirma que “as novas formas de televisão não garantem, necessariamente, uma esfera pública mais democrática nem a redução da prática da espetacularização de conteúdos e formatos.” (ANDREJAVIC *apud* BECKER, 2015, p.192)

Os conteúdos audiovisuais são produzidos e circulam hoje em ambientes e linguagens híbridos. A tela da televisão não é mais o único local em que estão disponibilizados, eles também circulam nas redes sociais e em diferentes dispositivos e plataformas, permitindo compartilhamentos, comentários e até colaboradores na produção das notícias (BECKER, 2014). E os telejornais já utilizam comumente vídeos produzidos por cidadãos e enviados por meio de dispositivos móveis.

De fato, a televisão tem se reinventado como um meio interativo em sincronia com as redes sociais em diferentes partes do mundo. Tenta administrar a proliferação de novos formatos de mídia e de canais de distribuição tanto para promover conteúdos quanto para monetizar essas novas plataformas e legitimar suas mediações, as quais já não podem ser mais reduzidas à manipulação ideológica e ao agendamento ou ao controle da opinião pública. (BECKER, 2015)

A Internet impõe questões desafiadoras enquanto ambiente interativo que busca ser um instrumento de democracia e acesso às informações aberta a uma polifonia de vozes e linguagens. Mas também oferece mais oportunidades de lucro e negócios, assim como de vigilância dos hábitos dos consumidores aos conglomerados de comunicação, empresas que dominam diferentes setores como jornais, revistas, rádios, canais de televisão. Porém, a rede também desafia as grandes empresas de comunicação a manterem as suas centralidades como enunciadores de diferentes gêneros discursivos.

Jenkins (2009) destaca que a mídia contemporânea esta sendo moldada por diferentes tendências conflitantes. Ao mesmo tempo em que o ciberespaço compete com as mídias tradicionais e *gatekeepers* culturais como fonte de informações, identifica-se

uma concentração maior do poder dos velhos meios de comunicação que se assumem agora como agentes do ciberespaço e se expandem em ambientes próprios na *web*.

O estudo de caso que será apresentado no próximo capítulo é a análise televisual dos conteúdos produzidos pelo Jornal Nacional durante o período de duas semanas de junho de 2013, com enfoque nas manifestações de junho, um momento histórico da sociedade brasileira em que a população foi às ruas em diversas cidades do país contra o aumento das tarifas dos ônibus e foi recebida por ações truculentas da polícia.

A ampla repercussão na mídia teve diferentes estágios na cobertura desses acontecimentos e o posicionamento da sociedade frente ao discurso midiático reproduzido teve impacto direto nas formas de contar o que se passava, além do surgimento de mídias alternativas, que ganharam força e espaço nas redes sociais na tentativa de criar contraponto aos relatos da mídia tradicional, como por exemplo a Mídia Ninja.

Os conteúdos do Jornal Nacional, principal telejornal de rede brasileiro, inserido no ambiente digital, já não mais eram veiculados com exclusividade na tela da televisão, mas também eram apresentados e consumidos no portal de jornalismo da Rede Globo, o G1. Outra novidade foi a inserção do telejornal nas redes sociais, com perfis no Facebook e Twitter. Para compreender a formação do discurso do Jornal Nacional e como suas mensagens foram produzidas, além de sua circulação e consumo pela audiência, foi necessária, portanto, a aplicação de uma metodologia que desse conta de todas as frentes midiáticas em que o telejornal estava inserido no período, resultando em uma análise de todo o seu ambiente midiático para compreender o seu impacto enquanto enunciador do evento midiático em questão, como veremos a seguir.

## 4. ESTUDO DE CASO – OS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013

O telejornalismo expande seu alcance no cenário midiático a partir dos usos das tecnologias digitais e das redes sociais, modificando as tradicionais formas de interação da audiência com a produção telejornalística e possibilitando uma busca por novos formatos de notícias e de práticas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2014).

Buscando compreender melhor esse fenômeno, este estudo de caso partiu da análise do comportamento do Jornal Nacional, da Rede Globo, no período de 13 à 22 de junho de 2013, durante o evento midiático e político que o País viveu durante as manifestações reconhecidas hoje como protestos de junho.

Para analisar como o telejornal exerce a sua centralidade no ambiente midiático, foi realizada uma análise da cobertura do Jornal Nacional sobre as manifestações, focando na utilização das quatro mídias com as quais o noticiário se articula no seu ambiente midiático para ampliar a circulação de seus conteúdos e para buscar maior interação com as audiências. Assim, foram estudados o site do jornal, encubado no portal G1 da Rede Globo, a sua página do Facebook, sua conta no Twitter e o aplicativo “com\_vc”.<sup>3</sup>

### 4.1 Metodologia

Como explicado no capítulo anterior, o Jornal Nacional se encontra em um ambiente midiático expandido, não mais centrado exclusivamente na televisão chamada de massa ou tradicional. Portanto, foi necessário adotar uma metodologia que analisasse não apenas os conteúdos e formatos das mensagens, mas também os modos como o telejornal estabelece suas relações com as audiências e as demais mídias referidas, estabelecendo e fortalecendo sua centralidade na produção, circulação e consumo das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo.

---

<sup>3</sup> O mapeamento das mídias e os dados que serão apresentados neste capítulo foram realizados e coletados como bolsista PIBIC em 2013, de acordo com a orientação recebida da professora Beatriz Becker para desenvolvimento de parte de sua pesquisa em andamento naquele momento, os quais foram, posteriormente, sistematizados e interpretados pela professora em artigo de sua autoria intitulado: “Televisão e Novas Mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais”, publicado em 2014 e disponível no link: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1072/768>. Nesta monografia esses dados são reutilizados na elaboração de uma reflexão crítica sobre a centralidade do telejornal no ambiente midiático digital e sobre as tendências das práticas jornalísticas audiovisuais contemporâneas, a partir de um estudo da cobertura dos Protestos de Junho, como mencionado.

A metodologia adotada para este estudo de caso foi a Análise Televisual (AT), desenvolvida por Beatriz Becker (2012), também orientadora deste trabalho, a qual consiste em um instrumento para leitura crítica de conteúdos e formatos noticiosos que utilizam a linguagem audiovisual e recursos multimídia na TV e na *web* e de outros produtos audiovisuais. “O percurso é formado por três etapas, a da descrição do objeto de estudo, a da análise televisual e a da interpretação dos resultados alcançados. A análise televisual é constituída por uma análise quantitativa e uma análise qualitativa de um determinado *corpus*” (BECKER, 2012, p.234).

Assim, para entender os modos que o JN busca uma maior interação com as audiências e se articula com as demais mídias, partimos de estudo da cobertura dos protestos de junho no período de 13 à 22 de junho de 2013, inspirados nesta metodologia. Nesse sentido, foram aplicadas 5 categorias e 3 princípios de enunciação propostos pela Análise Televisual no estudo da cobertura selecionada, e, posteriormente, observou-se como o Jornal Nacional se relaciona com o G1, onde o site do noticiário está encubado, o Facebook, o Twitter e o aplicativo da Globo.Tv.

As cinco categorias aplicadas na AT permitem identificar diferentes aspectos das narrativas jornalísticas audiovisuais. São elas:

1. Estrutura da Narrativa – Proporciona possibilidade de identificar as características da organização textual, como a sua duração e a divisão em blocos.
2. Temática – Revela os conteúdos e temáticas privilegiados.
3. Enunciadores – Indica os atores sociais participantes da narrativa, quais as vozes apresentadas.
4. Multimídia – Oferece entendimento dos modos como são integrados diferentes conteúdos e formatos em um mesmo suporte. (Fotografia, vídeo, áudio, infográficos)
5. Edição – Colabora para a compreensão da construção dos sentidos a partir dos processos de montagem dos vídeos.

A análise qualitativa foi realizada por meio da aplicação de três princípios de enunciação:

1. Fragmentação: Entende-se pelo caráter enxuto e condensado da programação televisiva ou também da apresentação das notícias como mosaico, que dificultam que o telespectador tenha noção do todo ou então um aprofundamento nas questões mais relevantes apresentadas.

2. Dramatização: Corresponde à natureza ficcional da narrativa, envolvendo emocionalmente o telespectador.
3. Definição de Identidades e Valores: Permite perceber quais são as marcas enunciativas da narrativa audiovisual e quais os valores atribuídos aos atores sociais, problemas e conflitos apresentados.

Após a aplicação da metodologia descrita na seção anterior, foi possível compreender os sentidos construídos e os modos de elaboração das notícias sobre os protestos de junho no Jornal Nacional. Os resultados serão apresentados a seguir.

#### **4.2. A cobertura do JN e suas interações com as mídias digitais**

Ao aplicar as categorias descritas acima nas 139 matérias veiculadas no JN neste período sobre as manifestações, o telejornal manteve no geral a sua estrutura de blocos, duração e temáticas, mesmo que seja notável que a partir do dia 18 tenha havido um aumento na duração do programa, dado ao maior número de VTs, e um destaque aos protestos com o aumento do número de matérias veiculadas sobre o assunto por edição: na primeira semana a média era de 6 por edição e depois já chegava a 20, além de entradas ao vivo durante o jornal e uma cobertura nacional em diferentes cidades. A cobertura foi intensa a partir de então, mas as edições ainda seguiam a mesma editorialização, ao apresentar reportagens sobre entretenimento e esportes ao final de cada edição e encaixando quando possível notícias de política institucional.

Diferentes enunciadores são pouco explorados: além dos repórteres, poucos manifestantes ou policiais na rua são entrevistados. A montagem é pouco inovadora, seguindo os padrões das narrativas jornalísticas. Muitas imagens de rojões, por exemplo, são mostradas sem que se possa identificar qual grupo, manifestante ou policial, os jogaram. No entanto é interessante ressaltar que as situações fizeram com que o telejornal tivesse que captar os acontecimentos por outros ângulos, sobre prédios, helicópteros e pode-se até perceber que os repórteres *in loco* usavam microfones sem a logo da emissora para evitar identificação e retaliação dos manifestantes.

A aplicação dos princípios de enunciação ainda permitiu inferir que houve uma mudança de postura na cobertura do JN. Nos primeiros dias de cobertura a imagem da polícia era resguardada, com a exibição de imagens que a mostrava apenas em posição de defesa, enquanto imagens da cidade em destroços, com lixeiras queimadas, vidros quebrados, muros e ônibus pixados eram valorizados e associados à imagens de



manifestantes com rostos cobertos. A posição geográfica da câmera em determinado momento, de frente para os manifestantes e com os policiais de costas, evidenciavam também que a equipe de reportagem estava sendo protegida pelo cordão da força policial, o que, subjetivamente, associava as duas instituições como parceiras, além de determinar de qual ponto de vista os acontecimentos ali filmados eram registrados e o que representavam. Se a polícia era mostrada enquanto protetora da cidade contra os manifestantes, pode-se dizer que o JN se coloca na mesma posição.

Durante a cobertura das manifestações pelo Jornal Nacional, pode-se perceber uma flexibilização do formato do telejornal, com blocos mais longos, entradas ao vivo com repórteres cobrindo as manifestações das diferentes cidades de Brasil e incorporação de vozes distintas. Contudo, percebe-se uma tentativa de diferenciar os manifestantes, valorizando uma juventude insatisfeita, em geral pacífica, que se levantava contra abusos do Estado e, ao mesmo tempo, acentuando a criminalização do grupo chamado *Black Block*, que tomavam a frente dos atos contra o abuso de poder policial via ação direta, cujos integrantes eram referidos como vândalos pela mídia. O trabalho da Mídia Ninja, coletivo não institucional que surgiu e ficou conhecido enquanto movimento nacional de mídia independente durante as manifestações, foi caracterizado pela cobertura audiovisual dos acontecimentos através de *live streaming* diretamente das ruas sob os seus próprios pontos de vista. Assim, os manifestantes disputaram, em suas enunciações, os sentidos sobre os protestos construídos pelas mídias tradicionais (BECKER, MACHADO, 2014).

O noticiário encontrou um caminho para tentar mediar a organização simbólica de uma realidade caótica na tela da TV, reafirmando a televisão como a principal arena política na atualidade. Abriu espaço para vozes diferentes manifestarem suas opiniões e até transmitiu a hostilidade de participantes à própria emissora, ação impensável há poucas décadas, assim como as agressivas atitudes de policiais e participantes. Porém, houve situações que comprometeram a cobertura, quando a maioria dos repórteres, ainda que por proteção, passou a entrar ao vivo com informações precárias e previsíveis sobre os Protestos apenas em sobrevoo de helicópteros ou do alto de prédios, próximos à linha editorial do telejornal, mas distantes do acontecimento e das ruas, enquanto a mídia independente no meio da multidão apresentava informações bem mais consistentes e disputava espaços de expressão noticiosa com os meios convencionais. (p.7)

Joana Ziller buscou uma leitura semiótica das imagens transmitidas pelo Jornal Nacional no mesmo período para buscar compreender a construção da narrativa do

noticiário em contraponto as narrativas construídas pelas redes sociais. Ziller (2014) se debruça sobre o caráter icônico das representações, destacando que os manifestantes são associados aos atos de violência, enquanto à força policial é atribuída a função de protetora da cidade, dedicada à manutenção da ordem, sem que seus abusos sejam revelados nas imagens veiculadas no noticiário.

Se, nas mídias sociais e SRS (serviços de redes sociais), podem ser encontrados vários registros audiovisuais da violência policial, no JN tais imagens são sempre exibidas após as cenas em que a cidade e seus componentes aparecem quebrados, queimados e pichados. Colocadas como uma resposta à violência de manifestante, as imagens da polícia atirando bombas de gás ou balas de borracha dão a ideia de que a violência policial é uma forma de retomada da “necessária ordem”, também componente, no imaginário difundido, do papel da força policial. Ou seja, de acordo com as imagens apresentadas no JN, a polícia, quando precisa usar da violência, o faz sempre provocada por manifestantes, como necessária resposta aos seus atos – ideia relativizada pelos vídeos citados. (ZILLER, 2014, p.312)

A forte presença e produção do conteúdo independente, por mais que muitas vezes desordenado e não estruturado, permitiu que uma narrativa alternativa à da grande mídia pudesse ser construída paralelamente, disputando a atenção da população e influenciando a cobertura dos veículos tradicionais. Contudo, com objetivo de perceber como o telejornal busca interagir com suas audiências e as mídias digitais na atualidade valorizando a sua mediação, em acordo com o objetivo desta monografia, partiu-se para o estudo dos modos como os conteúdos em áudio e vídeo do noticiário circularam e foram consumidos nesse contexto.

#### **4.2.1 G1**

O site do Jornal Nacional<sup>4</sup> é uma plataforma que está encubada, ou seja, inserida no conteúdo do G1, portal online de notícias das organizações Globo, que agrega a produção jornalística da TV Globo, do “globo.com” e a produção audiovisual e textual produzida pelo próprio portal. Através dele é possível acessar gratuitamente os vídeos do conteúdo transmitido pela televisão (apresentação do âncora + *Video Tapes*) de cada edição que foi ao ar, enquanto a edição completa só é disponível para os assinantes da “globo.com”. É importante destacar que a configuração do site descrita aqui é referente ao período da coleta dos dados desta pesquisa, em janeiro e fevereiro de 2014. As

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/>.

configurações atuais de acesso aos conteúdos da Rede Globo e do Jornal Nacional nas plataformas online foram atualizadas e os conteúdos exibidos antes de novembro de 2014 não estão mais disponíveis. O site também se atualizou em termos de navegação, os vídeos disponíveis podem ser visualizados individualmente ou então associados à reportagem em texto. Aqui trataremos da coleta de dados e da configuração do site do Jornal na época em que foram coletados.

O site oferecia a possibilidade de acessar abas em que estavam presentes o perfil da redação, a história do telejornal, os seus princípios editoriais e a seção “JN Especial”, um blog que conta os bastidores do jornal e o único espaço de toda plataforma que permite o comentário do internauta. Atualmente, ele também oferece a possibilidade de acessar os conteúdos através das diferentes editorias do G1 ou do jornal e também por região, selecionando desde a macro região do país até o município desejado.

Ao acessar o conteúdo disponibilizado na seção “Vídeos”, selecionava-se a data desejada e o site disponibilizava todos os vídeos que foram ao ar na edição do Jornal Nacional naquela data, cada vídeo possuía a duração de dois a três minutos em média. É importante ressaltar que por mais que o conteúdo estivesse disponibilizado para qualquer internauta, o mesmo não tinha possibilidade de fazer comentários, ou de interação com o conteúdo do telejornal nesta região do site, isto se mantém igual até hoje, mesmo após as atualizações da plataforma. Existia, no entanto, a ferramenta de compartilhar aquele conteúdo selecionado, seja por Twitter, Facebook ou Google+, sendo possível visualizar a quantidade de compartilhamentos de cada vídeo em cada rede social citada. Atualmente, o compartilhamento ainda funciona da mesma forma, tendo sido adicionado a rede social de pesquisa Pinterest. O que foi alterado é que não é mais possível visualizar a quantidade de compartilhamentos daquele conteúdo em cada plataforma.

O quadro abaixo é uma síntese da coleta de dados realizada no G1 e representa a média total de matérias em áudio e vídeo publicadas pelo portal por dia e a quantidade de material audiovisual, entre estes conteúdos dedicado aos protestos.

#### QUADRO A

<b>Data</b>	<b>13/06</b>	<b>14/06</b>	<b>15/06</b>	<b>17/06</b>	<b>18/06</b>	<b>19/06</b>	<b>20/06</b>	<b>21/06</b>	<b>22/06</b>
<b>Total de matérias</b>	25	18	15	23	30	30	27	28	31

<b>Matérias sobre protestos</b>	7	7	3	15	25	19	24	23	16
---------------------------------	---	---	---	----	----	----	----	----	----

Os conteúdos relacionados aos protestos, com título, duração, link e compartilhamentos em cada rede social estão disponibilizados no ANEXO A deste trabalho.

Outra possibilidade da plataforma era a entrada na barra de pesquisas. Ao acessar o conteúdo resultante da entrada “Protestos no Brasil”, com VTs que foram ao ar sobre qualquer forma de protesto no país, foram contabilizados 168 vídeos como resultado. Entre os “Mais Vistos”, ferramenta de visualização dos conteúdos disponibilizada pela editorialização do site, estavam em destaque quatro vídeos que foram ao ar no período analisado. “Manifestantes entram em confronto com a policia no Rio de Janeiro”, de 13 de junho; “Cerca de dois mil manifestantes se concentram no Largo do Batata em São Paulo” e “Manifestantes invadem o espelho d’água e sobem teto do Congresso Nacional”, de 17 de junho; e “Grupo de manifestantes atea fogo em carro de reportagem em São Paulo”, de 18 de junho. Em nenhum dos vídeos acessados, tanto na barra de pesquisa quanto na busca por edição, é informado o número de visualizações do conteúdo no site.

A seção “Fale Conosco”, ligada à Central de Atendimento ao Telespectador (CAT), foi criada para receber elogios, críticas e sugestões à emissora. Para entrar em contato era necessário que o internauta se cadastre utilizando um email e criando uma senha. Desta forma era possível enviar mensagens privadas para a Central.<sup>5</sup> No entanto este artifício não estabelece uma relação direta das audiências com os conteúdos disponibilizados online pelo telejornal online, não se caracterizando, assim, como uma linha direta entre os usuários-telespectadores e o Jornal Nacional.

#### 4.2.2 Twitter

O Jornal Nacional ainda está presente na rede social Twitter, como no período estudado. A especificidade desta rede é de que ela só comporta mensagens de até cento e quarenta caracteres, no entanto permite o compartilhamento de links da *web*, além de

<sup>5</sup> <http://falecomaredeglobo.globo.com/index1.aspx>

fotos e vídeos. Através do “Jornal Nacional @JNTVGloboBrasil”<sup>6</sup>, conta oficial do telejornal na rede, o Jornal Nacional se comunica com as audiências, anunciando as pautas que entrarão no ar na hora do jornal. A atualização não é regular e não obedece um padrão diário. O perfil do JN possuía 887.748 seguidores na rede social na data de acesso desta pesquisa e não compartilhava publicações ou comentários dos seus seguidores, prática comum na rede. Em fevereiro de 2016 o número de seguidores da página já alcançou o número de 3.598.259.

Foram feitas quarenta e seis postagens ao longo do período analisado. Entre eles trinta e três eram relativos às manifestações de todo o Brasil. A partir do dia 18 de junho, o @JNTVGloboBrasil passou a utilizar a hashtag “#cobertura\_globo”. Esta estratégia permite que mais pessoas tenham acesso ao compartilhamento do conteúdo. Durante o período analisado, o JN passou a utilizar mais a ferramenta. Ao longo da semana o jornal foi aumentando sua cobertura das manifestações e utilizando mais o Twitter para chamar a atenção das audiências para a sua cobertura ao vivo.

O alcance das mensagens enviadas pode ser medido através de uma comparação entre o número dos seguidores do Twitter com os pontos de audiência do IBOPE<sup>7</sup> do JN no mesmo período na televisão. O número de seguidores do perfil do Jornal Nacional atingiria uma média de 4 pontos, considerando que todos os seus seguidores acessaram ou visualizaram o conteúdo postado pela página. Este valor de 4 pontos era expressivo, porém muito abaixo da média televisiva de 35 pontos no IBOPE<sup>8</sup> no mesmo ano.

O apresentador e editor chefe do Jornal Nacional, William Bonner, é figura conhecida e membro ativo na rede, com 5.007.758 seguidores. Ele expõe não só relatos de sua vida pessoal, como interage com a audiência do telejornal, o que aproxima a sua imagem ao espectador e reforça o vínculo de confiança estabelecido com as audiências. Sua conta, “@realwbonner”,<sup>9</sup> mas no período estudado ele se ausentou da rede durante, sem qualquer post relacionado ao tema.

---

<sup>6</sup> <https://twitter.com/JNTVGloboBrasil>: Acesso 14/01/2014

<sup>7</sup> Com base na atualização de 20/01/2014, o valor de um ponto do IBOPE na sua medição de audiência de televisão aberta no Brasil é de 641.286 indivíduos no Painel Nacional de Televisão (<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/ibope-reajusta-valor-do-ponto-de-audiencia>). Em 2016, a pontuação no Painel Nacional de Televisão foi ajustada para 240.886 lares. (<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/ibope-reajusta-valor-do-ponto-de-audiencia-em-2016>)

<sup>8</sup> [http://comercial.redeglobo.com.br/programacao\\_jornalismo/jnac5\\_ap.php](http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php)

<sup>9</sup> Disponível em <https://twitter.com/realwbonner>

### 4.2.3 Facebook

Através de sua página oficial no Facebook<sup>10</sup>, o Jornal Nacional utiliza a rede social para anunciar que o telejornal está no ar, além de pautas que estarão presentes no noticiário no mesmo dia até hoje. Com 3.310.932 curtidas (número equivalente ao número de pessoas que recebem as postagens), a página não é alimentada regularmente e não oferece qualquer forma de interação com o internauta/ espectador, além de permitir seus comentários. Em fevereiro de 2016 o número de seguidores da página já alcançou 7.410.369.

O alcance das mensagens publicadas na rede social podem ser medidas através de uma comparação entre o número de curtidas dos internautas com os pontos de audiência do IBOPE do Jornal Nacional na televisão, assim como o Twitter. O número de seguidores do perfil do JN no Facebook é bastante expressivo, considerando que ele atingiria uma média de 15 pontos do IBOPE, em comparação à média de 35 pontos de audiência da televisão.

Durante o período analisado foram realizadas duas postagens. No entanto, somente uma delas com tema relativo às manifestações.

- No dia 18/06: “O JN está no ar!”, que recebeu 5 715 curtidas, 825 comentários e 83 compartilhamentos.
- No dia 20/06: “Veja informações da chegada de manifestantes para novos protestos pelo país no Jornal Nacional: <http://glo.bo/14MLy14>”, que recebeu 1 159 curtidas, 311 comentários e 56 compartilhamentos.

Em seus comentários, os internautas debatem, criticam e tentam construir um diálogo com o telejornal, mesmo sem resposta direta da produção do telejornal. No entanto, é importante ressaltar que o Facebook é a única mídia em que o JN está presente oficialmente em que é possível que os internautas interajam de fato.

A identificação dos comentários foi realizada a partir da análise de cada comentário individualmente, assumindo quatro formas de classificação sugeridas por Becker (2014): elogios ao telejornal, crítica, humor, informações complementares e neutros. Após a classificação, foi gerada a tabela quantitativa abaixo, que demonstra a relação dos tipos de comentários:

#### QUADRO B

---

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/JornalNacional>

	Elogios	Crítica	Humor	Informações Complementares	Neutros	Total
Número de comentários	117	353	92	133	219	914

Seguem abaixo alguns exemplos classificados em cada um dessas categorias foram selecionados:

1. Elogios:

“PARABÉNS X 10000000! A cobertura das manifestações está maravilhosamente bem colocada. Repassa arrepios a quem assiste e compreende os manifestos em todos os locais. Os dois lados estão sendo respeitados e apresentados de forma pacífica e democrática. Seria interessante transformar essas imagens, filmes, sons e demais arquivos em um super documentário: O acordar de uma nação democrática no amanhecer de uma sociedade sedenta por justiça.” (Francisco de Almeida, 18 de junho de 2013 às 22:09)

“Estou assistindo, melhor jornal da tv brasileira.” (Luiz Alberto Yacabo, 18 de junho de 2013 às 21:51)

2. Crítica:

“o jornal nacional so passa o que eles querem, e muitos acreditam no que eles falam, a globo é uma emissora que manipula as pessoas. Fora globo.” (Josiel Chaves, 18 de junho de 2013 às 21:48)

“ #GloboLixo !!!!” (Augusto Nunes, 18 de junho de 2013 às 21:43)

3. Humor:

“liga pra fatima assistir vc boner!kkkkkkkkkkkkkkkk (18 de junho de 2013 às 21:43)

“O bonner voltou kkkkkkkk! (Rodrigo Luiz, 18 de junho de 2013 às 21:51)

4. Informações Complementares:

“Huhuu uu .. to gostando de ver o povo se manifestando. Mas violência e quebra-quebra tá por fora !! Podíamos aproveitar esse momento de nosso país e aprendermos bem como funciona outras formas de governo, em outros países que é modelo de vida pra todos. Assim, a gente sabendo e entendendo uma melhor forma de governo, a gente vai às ruas pedir um plebiscito (de novo) pra mudar de forma de governo. É o único jeito do Brasil tomar jeito. Única maneira de acabar com os corruptos, que entram pra política pra beneficio próprio e o povo que

se dane !!!  
Vamos pensar nessa mudança ....É a hora gente!  
Essa "democracia" que tá ai ... é só isso que vamos ver ...  
Vamos pensar, aprender e mudar !!!!” (Alcy Rodrigues Vicente, 18 de junho de 2013 às 22:10)

“Em carapicuíba esta acontecendo uma manifestação e esta conseguindo atingir as cidades osasco. Barueri. Jandira itapevi e sentido a sorocaba. Pq esta parando a castelo branco” (Edione Cintia Dos Santos, 20 de junho de 2013 às 19:07)

#### 5. Neutros: <sup>11</sup>

“Mostra Volta Redonda - estado do Rio” (Márcia Gomes Do Nascimento, 20 de junho de 2013 às 20:43)

“Já estou assistindo...” (Cielly Cris, 18 de junho de 2013 às 21:49)

O total de comentários classificados mostra uma discrepância com o número de comentários existentes indicados pela rede social, inicialmente de 1 136. No entanto, só foram classificados 914. O usuário Cristiano Falk fez o seguinte comentário: “É impressão minha ou a Globo está CENSURANDO os comentários????????????????????? Cadê a LIBERDADE DE EXPRESSÃO????????????????????? Cadê a VERDADE?(18 de junho de 2013 às 22:46), indicando que parte dos comentários possam ter sido excluídos da página. Outra justificativa possível é de um erro técnico na contagem do Facebook .

### 4.2.4 Smartphone

Ao inserir "globo jornal nacional" na loja de aplicativos de um smartphone, durante o período de coleta de dados deste estudo de caso, apareciam duas opções oficiais que permitiam a visualização de conteúdo sobre a programação da TV Globo. Em 2016, estes aplicativos não estão mais disponíveis a partir desta inserção de busca, no entanto eles eram parte do ambiente midiático do Jornal Nacional no período aqui analisado e seguem sendo relevantes para o propósito da pesquisa.

#### 1. Aplicativo “globo.tv”

Este aplicativo permite acessar a programação dos canais da Tv Globo e dos canais Globosat. Ao acessar a página do JN, são oferecidos os VTs que foram ao ar em

---

<sup>11</sup> Esta categoria engloba os comentários que não expressavam opinião sobre o próprio telejornal, que não adicionavam novas informações, ou ajudavam a construir conteúdo e os comentários indecifráveis



cada data, assim como o site do G1. É possível visualizar todas as edições, no entanto continua não havendo espaço para comentários dos internautas/espectadores ou para alguma outra forma de troca entre o telejornal e os usuários.

O conteúdo encontrado para o período observado é o mesmo, no mesmo formato e com as mesmas possibilidades de interação que o apresentado no G1.<sup>12</sup>

## 2. Aplicativo “com\_vc”

Este aplicativo permite que o usuário acesse qualquer programa da TV Globo de sua preferência. Através dele é possível visualizar a sinopse do Jornal Nacional e seu horário.

Como opções disponíveis, são oferecidos: o alarme, que notifica em seu celular que o JN está entrando no ar, a visitação do site (que redireciona para o site do JN no G1), o twitter oficial, o facebook oficial e a possibilidade de convidar amigos a assistirem ao jornal através do compartilhamento via facebook, twitter ou email.

## 4.3 Interpretação dos dados

A partir da coleta de dados realizada é possível observar que o único canal pelo qual a audiência tem possibilidade real de interagir com o conteúdo do Jornal Nacional é no Facebook, criticando, elogiando, sugerindo pautas e enviando informações complementares. As outras mídias articuladas ao noticiário não oferecem possibilidade de interação dos internautas e dos espectadores com o telejornal, somente a de compartilhamento do conteúdo através de redes específicas, o que não permite que adicionem informações à cobertura do telejornal.

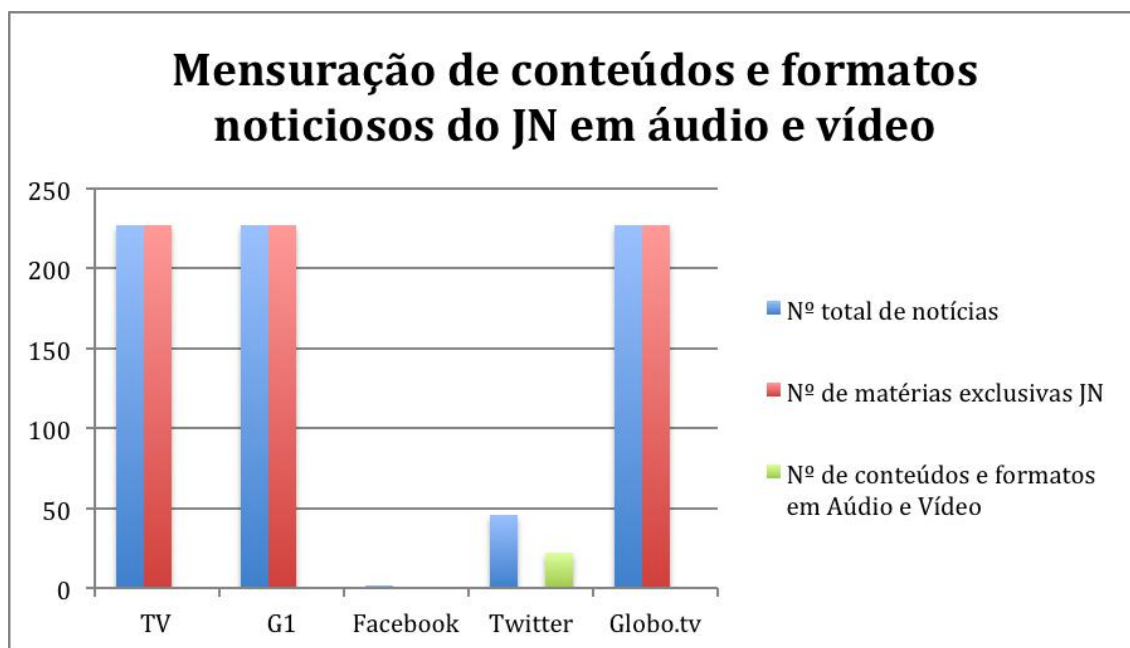
Dito isso é interessante reparar que o JN só realizou duas publicações na rede social durante o período estudado, um período em que a efervescência das redes sociais estava em seu ápice e a juventude mostrava a força que essas redes ganhavam em intensos fluxos de informação. Este movimento estava na contramão do trabalho realizado pela grande mídia e, portanto, houve uma retaliação muito grande à ela, nas ruas e principalmente na internet, como pôde-se observar pelo números de comentários de críticas negativas (323 – maioria dos comentários) nos posts do Facebook do JN. A rede social se tornou, durante este período, um local hostil para a entrada do Jornal

---

<sup>12</sup> <http://globoTV.globo.com/rede-globo/jornal-nacional/>

Nacional, que optou por não se expor na única rede em que era possível estar vulnerável aos comentários e ao diálogo direto com sua audiência. Durante o período estudado foram exibidas em média 25 *video-tapes* (VTs) sobre as manifestações, ou seja, um número considerável de reportagens, e ainda assim esses conteúdos e formatos em áudio e vídeo foram timidamente disponibilizados na página do Facebook e na conta do Twitter do telejornal. A produção total de matérias do telejornal no período ultrapassou a marca de 200 reportagens. Contudo, a página do Facebook e a conta do Twitter vinculadas ao noticiário não foram alimentadas como dispositivos e telas alternativas à cobertura televisiva e produziram conteúdos próprios pouco expressivos. O Twitter apenas reproduziu conteúdos no formato de áudio e vídeo através de links para transmissão da cobertura ao vivo no site do Jornal Nacional, do G1. O gráfico abaixo representa a relação entre os conteúdos produzidos pelo JN e como eles circularam no ambiente midiático onde o telejornal estava inserido no período estudado, revelando que os conteúdos noticiosos audiovisuais acessados são majoritariamente os produzidos pelo próprio noticiário.

GRÁFICO 01



Fonte: Elaborado pela autora

Além disto, foi possível verificar que a maior todos os conteúdos em áudio e vídeo que circulam no ambiente midiático onde o JN está inserido é produzido pelo próprio noticiário. O conteúdo televisivo não é repensado para as redes, mas sim reproduzido em sua íntegra, o que comprova que a presença do JN nas novas mídias não é orgânica neste período, mas uma resposta à necessidade de adaptação do noticiário e

das mídias tradicionais aos processos de comunicação estabelecidos pelos usos das mídias emergentes. Se a audiência passa a deslocar sua presença para novos dispositivos, telas e espaços virtuais, a resposta é deslocar os conteúdos para estes novos espaços (assim como acontece com outros produtos midiáticos além do jornalismo, como a publicidade e o cinema). No entanto, não há uma produção de conteúdo do telejornal que busque linguagem inovadoras para a *web*, o formato é exatamente o mesmo. Contudo, o Jornal Nacional manteve sua audiência neste período. Esta análise revela que apesar das possibilidades abertas pelas apropriações das tecnologias digitais para a produção audiovisual noticiosa, a mídia tradicional ainda desempenha papel relevante como principal fonte de informação para a maioria da população.

O telejornalismo ainda exerce centralidade enquanto ator social na construção dos discursos e coberturas midiáticas em sua forma e conteúdo apesar dos recursos e ferramentas da internet e das mídias sociais, como sugeriu a hipótese desta monografia. A inserção do principal telejornal brasileiro, o Jornal Nacional, em um ambiente midiático em expansão não modificaram a função objetiva ou subjetiva do telejornalismo brasileiro e comprova-se que o papel da televisão ainda existe enquanto lugar de referência na sociedade.

A partir do estudo da cobertura jornalística das manifestações de junho percebemos os primeiros passos do telejornal na tentativa de se apropriar do espaço da *web*, em um processo de expansão para novas plataformas e dispositivos, que permitiriam um novo patamar de aproximação com a audiência na era da convergência. No entanto, é possível afirmar que esta aproximação não permitiu um diálogo direto com a audiência a ponto de que ela pudesse contribuir para uma maior multiplicidade de vozes e informações na produção dos conteúdos do telejornal.

Se por um lado as experiências das mídias independentes durante os protestos projetavam um futuro próximo de descentralização do discurso midiático através da internet e das mídias sociais, hoje percebemos que elas não tiveram fôlego ou força para seguir disputando a hegemonia dos veículos tradicionais. Estes, por outro lado, se inserem no espaço virtual demonstrando uma tentativa de adaptação na era da convergência das mídias. Nota-se, entretanto, que a presença do Jornal Nacional em redes como o Facebook e o Twitter são o único canal em que a audiência tem possibilidade de diálogo com o jornal, que por sua vez não responde diretamente a essas intervenções, impossibilitando o deslocamento do receptor para o local de coprodutor enquanto colaborador do processo de produção das notícias. (BECKER, 2014).

Os conteúdos compartilhados são os mesmos conteúdos que vão ao ar na televisão restando ao público a função de interpretar, mesmo que de maneira crítica, as notícias nas disposições e configurações do discurso do noticiário televisivo, que segue pautando e agendando as suas interpretações do real. Fica claro, contudo, através da análise dos comentários no Facebook, que de fato é possível que os modos da recepção atribuir sentidos ao acontecimento sejam muitas vezes distintos da intenção da produção e dos editores do telejornal. Percebe-se uma crescente crítica às formas de contar os fatos do JN. O maior número de comentários (353) na rede foram críticos ao jornal. A mudança de postura da cobertura do telejornal ao longo do período estudado ao relativizar as ações dos manifestantes é bastante simbólica, pois demonstra uma busca de adaptação às formas como conteúdos em áudio e vídeo são produzidos na Internet, assim como a aceitação do público.

## 5. Considerações Finais

Como observamos durante o terceiro capítulo, a linguagem audiovisual possui diversas camadas de construção de sentido. Sob essa perspectiva, a análise do estudo de caso apresentado nesta monografia, revela que a edição das imagens e as posições da câmera, dos repórteres e dos personagens que aparecem nas matérias, indicam uma permanência de discursos previamente estabelecidos pela produção, os quais marginalizam as manifestações. O noticiário poderia ter optado por colocar em pauta as reivindicações dos grupos sociais que foram às ruas para que tivessem suas vozes escutadas. Mas o que prevaleceu na cobertura foi a manutenção da ordem, por meio, especialmente, dos valores atribuídos à força policial.

Essas representações subjetivas tem impacto direto na percepção do público da realidade. Em acordo com autores citados ao longo deste trabalho, principalmente durante o segundo capítulo, a construção da realidade cotidiana é estabelecida através de combinações entre textos verbais e imagens, e, não exatamente, de uma representação da diversidade da experiência cotidiana. Mas os modos dos telejornais contarem a história influenciam a construção da consciência coletiva em todo o País. Opiniões são formadas e discussões são travadas em tecidos sociais diversos a partir da experiência assistida pela tela da tevê e da recepção de mensagens que foram codificadas sob o ponto de vista do telejornal, as quais serão interpretadas de diversas formas por seus receptores a partir de distintos repertórios socioeconômicos, culturais e geográficos.

As considerações de Stuart Hall (2004) sobre o processo comunicacional foram centrais para o desenvolvimento da hipótese deste trabalho, assim como para a interpretação dos dados coletados. Além disso, as contribuições de Henry Jenkins (2006) acerca da era da convergência foram um ponto de partida importante para a compreensão das relações midiáticas que o Jornal Nacional constrói, em consonância com uma tendência comunicacional de ordem mundial. Milton Pinto e Norman Fairclough, por outro lado, colaboraram para a elaboração de reflexões aqui sistematizadas sobre os modos que os discursos circulam nos meios de comunicação, o que demanda o entendimento das camadas de sentido das mensagens da mídia.

Desse modo, foi possível compreender como relações de poder são construídas nos processos de comunicação midiáticos, questão relevante para refletir a relação estabelecida entre a mídia tradicional e a sociedade. Contudo, os processos de

comunicação da mídia devem ser enxergados como um bem social, por mais que sejam regidos por empresas e instituições públicas e privadas, eles têm uma função social que vai além do entretenimento e do aproveitamento do desenvolvimento tecnológico em acordo com o interesse do capital. O telejornalismo ainda é o principal portal de conhecimento do País e o impacto de seus produtos tem forte influência no cotidiano político, social e econômico do Brasil.

As mudanças que estão em curso me parecem extremamente necessárias e podem apontar para um futuro em que a comunicação possa de fato ser democratizada e funcionar para potencializar a ação social e a cidadania, e a televisão possa se constituir em um canal efetivamente dialógico de debates, como sugere a teoria da praça pública. Espera-se portanto que este trabalho tenha contribuído para a percepção das mudanças que ocorrem no jornalismo audiovisual, com enfoque na constante expansão que os meios de comunicação alcançam, acompanhando a dinâmica tecnológica, política e mercadológica global. Por essa razão, fica evidente a necessidade de observar a atuação da grande mídia no ambiente digital e de expandir esta pesquisa, investigando formas possíveis de se conciliar o potencial da web de desconstrução dos padrões normativos da mídia tradicional com o potencial comunicacional do telejornalismo, um ator social relevante na construção da experiência política, social e cultural da sociedade brasileira.

Esta monografia representa um conjunto de aprendizados e experiências da minha formação universitária. O processo de investigação sobre o papel do telejornalismo na sociedade brasileira, que se iniciou mais profundamente em 2013 como bolsista PIBIC, refletiu tanto uma vontade de cunho pessoal quanto uma necessidade de aprofundar meus conhecimentos sobre esta prática social na minha formação em Jornalismo. O estudo do meio televisivo, o qual considero o mais representativo das relações que a mídia constrói como ator social atuante e com voz na sociedade, me permitiu crescer e abriu portas para outras possibilidades de desenvolvimento acadêmico na universidade .

Este estudo é uma tentativa de compreender os processos de comunicação na era digital e os encontros do tradicional com o novo que está sempre em mutação. A era da convergência e da Internet representa a mudança constante dos paradigmas da comunicação e disputas entre os meios de comunicação,, sob a influência de uma participação maior das audiências. Considero fundamental a compreensão deste movimento para que a comunicação seja cada vez mais um instrumento de mudança social.

## 6. Referências Bibliográficas:

BARA, Gilze *et al.* A queda da bancada e as mudanças históricas na cena de apresentação dos telejornais: em busca da aproximação e criação de identidade com o público. IN: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ouro Preto, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1829-1.pdf>> Acesso em 25 nov. 2014.

BECKER, Beatriz; MACHADO, Monica. Brasil entre as telas e as ruas: produção e consumo das narrativas jornalísticas audiovisuais sobre os protestos nacionais de junho de 2013. IN: Cômpos 2014 - XXIII COMPOS: BELÉM/PA <[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT10\\_ESTUDOS\\_DE\\_JORNALISMO/templatecompos2014valendobecker\\_2231.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT10_ESTUDOS_DE_JORNALISMO/templatecompos2014valendobecker_2231.pdf)> Acesso em 18 de outubro de 2015.

BECKER, Beatriz. Mapeamento das pesquisas em Telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmicocientífica de 2010 a 2014. *Revista Famecos*, Porto Alegre, 2015, V. 22, 2004.

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534/13483>> Acesso em 10 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_. Midia e Jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *Matrizes: Revista do Programa de PósGraduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 5, 2012a.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: *Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura*. Vol. 1. Editora Brasiliense, São Paulo, 1994.

CORREIA, João Carlos; PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu (org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

DELEUZE, Gilles. Post-Scriptum Sobre As Sociedades De Controle. In: *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992, p. 219-226.

ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. 4ª Edicao. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1984.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília, UNB, 2001.

FERREIRA, Giovandro Marcus; SAMPAIO, Adriano de Oliveira. Entre o telejornal e a recepção: a construção do posicionamento discursivo do Jornal da Record

Universidade Federal da Bahia. *Revista Famecos*, Porto Alegre, 2011, V. 18, n. 1  
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8804/6168>  
> Acesso em 20 de outubro de 2015.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*, Rio de Janeiro, Graal, 1985.

HALL, Stuart. *Da Diáspora*. Editora da UFMG, Belo Horizonte, 2003.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. Editora Aleph São Paulo, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada*. Companhia das Letras, São Paulo 2011.

MACHADO, Arlindo. *Vozes do Telejornal in A Televisão Levada a Sério*. 3a Ed. Editora Senac, São Paulo, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. Tradução: Jacob Gorender. Editora SENAC, São Paulo, 2001.

PESQUISA DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Disponível em:  
<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> Acesso em 27 de novembro de 2015.

PINTO, Milton. *Comunicação e Discurso. Introdução à Análise do Discurso*. São Paulo, Hacker Editores, 1999.

SODRÉ, Muniz. *As Estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política*. Editora Vozes, Rio de Janeiro, 2006.

VIZEU, Alfredo *et al.* *O construtivismo no telejornalismo e a realidade expandida: mudanças nas rotinas de edição e produção de sentidos nas notícias*. IN: 10º Encontro SBPJor, Curitiba, 2012. Disponível em:  
<[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes\\_coordenadas/aguada\\_miranda\\_cabral\\_alfredo\\_vizeu\\_elisa\\_jacques.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes_coordenadas/aguada_miranda_cabral_alfredo_vizeu_elisa_jacques.pdf)> Acesso em 13 de novembro de 2015.

ZILLER, Joana. *Contrastes entre as imagens do Jornal Nacional e as independentes*. *Revista Liinc*. Rio de Janeiro, V. 10, n.1. Disponível em:  
<<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/663/477>> Acesso em 24 de janeiro de 2016.



## ANEXO A

- **13/06:** Estão disponibilizados 25 vídeos, dos quais 7 são relativos às manifestações.

1. “Avenida Paulista segue bloqueada nos dois sentidos por causa dos protestos” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/avenida-paulista-segue-bloqueada-nos-dois-sentidos-por-causa-dos-protestos/2633646/>  
(2 compartilhamentos Google+ e 3 curtidas via Facebook)
2. “Manifestantes entram em confronto com a polícia no Rio de Janeiro” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-entram-em-confronto-com-a-policia-no-rio-de-janeiro/2633640/>  
(89 curtidas via Facebook)
3. “Manifestantes protestam contra possibilidade de reajuste nas passagens em porto alegre” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-contra-possibilidade-de-reajuste-nas-passagens-em-porto-alegre/2633574/>  
(5 curtidas via facebook)
4. “Anistia Internacional critica repressão violenta aos protestos do RJ e SP” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/anistia-internacional-critica-repressao-violenta-aos-protestos-do-rj-e-sp/2633569/> (1 Tweet e 7 curtidas via Facebook)
5. “Governador e prefeito de São Paulo descartam reduzir preço das passagens” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/governador-e-prefeito-de-sao-paulo-descartam-reduzir-preco-das-passagens/2633568/>  
(4 Tweets e 49 curtidas via Facebook)
6. “Manifestantes faem novos protestos contra aumento das passagens no Rio” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-fazem-novos-protestos-contra-aumento-das-passagens-no-rio/2633564/>  
(2curtidas via Facebook)
7. “Manifestantes voltam as ruas de São Paulo e enfrentam a PM” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-as-ruas-de-sao-paulo-e-enfrentam-a-pm/2633556/>  
(79 curtidas via Facebook)

- **14/06:** Estão disponibilizados 18 vídeos, dos quais 7 são relativos às manifestações.

1. “Protestos contra aumento no preço das passagens de ônibus se espalham pelo Brasil” 46” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protestos-contra-aumento-no-preco-das-passagens-de-onibus-se-espalham-pelo-brasil/2635840/>  
(2 Tweets e 12 curtidas via Facebook)
2. “Manifestantes depredam prédios durante protesto contra aumento da passagem em Porto Alegre” 1’37” <http://g1.globo.com/jornal->

- [nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-depredam-predios-durante-protesto-contr-aumento-da-passagem-em-porto-alegre/2635837/](http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-depredam-predios-durante-protesto-contr-aumento-da-passagem-em-porto-alegre/2635837/)  
(52 curtidas via Facebook)
3. “Comissão de Direitos Humanos da OAB declara ser inaceitável a postura adotada pela PM” 17” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/comissao-de-direitos-humanos-da-oab-declara-ser-inaceitavel-a-postura-adotada-pela-pm/2635832/>  
(6 curtidas via Facebook)
  4. “Manifestações terminam com atos de vandalismo e três feridos no Rio” 2’17” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-terminam-com-atos-de-vandalismo-e-tres-feridos-no-rio/2635831/>  
(6 curtidas via Facebook)
  5. “Manifestações viram manchetes em jornais internacionais” 5’06” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-viram-manchetes-em-jornais-internacionais/2635829/>  
(12 curtidas via Facebook)
  6. “Capital paulista vive mais um dia de protesto contra aumento das passagens” 5’59” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/capital-paulista-vive-mais-um-dia-de-protesto-contr-aumento-das-passagens/2635824/>  
(6 Tweets, 1 compartilhamento Google+ e 114 curtidas via Facebook)
  7. “Manifestantes protestam contra valor gasto em reformas de estádios para copa” 1’35” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-contr-valor-gasto-em-reformas-de-estadios-para-copa/2635806/>  
(1 Tweet e 14 curtidas via Facebook)

- **15/06:** Estão disponibilizados 15 vídeos, dos quais 3 são relativos às manifestações.

1. “Oito mil pessoas protestam contra preço da passagem de ônibus em BH” 29” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/oito-mil-pessoas-protestam-contr-preco-da-passagem-de-onibus-em-bh/2637336/>  
(3 Tweets e 10 curtidas via Facebook)
2. “Protesto em Niterói (RJ) tem confusão e PM lança bombas de efeito moral” 31” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protesto-em-niteroi-rj-tem-confusao-e-pm-lanca-bombas-de-efeito-moral/2637335/>  
(3 curtidas via Facebook)
3. “Manifestantes protestam em frente ao estádio nacional na estreia da Copa das Confederações” 2’34” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-em-frente-ao-estadio-nacional-na-estrela-da-copa-das-confederacoes/2637334/>  
(38 curtidas via Facebook)

- **17/06:** Estão disponibilizados 23 vídeos, dos quais 15 são relativos às manifestações.

1. “Manifestantes levam faixas e cartazes para a Candelária” 39”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-levam-faixas-e-cartazes-para-a-candelaria/2639517/>  
(14 curtidas via Facebook)
2. “Cerca de dois mil manifestantes se concentram no largo da batata em São Paulo” 37”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cerca-de-dois-mil-manifestantes-se-concentram-no-largo-da-batata-em-sao-paulo/2639521/>  
(3 curtidas via Facebook)
3. “Manifestantes protestam na frente de hotel onde se hospeda seleção brasileira no Ceará” 56”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-na-frente-de-hotel-onde-se-hospeda-selecao-brasileira-no-ceara/2640092/>  
(10 curtidas via Facebook)
4. “Manifestantes se dividem pela Zona Sul de São Paulo” 53”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-se-dividem-pela-zona-sul-de-sao-paulo/2640090/>  
(4 curtidas via Facebook)
5. “Situação no Rio segue tensa” 53”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/situacao-no-rio-segue-tensa/2640089/>  
(9 curtidas via Facebook)
6. “Manifestantes se concentram na Avenida Afonso Pena em BH” 36”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-se-concentram-na-avenida-afonso-pena-em-bh/2640087/>  
(1 Tweet e 11 curtidas)
7. “Dilma diz que as manifestações pacíficas são legítimas e próprias da democracia” 1’02”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/dilma-diz-que-as-manifestacoes-pacificas-sao-legitimas-e-proprias-da-democracia/2640084/>  
(17 tweets e 1,1 mil curtidas via Facebook)
8. “Secretaria de Segurança Pública do DF identifica líderes da manifestação de sexta (14)” 2’15”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/secretaria-de-seguranca-publica-do-df-identifica-lideres-da-manifestacao-de-sexta-14/2640046/>  
(1 Tweet, 3 compartilhamentos Google+ e 128 curtidas via Facebook)
9. “Manifestantes invadem o espelho d’água e sobem teto do Congresso Nacional em Brasília” 3’21”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-invadem-o-espelho-dagua-e-sobem-teto-do-congresso-nacional-em-brasilia/2640043/>  
(111 curtidas via Facebook)
10. “Diversas capitais do país também tem dia de protesto” 2’  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/diversas-capitais-do-pais-tambem-tem-dia-de-protesto/2640032/>  
(1 Tweet e 32 curtidas via Facebook)
11. “Mais de 20 mil pessoas protestam nas ruas em Belo Horizonte” 2’41”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/mais-de-20-mil-pessoas-protestam-nas-ruas-em-belo-horizonte/2640021/>  
(1 Tweet e 7 curtidas via Facebook)

12. “Manifestação reúne 100 mil pessoas e se espalha pelo centro do Rio de Janeiro” 3’24” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacao-reune-100-mil-pessoas-e-se-espalha-pelo-centro-do-rio-de-janeiro/2640018/>  
(2 Tweets, 3 compartilhamentos Google+ e 114 curtidas via Facebook)
13. “São Paulo tem manifestação pacífica nesta segunda-feira (17)” 3’36” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/sao-paulo-tem-manifestacao-pacifica-nesta-segunda-feira-17/2640011/>  
(21 curtidas via Facebook)
14. “TV Globo faz reportagens sobre as manifestações desde o início” 21” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tv-globo-faz-reportagens-sobre-as-manifestacoes-desde-o-inicio/2640010/>  
(7 Tweets, 4 compartilhamentos Google+ e 178 curtidas via Facebook)
15. “Cerca de 65 mil pessoas protestam contra aumento da tarifa do transporte público em SP” 4’16” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cerca-de-65-mil-pessoas-protestam-contr-aumento-da-tarifa-do-transporte-publico-em-sp/2640004/>  
(4 Tweets e 41 curtidas via Facebook)

- **18/06:** Estão disponibilizados 30 vídeos, dos quais 25 são relativos às manifestações.

1. “Governo de Minas Gerais pede ajuda federal para segurança no estado” 53” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/governo-de-minas-gerais-pede-ajuda-federal-para-seguranca-no-estado/2642256/>  
(1 Tweet e 6 curtidas via Facebook)
2. “Polícia Militar isola prédio da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo” 45” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/policia-militar-isola-predio-da-secretaria-de-seguranca-publica-de-sao-paulo/2642248/>  
(1 curtida via Facebook)
3. “Brasileiros fazem protestos no exterior em apoio à reivindicações feitas no Brasil” 1’03” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/brasileiros-fazem-protestos-no-exterior-em-apoio-a-reivindicacoes-feitas-no-brasil/2642246/>  
(1 Tweet e 154 curtidas via Facebook)
4. “Passeata reúne oito mil manifestantes em Juazeiro do Norte no Ceará” 24” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/passeata-reune-oito-mil-manifestantes-em-juazeiro-do-norte-no-ceara/2642241/>  
(1 Tweet, 4 compartilhamentos Google+ e 277 curtidas via Facebook)
5. “Manifestantes deixam a Avenida Paulista” 39” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-deixam-a-avenida-paulista/2642237/>  
(3 curtidas via Facebook)
6. “Presidente da FIFA diz que entidade está acompanhando as manifestações” 14” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/presidente-da-fifa-diz-que-entidade-esta-acompanhando-as-manifestacoes/2642229/>  
(8 curtidas via Facebook)

7. “Felipão fala sobre protestos que ocorrem em diversas cidades brasileiras” 1’31” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/felipao-fala-sobre-protestos-que-ocorrem-em-diversas-cidades-brasileiras/2642228/>  
(1 Tweet e 6 curtidas via Facebook)
8. “Manifestantes começam a deixam a Avenida Paulista” 41” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-comecam-a-deixam-a-avenida-paulista/2642223/>
9. “Protestos no Brasil ganham destaque na imprensa internacional” 10” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protestos-no-brasil-ganham-destaque-na-imprensa-internacional/2642221/>  
(2 Tweets, 2 compartilhamentos Google+ e 11 curtidas via Facebook)
10. “Outras cidades brasileiras também realizam manifestações” 35” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/outras-cidades-brasileiras-tambem-realizam-manifestacoes/2642217/>  
(4 Tweets e 188 curtidas via Facebook)
11. “Prefeitura de Porto Alegre vai propor redução no preço das passagens” 1’48” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/prefeitura-de-porto-alegre-vai-propor-reducao-no-preco-das-passagens/2642213/>
12. “Manifestantes fazem protesto contra aumento do custo de vida em Florianópolis” 59” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-fazem-protesto-contr-aumento-do-custo-de-vida-em-florianopolis-sc/2642209/>  
(10 Tweets e 24 curtidas via Facebook)
13. “Passeatas em Vitória e Curitiba terminam em tumulto” 38” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/passeatas-em-vitoria-e-curitiba-terminam-em-tumulto/2642208/>  
(12 curtidas via Facebook)
14. “Em Belo Horizonte nove manifestantes ficam feridos em confrontos” 1’44” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/em-belo-horizonte-nove-manifestantes-ficam-feridos-em-confrontos/2642207/>  
(2 curtidas via Facebook)
15. “Distrito Federal nega relação de servidores com manifestação de sexta-feira(14)” 51” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/distrito-federal-nega-relacao-de-servidores-com-manifestacao-de-sexta-feira-14/2642206/>  
(5 curtidas via Facebook)
16. “Manifestantes conseguem subir no teto do Congresso Nacional em Brasília” 1’25” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-conseguem-subir-no-teto-do-congresso-nacional-em-brasilia/2642205/>  
(2 Tweets e 12 curtidas via Facebook)
17. “Manifestants fazem protesto pacífico em São Gonçalo no Rio de Janeiro” 55” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-fazem-protesto-pacifico-em-sao-goncalo-no-rio-de-janeiro/2642201/>  
(2 curtidas via Facebook)

18. “Sérgio Cabral diz que está aberto para ouvir manifestantes” 2’28”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/sergio-cabral-diz-que-esta-aberto-para-ouvir-manifestantes/2642200/>  
(78 curtidas via Facebook)
19. “Grupo de manifestantes depreda centro histórico do Rio de Janeiro” 3’12”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-de-manifestantes-depreda-centro-historico-do-rio-de-janeiro/2642197/>  
(48 curtidas via Facebook)
20. “Milhares de pessoas fazem passeata pacífica e histórica no Rio de Janeiro” 2’46”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/milhares-de-pessoas-fazem-passeata-pacifica-e-historica-no-rio-de-janeiro/2642193/>  
(1 Tweet e 57 curtidas via Facebook)
21. “Dilma Rousseff fala pela primeira vez sobre onda de protestos” 1’35”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/dilma-rousseff-fala-pela-primeira-vez-sobre-onda-de-protestos/2642186/>  
(35 curtidas via Facebook)
22. “Prefeito de São Paulo abre possibilidade de rever o preço das passagens de ônibus” 2’10”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/prefeito-de-sao-paulo-abre-possibilidade-de-rever-o-preco-das-passagens-de-onibus/2642183/>(11 curtidas via Facebook)
23. “Grupo tenta invadir sede do governo de São Paulo” 1’46”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-tenta-invadir-sede-do-governo-de-sao-paulo/2642178/>  
(3 curtidas via Facebook)
24. “Grupo de manifestantes atea fogo em carro de reportagem em São Paulo” 2’3”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-de-manifestantes-atea-fogo-em-carro-de-reportagem-em-sao-paulo/2642177/>  
(2 Tweets e 14 curtidas via Facebook)
25. “Mais de 65 mil manifestantes caminham por seis horas em São Paulo” 2’55”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/mais-de-65-mil-manifestantes-caminham-por-seis-horas-em-sao-paulo/2642174/>  
(2 Tweets e 2 curtidas via Facebook)
26. “Manifestantes voltam às ruas de São Paulo nesta terça-feira(18)” 5’05”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-as-ruas-de-sao-paulo-nesta-terca-feira-18/2642169/>  
(1 Tweet e 73 curtidas via Facebook)

- **19/06:** Estão disponibilizados 30 vídeos, dos quais 19 são relativos às manifestações.

1. “Situação segue tensa durante manifestação em Niterói” 47”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/situacao-segue-tensa-durante-manifestacao-em-niteroi/2644470/>  
(1 Tweet e 7 curtidas via Facebook)
2. “Uma das pistas da Avenida Paulista segue fechada por causa de protesto” 47”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/uma-das-pistas-da-avenida-paulista-segue-fechada-por-causa-de-protesto/2644470/>



- [pistas-da-avenida-paulista-segue-fechada-por-causa-de-protesto/2644468/](http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pistas-da-avenida-paulista-segue-fechada-por-causa-de-protesto/2644468/)  
(6 curtidas via Facebook)
3. “Manifestações no Brasil viram destaque na imprensa internacional” 1’13”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-no-brasil-viram-destaque-na-imprensa-internacional/2644463/>  
(1 Tweets e 13 curtidas via Facebook)
  4. “ Grupo de manifestantes toma o pátio do alácio do governo em São Luís(MA)” 34” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-de-manifestantes-toma-o-patio-do-alacio-do-governo-em-sao-luis-ma/2644461/>  
(7 Tweets, 2 compartilhamentos Google+ e 335 curtidas via Facebook)
  5. “Protesto deixa trânsito confuso em São Paulo” 44”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protesto-deixa-transito-confuso-em-sao-paulo/2644448/>  
(2 curtidas via Facebook)
  6. “Trânsito é liberado na ponte Rio Niterói” 42” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/transito-e-liberado-na-ponte-rio-niteroi/2644446/>
  7. “Protestos em Fortaleza terminam em confronto violento entre policiais e manifestantes” 2’36” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protestos-em-fortaleza-terminam-em-confronto-violento-entre-policiais-e-manifestantes/2644424/>  
(1 Tweet e 3 curtidas via Facebook)
  8. “Grupo de manifestantes tenta invadir prédio da prefeitura de São Paulo” 6’31” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-de-manifestantes-tenta-invadir-predio-da-prefeitura-de-sao-paulo/2644420/>  
(4 Tweets e 53 curtidas via Facebook)
  9. “Manifestantes protestam na Região do Lagos do Rio e no sudoeste da Bahia” 35” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-na-regiao-dos-lagos-do-rio-e-no-sudoeste-da-bahia/2644419/>  
(1 Tweet e 72 curtidas via Facebook)
  10. “Manifestantes fecham trânsito de avenida em Brasília durante protesto pacífico” 1’19” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-fecham-transito-de-avenida-em-brasilia-durante-protesto-pacifico/2644418/>  
(5 curtidas via Facebook)
  11. “Trânsito na ponte Rio Niterói é liberado” 1’20”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/transito-na-ponte-rio-niteroi-e-liberado/2644411/>  
(2 curtidas via Facebook)
  12. “Manifestantes voltam às ruas de Belo Horizonte” 2’57”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-as-ruas-de-belo-horizonte/2644401/>
  13. “Cidades brasileiras anunciam redução das tarifas de ônibus” 2’24”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cidades-brasileiras-anunciam-reducao-das-tarifas-de-onibus/2644395/>  
(5 curtidas via Facebook)

14. “Eduardo Paes anuncia redução no preço das passagens no Rio”
15. 2’45” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/eduardo-paes-anuncia-reducao-no-preco-das-passagens-no-rio/2644386/>
16. “Polícia fecha ponte Rio Niterói durante protesto” 57”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/policia-fecha-ponte-rio-niteroi-durante-protesto/2644385/>  
(3 curtidas via Facebook)
17. “Manifestantes protestam em vários lugares da região metropolitana de São Paulo” 2’37” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-em-varios-lugares-da-regiao-metropolitana-de-sao-paulo/2644375/>  
(2 curtidas via Facebook)
18. “Milhares de pessoas interditam Rodovia Anchieta em São Paulo” 1’03”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/milhares-de-pessoas-interditam-rodovia-anchieta-em-sao-paulo/2644370/>
19. “Rio de Janeiro e São Paulo revogam aumento das passagens” 2’31”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rio-de-janeiro-e-sao-paulo-revogam-aumento-das-passagens/2644367/>  
(131 curtidas via Facebook)

- **20/06:** Estão disponibilizados 27 vídeos, dos quais 24 são relacionados com as manifestações.

1. “Pelo menos 15 mil pessoas participam de manifestação em Florianópolis” 2’54” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pelo-menos-15-mil-pessoas-participam-de-manifestacao-em-florianopolis/2646295/>  
(2 Tweets e 50 curtidas via Facebook)
2. “Grupo tenta invadir a prefeitura de Belém” 1’46”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-tenta-invadir-a-prefeitura-de-belem/2646298/>  
(3 Tweets e 41 curtidas via Facebook)
3. “Milhares de pessoas participam de manifestação no Recife” 2’  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/milhares-de-pessoas-participam-de-manifestacao-no-recife/2646305/>  
(6 Tweets, 2 compartilhamentos Google+ e 123 curtidas via Facebook)
4. “Manifestantes usam cones da polícia para fazer fogueiras no Congresso Nacional” 5’25” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-usam-cones-da-policia-para-fazer-fogueiras-no-congresso-nacional/2646404/>  
(1 Tweet e 14 curtidas via Facebook)
5. “Rio de Janeiro soma mais de 300 mil manifestantes” 34”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rio-de-janeiro-soma-mais-de-300-mil-manifestantes/2646410/>  
(2 Tweets e 38 curtidas via Facebook)
6. “Não há registro de confusão em São Paulo” 3’22”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/nao-ha-registro-de-confusao-em-sao-paulo/2646418/>  
(2 Tweets e 37 curtidas via Facebook)



7. “Manifestantes colocam fogo no Itamaraty” 6’31”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-colocam-fogo-no-itamaraty/2646422/>  
 (5 Tweets, 1 compartilhamento Google+ e 80 curtidas via Facebook)
8. “Manifestantes entram em confronto com a polícia em Porto Alegre” 1’31”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-entram-em-confronto-com-a-policia-em-porto-alegre/2646419/>  
 (4 curtidas via Facebook)
9. “Protesto no Rio termina em confronto entre manifestantes radicais e polícia” 3’31”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protesto-no-rio-termina-em-confronto-entre-manifestantes-radicaais-e-policia/2646424/>  
 (2 compartilhamentos Google+ e 4 curtidas via Facebook)
10. “Belo Horizonte faz manifestação sem nenhum tumulto” 1’08”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/belo-horizonte-faz-manifestacao-sem-nenhum-tumulto/2646427/>  
 (1 tweet e 46 curtidas via Facebook)
11. “Poucos manifestantes seguem em Goiânia” 2’15”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/poucos-manifestantes-seguem-em-goiania/2646426/>  
 (10 curtidas via Facebook)
12. “Manifestações em Florianópolis já dura cinco horas” 1’48”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-em-florianopolis-ja-dura-cinco-horas/2646434/>  
 (3 curtidas via Facebook)
13. “Manifestantes radicais ateam fogo em cabine da polícia militar no Rio de Janeiro” 53”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-radicaais-ateiam-fogo-em-cabine-da-policia-militar-no-rio-de-janeiro/2646438/>  
 (3 compartilhamentos Google+ e 3 curtidas via Facebook)
14. “Manifestantes de Salvador não conseguem chegar ao Estádio Fonte Nova” 1’20”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-de-salvador-nao-conseguem-chegar-ao-estadio-fonte-nova/2646437/>  
 (11 curtidas via Facebook)
15. “Tumulto marca manifestação em Vitória(ES)” 1’31”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tumulto-marca-manifestacao-em-vitoria-es/2646447/>  
 (4 curtidas via Facebook)
16. “Manifestação chega ao fim no Recife” 1’52”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacao-chega-ao-fim-no-recife/2646446/>  
 (5 curtidas via Facebook)
17. “Policiais atiram bombas de gás lacrimogêneo em manifestantes de porto alegre” 1’52”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/policiais-atiram-bombas-de-gas-lacrimogeneo-em-manifestantes-de-porto-alegre/2646450/>  
 (14 curtidas via Facebook)

18. "Tumulto em frente a prefeitura de Campinas" 43"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tumulto-em-frente-a-prefeitura-de-campinas/2646452/>  
(21 curtidas via Facebook)
19. "Palácio do Itamaraty reforça o policiamento" 4'42"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/palacio-do-itamaraty-reforca-o-policiamento/2646462/>
20. "Manifestação termina em confronto em frente ao Tribunal de Justiça do Espírito Santo" 1'19"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacao-termina-em-confronto-em-frente-ao-tribunal-de-justica-do-espirito-santo/2646463/>  
(2 curtidas via Facebook)
21. "Manifestantes do Rio são obrigados a voltar para a Candelária" 1'05"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-do-rio-sao-obrigados-a-voltar-para-a-candelaria/2646473/>  
(3 compartilhamentos Google+ e 2 curtidas via Facebook)
22. "Situação é controlada no prédio do Itamaraty em Brasília" 1'45"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/situacao-e-controlada-no-predio-do-itamaraty-em-brasilia/2646474/>  
(2 curtidas via Facebook)
23. "Jovem morre atropelado durante manifestação em Ribeirão Preto" 1'40"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/jovem-morre-atropelado-durante-manifestacao-em-ribeirao-preto-sp/2646476/>  
(2 curtidas via Facebook)
24. "Vândalos depredam cabine de polícia no Rio" 2'35"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/vandalos-depredam-cabine-da-policia-no-rio/2646496/>  
(3 curtidas via Facebook)

- **21/06:** Estão disponibilizados 28 vídeos, dos quais 23 são relacionados às manifestações.

1. "Vândalos tentam atear fogo no prédio do Ministério das relações exteriores em Brasília" 2'51"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/vandalos-tentam-atear-fogo-no-predio-do-ministerio-das-relacoes-exteriores-em-brasilia/2648950/>  
(2 curtidas via Facebook)
2. "Cerca de 500 manifestantes estão na Frente do Prédio onde mora governador do Rio" 43"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cerca-de-500-manifestantes-estao-na-frente-do-predio-onde-mora-governador-do-rio/2648980/>  
(1 Tweet e 17 curtidas via Facebook)
3. "Grupo de manifestantes volta a bloquear trecho da BR 040 em Minas Gerais" 17"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/grupo-de-manifestantes-volta-a-bloquear-trecho-da-br-040-em-minas-gerais/2648978/>
4. "Manifestações em todo o Brasil voltam a ganhar destaque na imprensa internacional" 1'31"  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-em-todo-o-brasil-voltam-a-ganhar-destaque-na-imprensa-internacional/2648978/>

- [nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-em-todo-o-brasil-voltam-a-ganhar-destaque-na-imprensa-internacional/2648976/](http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-em-todo-o-brasil-voltam-a-ganhar-destaque-na-imprensa-internacional/2648976/)  
(1 Tweet e 21 curtidas via Facebook)
5. “Veja imagens dos protestos em todas as regiões do Brasil” 1’48”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/veja-imagens-dos-protestos-em-todas-as-regioes-do-brasil/2648974/>  
(3 Tweets, 1 compartilhamento Google+ e 221 curtidas via Facebook)
  6. “CNBB apoia manifestações que tomam conta do Brasil” 28”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cnbb-apoia-manifestacoes-que-tomam-conta-do-brasil/2648972/>  
(8 curtidas via Facebook)
  7. “Representantes do Movimento Passe Livre anunciam fim dos protestos em São Paulo” 2’09”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/representantes-do-movimento-passe-livre-anunciam-fim-dos-protestos-em-sao-paulo/2648964/>  
(10 Tweets e 111 curtidas via Facebook)
  8. “Cerca de 100 mil pessoas participam da manifestação desta quinta(20 em São Paulo” 2’23”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cerca-de-100-mil-pessoas-participam-da-manifestacao-desta-quinta-20-em-sao-paulo/2648960/>  
(3 Tweets e 4 curtidas via Facebook)
  9. “Rodovia Castelo Branco é liberada nos dois sentidos em São Paulo” 42”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rodovia-castelo-branco-e-liberada-nos-dois-sentidos-em-sao-paulo/2648955/>  
(1 curtida via Facebook)
  10. “Trânsito é complicado em rodovia de São Paulo por cause de manifestação” 49”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/transito-e-complicado-em-rodovia-de-sao-paulo-por-cao-de-manifestacao/2648952/>
  11. “Manifestação reúne milhares de pessoas em Salvador” 2’05”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacao-reune-milhares-de-pessoas-em-salvador/2648935/>  
(1 Tweet e 26 curtidas via Facebook)
  12. “Manifestantes de Belo Horizonte fecham trecho da BR 040 por 12 horas” 29”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-de-belo-horizonte-fecham-trecho-da-br-040-por-doze-horas/2648930/>
  13. “Batalhão de choque tenta retirar manifestantes da Rodovia Castelo Branco em SP” 35”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/batalhao-de-choque-tenta-retirar-manifestantes-da-rodovia-castelo-branco-em-sp/2648925/>
  14. “Manifestações causam transtornos no interior do Rio e na Baixada Fluminense” 48”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacoes-causam-transtornos-no-interior-do-rio-e-na-baixada-fluminense/2648923/>
  15. “Duas pessoas morrem em manifestações em Bélem(PA) e Ribeirão Preto(SP)” 1’33”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/duas-pessoas-morrem-em-manifestacoes-em-belem-pa-e-ribeirao-preto-sp/2648899/>

- (4 curtidas via Facebook)
16. “Repórter é atingido por bala de borracha disparada por Polícia Militar do Rio” 39” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/reporter-e-atingido-por-bala-de-borracha-disparada-por-policia-militar-do-rio/2648896/>
  17. “Secretário de Segurança do Rio de Janeiro afirma que o Exército pode ser acionado” 2’53” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/secretario-de-seguranca-do-rio-de-janeiro-afirma-que-o-exercito-pode-ser-acionado/2648895/>  
(1 curtida via Facebook)
  18. “Imagens exclusivas mostram momentos de vandalismo em protesto do Rio” 4’08” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/imagens-exclusivas-mostram-momentos-de-vandalismo-em-protesto-do-rio/2648889/>  
(4 Tweets e 62 curtidas via Facebook)
  19. “Após início pacífico grupo de arruaceiros parte para violência na Prefeitura do Rio” 1’39” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/apos-inicio-pacifico-grupo-de-arruaceiros-parte-para-violencia-na-prefeitura-do-rio/2648872/>  
(1 curtida via Facebook)
  20. “Manifestação reúne mais de 300 mil pessoas no Rio” 1’49” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestacao-reune-mais-de-300-mil-pessoas-no-rio/2648867/>  
(2 curtidas via Facebook)
  21. “Manifestantes voltam as ruas na capital do Rio e Baixada Fluminense” 1’25” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-as-ruas-na-capital-do-rio-e-baixada-fluminense/2648861/>
  22. “Seis rodovias de São Paulo estão fechadas por causa de manifestações” 1’09” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/seis-rodovias-de-sao-paulo-estao-fechadas-por-caoa-de-manifestacoes/2648851/>  
(3 curtidas via Facebook)
  23. “Marginal Tiête ainda está bloqueada para quem chega a São Paulo” 47” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/marginal-tiete-ainda-esta-bloqueada-para-quem-chega-a-sao-paulo/2648982/>

- **22/06:** Estão disponibilizados 31 vídeos, dos quais 16 são relativos às manifestações.

1. “São Luís registra segunda manifestação desde o início dos protestos pelo país” 26” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/sao-luis-registra-segunda-manifestacao-desde-o-inicio-dos-protestos-pelo-pais/2650611/>  
(2 compartilhamentos Google+ e 11 curtidas via Facebook)
2. “Trinta mil pessoas percorrem as ruas de Santa Maria” 20” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/trinta-mil-pessoas-percorrem-as-ruas-de-santa-maria-rs/2650616/>  
(2 compartilhamentos Google+ e 8 curtidas via Facebook)

3. “Três mil pessoas protestam contra PEC 37 em Belém” 17”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tres-mil-pessoas-protestam-contrapec-37-em-belem/2650610/>  
(34 curtidas via Facebook)
4. “Mais de 65 mil pessoas fazem manifestação em Belo Horizonte” 3’56”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/mais-de-65-mil-pessoas-fazem-manifestacao-em-belo-horizonte/2650527/>  
(1 Tweet, 1 compartilhamento Google+ e 9 curtidas via Facebook)
5. “Polícia do DF identifica uma das pessoas que tentaram invadir o Palácio do Itamaraty” 29” Notificação de que o vídeo foi modificado para sua versão Web. <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/policia-do-df-identifica-uma-das-pessoas-que-tentaram-invadir-o-palacio-do-itamaraty/2650575/>  
(2 curtidas via Facebook)
6. “Manifestantes voltam a Esplanada dos Ministérios em Brasília” 1’  
<http://g1.globo.com/jornalnacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-a-esplanada-dos-ministerios-em-brasilia/2650542/>
7. “Baderneiros entram em choque com a polícia no acesso à Arena Fonte Nova” 1’30 <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/baderneiros-entram-em-choque-com-a-policia-no-acesso-a-arena-fonte-nova-ba/2650506/>  
(2 curtidas via Facebook)
8. “Manifestantes voltam às ruas de Curitiba na noite desta sexta-feira(21)” 1’10” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-voltam-as-ruas-de-curitiba-na-noite-desta-sexta-feira-21/2650568/>
9. “Duas rodovias de Minas Gerais são bloqueadas por protestos” 18”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/duas-rodovias-de-minas-gerais-sao-bloqueadas-por-protestos/2650534/>
10. “Brasileiros fazem protestos no exterior” 24” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/brasileiros-fazem-protestos-no-exterior/2650649/>  
(43 curtidas via Facebook)
11. “Rio de Janeiro registra pelo menos três manifestações neste sábado(22)” 28” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rio-de-janeiro-registra-pelo-menos-tres-manifestacoes-neste-sabado-22/2650592/>  
(5 curtidas via Facebook)
12. “Dez mil pessoas caminham em protesto até a sede da Prefeitura de Fortaleza” 20” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/dez-mil-pessoas-caminham-em-protesto-ate-a-sede-da-prefeitura-de-fortaleza/2650570/>
13. “Protesto contra PEC 37 leva 30 mil pessoas às ruas de São Paulo” 1’25”  
<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/protesto-contrapec-37-leva-30-mil-pessoas-as-ruas-de-sao-paulo/2650609/>  
(68 curtidas via Facebook)
14. “Manifestantes acusam polícia de abusos em manifestação no Rio de Janeiro” 3’43” <http://g1.globo.com/jornal->

[nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-acusam-a-policia-de-abusos-em-manifestacao-no-rio-de-janeiro/2650588/](http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-acusam-a-policia-de-abusos-em-manifestacao-no-rio-de-janeiro/2650588/)

(11 Tweets, 3 compartilhamentos Google+ e 172 curtidas via Facebook)

15. “Vândalos fazem quebra-quebra em Belo Horizonte” 41”

<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/vandalos-fazem-quebra-quebra-em-belo-horizonte/2650645/>

16. “Rio Branco também tem protestos” 14” <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rio-branco-tambem-tem-protestos/2650612/>

<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/rio-branco-tambem-tem-protestos/2650612/>

(5 curtidas via Facebook)