

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL DOUTORADO**

EDUARDO PEREIRA ROMERO

QUE CIDADANIA A GENTE VÊ POR AQUI?

**O papel da Rede Globo na (de) formação midiático-cultural do conceito de cidadania em
“O Brasil que eu quero”**

São Leopoldo, RS

2022

EDUARDO PEREIRA ROMERO

QUE CIDADANIA A GENTE VÊ POR AQUI?

**O papel da Rede Globo na (de) formação midiático-cultural do conceito de cidadania em
“O Brasil que eu quero”**

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Doutor em Ciências da
Comunicação, pelo Programa de Pós-
Graduação em Ciências da Comunicação da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS

Orientador: Prof^o. Dr. Alberto Efendy
Maldonado Gómez de la Torre

São Leopoldo, RS

2022

EDUARDO PEREIRA ROMERO

QUE CIDADANIA A GENTE VÊ POR AQUI? O papel da Rede Globo na (de) formação midiático-cultural do conceito de cidadania em “O Brasil que eu quero”

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Aprovado em 30 de agosto de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre

Profa. Dra. Jiani Adriana Bonin

Profa. Dra. Eliany Salvatierra

Prof. Dr. Antônio Fausto Neto

Prof. Dr. Elson Faxina

Que cidadania a gente vê por aqui?: o papel da Rede Globo na (de)
formação midiático-cultural do conceito de cidadania em “O Brasil que eu
quero”
São Leopoldo, RS

Copyright 2022 by EDUARDO PEREIRA ROMERO. São Leopoldo – RS

IMPRESSO NO BRASIL

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária: Rosilene de Melo Oliveira CRB 9958-8

Romero, Eduardo Pereira.
R763q Que cidadania a gente vê por aqui? : o papel da Rede Globo na (de)
 formação midiático-cultural do conceito de cidadania em “O Brasil que eu
 quero” / Eduardo Pereira Romero. – São Leopoldo : Edição do Autor, 2022.
 13 p.: il. 28 cm.

ISBN 978-65-998832-0-0

1. Educação - Efeito das inovações tecnológicas. 2. Tecnologia educacional. 3. Comunicação e educação. I. Título. II. Título: o papel da Rede Globo na (de) formação midiático-cultural do conceito de cidadania em “O Brasil que eu quero”

CDD 371.334

Dedico aos meus queridos e saudosos pais, Izaura Pereira Romero e Valério Romero Feltrin (in memoriam), que em suas vidas sempre me incentivaram, estimularam e me fizeram acreditar que é possível tornar sonhos em realidade, sem nunca perder a simplicidade.

AGRADECIMENTOS

Aos amigos e familiares que sempre me estenderam a mão e me inspiraram a seguir em frente. Especialmente ao meu Orientador, prof. Efendy Maldonado, pela paciência e fraternidade acadêmica. À amiga e parceira Elisangela Costa, a querida Lisa, por ter se disposto a me auxiliar nas discussões, reflexões e apoiar em toda essa trajetória. Gratidão. Ao amigo João Damasio, que dividimos moradia, reflexões, angústias e foi o revisor do texto final.

RESUMO

A tese investiga como o jornalismo da Globo, em ano eleitoral, apresenta o conceito de cidadania ao estimular os cidadãos/eleitores a responderem, por meio da produção de um vídeo de 15 segundos, a pergunta: Que Brasil você quer para o futuro? Para tanto, no ano de 2018, cria o quadro televisivo *O Brasil que eu quero*, e oferece ao sujeito comunicante a inserção e exibição de sua demanda em seus telejornais, outorgando-lhe o título de “porta-voz” da cidade em que vive. Por meio do quadro, o cidadão possuía visibilidade para expressar sua reivindicação, denúncia e cobrança, via televisão, em um simulacro que permitia a “sensação” de recado direto aos políticos e governantes e “exercício de cidadania”. Em tom pedagógico, os jornalistas descreviam as características sobre como os agentes sociais deveriam elaborar o produto. E se o espaço de exibição do material audiovisual fosse o *Jornal Nacional* a confiança e representatividade era ainda maior, conforme pesquisa exploratória com amostra realizada no contexto do estado de Mato Grosso do Sul, nos municípios de Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá. De maneira que, ao “dar voz” ao cidadão, a Globo se colocava como um espaço público midiático no qual ele, valendo-se do discurso de detentor de direitos e deveres, legítima a sua necessidade de ser ouvido e ter resposta contribuindo na (de)formação da noção de cidadania pelo sistema midiático. Por meio da perspectiva transmetodológica (MALDONADO, 2008), o processo investigativo girou em torno da problemática: *Que Brasil a Globo quer mostrar? Que futuro é este representado pelo Brasil que eu quero? O que o discurso diz para que o sujeito comunicante recebesse o título de porta-voz pelo sistema midiático Globo?* Essas inquietações culminaram no problema sobre o papel da Globo na construção/formação cultural do conceito de cidadania pelo quadro *O Brasil que eu quero*. Assim, o conglomerado midiático Globo, mediante complexas relações de poder, movimenta a interface entre cultura, política e comunicação, se apresenta como um dos caminhos habilitados à formação de agentes sociais emancipados, que exercem sua cidadania plena, reduzindo-a a direitos e deveres, nos dizeres do quadro: o cidadão é o porta-voz de um município. Entretanto, da mesma forma que possibilita tal abertura à sociedade, a Globo, tal como *O Príncipe Eletrônico* (IANNI, 1999), com sua nebulosidade, mantém sua própria gramática, formas de circulação e seleção sobre quais demandas e materiais podem ser exibidos, bem como sua própria definição de cidadania, não tornando transparentes os critérios que definem as razões para um vídeo ser aceito ou não, utilizando estratégias que cooperam para manter sua hegemonia como um conjunto de empresas privadas, do sistema capitalista neoliberal.

Palavras-chave: Cidadania; Cultura; Política; Globo; Jornal Nacional; Transmetodologia; Neoliberalismo.

ABSTRACT

The thesis how Globo's journalism, in an election year, represents the concept of citizenship by encouraging citizens/voters to answer, through the production of a 15-second video, the question: What Brazil do you want for the future? To this end, in 2018, it creates the television show *O Brasil que eu Quero*, in which he offers the communicant subject the possibility of inserting and displaying his demand in one of his television news programs, giving him the title too "spokesperson" of the actors of the city in which he lives. Through the framework of analysis, denunciation, collection, visibility in a simulacrum that allows a direct message to "sensations" and "exercise of citizenship". In a pedagogical tone, the journalists wrote as characteristics about how the spectators elaborated the product. And if the exhibition space for audiovisual material were *Jornal Nacional*, the trust and representation would be even greater, according to an exploratory research with a sample carried out in the context of the state of Mato Grosso do Sul, in the municipalities of Campo Grande, Dourados, Três Lagoas and Corumbá. So that, by "giving voice" to the citizen, Globo positioned itself as a public media space in which, using the discourse of holder of rights and duties, it legitimizes its need to be heard and to have a response, contributing to (of) formation of the notion of citizenship by the media system. Through the transmethodological perspective (MALDONADO, 2008) the investigative process revolved around the problem: *What Brazil does Globo want to show? What future is this represented by the Brazil that I want? What does the discourse say for the communicant subject to receive the title of spokesperson by the Globo media system?* These concerns culminated in the problem about the role of Globo in the cultural construction/formation of the concept of citizenship for the Brazil that I want. Thus, the media conglomerate Globo, through complex power relations, moves the interface between culture, politics and communication, presents itself as one of the enabling paths to the formation of emancipated social agents who exercise their full citizenship, reducing them to rights and duties, in the the words on the board: the citizen is the spokesperson for a municipality. However, in the same way that it enables such openness to society, Globo, like *O Príncipe Eletrônico* (IANNI, 1999), with its nebulosity, maintains its own grammar, forms of circulation and selection of which demands and materials can be displayed, as well as as its own definition of citizenship, not making transparent the criteria that define the reasons for being accepted or not, using strategies that cooperate to maintain its hegemony and being a set of private companies, of the neoliberal capitalist system.

Key words: Citizenship; Culture; Policy; Globe; National Journal; Transmethodology; Neoliberalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Vinheta de abertura de OQBRQ	55
Figura 2 – Identidade visual de OQBRQ	55
Figura 3 – Recorte do quadro de sistematização de Machado (2021) sobre os temas abordados em estudos sobre as eleições brasileiras a cada ano, com menção ao OQBRQ em 2018	61
Figura 4 – William Bonner ensina posição correta para a gravação do vídeo	69
Figura 5 – Mapa das exibidoras da Globo (2021)	105
Figura 6 – Dados e relações entre os produtos e programas do Grupo Globo	106
Figura 7 – Geradoras e afiliadas da Rede Globo e suas relações com políticos.....	114
Figura 8 – Mapa do Mato Grosso do Sul	141
Figura 9 – Mapa do estado de Mato Grosso do Sul e fronteiras	174

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Avaliação das quatro cidades	175
Gráfico 2 – Como seria “O Brasil que você quer?”	176
Gráfico 3 – Conhece o quadro “O Brasil que eu quero?”	177
Gráfico 4 – Em qual meio de comunicação assistiu ao quadro?	177
Gráfico 5 – Em qual programa assistiu ao quadro?.....	179
Gráfico 6 – Confiança no quadro “O Brasil que eu quero”	180
Gráfico 7 – Representatividade do quadro	181
Gráfico 8 – Você se considera.....	182
Gráfico 9 – Idade dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)	192
Gráfico 10 – Profissão dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)	192
Gráfico 11 – Escolaridade dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)	193
Gráfico 12 – Você gosta de política?	194
Gráfico 13 – Você votou nas últimas eleições?.....	194
Gráfico 14 – Votou para presidente nos dois turnos?.....	195
Gráfico 15 – Meios para se informar sobre política	197
Gráfico 16 – Você já assistiu o quadro OQBRQ?.....	198
Gráfico 17 – TV ou portal?.....	198
Gráfico 18 – Em quais telejornais?	199
Gráfico 19 – Impressões do OQBRQ.....	201
Gráfico 20 – Você se sente representado no OQBRQ?.....	202

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Pesquisa exploratória no Mato Grosso do Sul.....	61
Tabela 2 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: Eixos discursivos	66
Tabela 3 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: gravação feita pela própria pessoa ou por terceiros.....	66
Tabela 4 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: cenários - locais em que os vídeos foram gravados.....	67
Tabela 5 – Síntese de aquisições ou vendas do Grupo Globo.....	103
Tabela 6 – Dados da cobertura da TV Globo – Nível Nacional (05/03/2021).....	104
Tabela 7 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: Eixos discursivos	122
Tabela 8 – Mensagens dos participantes (vídeos).....	141
Tabela 9 – Manchetes do jornal Folha de São Paulo no mês de julho de 2018.....	165
Tabela 10 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: gênero dos participantes - edições.....	170

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 CONTEXTOS, TEMA E CENÁRIOS 2018: ELEMENTOS DA PESQUISA.....	25
2.1 Apresentação: a definição do objeto	25
2.1.1 Cidadania, representação midiática e política: Problematização teórica.....	27
2.1.2 Elementos investigativos: Que país é este, Globo?	32
2.2 Recorte temporal dos fatos: 2018	34
2.2.1 Janeiro: O Brasil que eu quero - Globo (divulgação institucional)	34
2.2.2 Fevereiro: Transparência Internacional: Brasil piora 17 posições em ranking da corrupção	36
2.2.2.1 Intervenção federal do Exército (RJ).....	37
2.2.3 Março: Execução da vereadora Marielle Franco #QuemMatouMarielle?	39
2.2.3.1 O mecanismo - série de José Padilha (Netflix-2018)	41
2.2.4 Abril: Prisão do ex-presidente Lula.....	43
2.2.4.1 Informações complementares – fora do recorte da pesquisa (2019-2022).....	44
2.2.4.2 Facebook - depoimento de Zuckerberg no Senado dos EUA.....	44
2.2.4.3 Cuba elege 1º presidente – 60 anos após os irmãos Castros	45
2.2.5 Maio: Greve dos caminhoneiros - Forças Armadas são acionadas	45
2.2.6 Junho: EUA - Conflitos de Migração - Trump - crianças detidas em armazéns	46
2.2.7 Julho: Rússia - Fifa garante que comunidade LGBTQIA+ se manifeste na Copa do Mundo	46
2.2.8 Agosto: Xenofobia e conflitos de imigrantes na fronteira em Roraima.....	47
2.2.8.1 Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)	49
2.2.9 Setembro: Incêndio do Museu Nacional -UFRJ.....	49
2.2.9.1 Em campanha eleitoral Bolsonaro leva facada em Juiz de Fora (MG)	50
2.2.10 Outubro: Indígenas Guarani-Kaiowá são atacados em Mato Grosso do Sul – 1º e 2º turno	51
2.3 O objeto de referência midiática: O Brasil que eu quero (TV Globo, 2018).....	52
2.3.1 O Brasil que eu quero: notas técnicas introdutórias	52
2.3.2 OQBRQ: contextos, aproximações empíricas, zonas de contato	57
2.3.3 OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo	64
3 CIDADANIA, CULTURA E POLÍTICA: DOS DIREITOS À COMUNICAÇÃO AO ESPAÇO PÚBLICO MIDIÁTICO.....	73

3.1 Da noção clássica aos Direitos Humanos.....	73
3.2 Os efeitos da globalização: a cidadania e o sistema midiático.....	75
3.2.1 A versão neoliberal de cidadão: o neossujeito.....	82
3.3 A (in)visibilidade e a (sub)cidadania: um problema político?.....	84
3.4 Cidadania comunicativa e o algoritmo: necessidade cidadã.....	85
3.5 O espaço público midiático.....	91
3.6 Cidadania a gente vê por aqui: a Globo como porta-voz dos brasileiros.....	95
4 REDE GLOBO DE TELEVISÃO: QUE BRASIL A GENTE VÊ AQUI?.....	100
4.1 O mercado Globo: a indústria cultural televisiva.....	100
4.1.1 Grupo Globo – aquisições de empresas.....	103
4.1.2 As exibidoras da Globo (12.03.2021 - última atualização).....	104
4.2 Aproximações históricas entre sistema midiático e político.....	107
4.2.1 Afiliadas controladas por políticos - “O coronelismo eletrônico”.....	111
4.3 JN e as eleições (2002 a 2018).....	115
4.4. Série Eleições 2002 – Tema: Cidadania.....	119
4.5 Caravana JN - 2006.....	123
4.6 JN no Ar - 2010.....	131
4.7 Série Eleições - 2014.....	135
4.8 Eleições 2018: O quadro O Brasil que eu quero (OQBRQ).....	139
4.9 Síntese: eleições JN e projetos eleitorais.....	148
4.9.1 JN nas aproximações com o objeto referência midiática.....	150
4.9.2 A cidadania do JN em período eleitoral.....	153
5 CAMINHOS TRANSMETODOLÓGICOS.....	156
5.1 Passos introdutórios.....	156
5.2 A pesquisa da pesquisa.....	158
5.3 O videofórum em Campo Grande (MS).....	162
5.3.1 Vídeofórum: Investigando as percepções dos sujeitos.....	162
5.4 As decupagens de OQBRQ no JN.....	168
5.5 A pesquisa exploratória: o contexto de Mato Grosso do Sul (MS).....	170
5.5.1 Observações da pesquisa exploratória em MS.....	174
5.5.1.1 O JN como preferência.....	178
5.6 Entrevista em profundidade 1: o porta-voz de Campo Grande (MS).....	183
5.6.1 Para começo de conversa: procedimentos metodológicos e técnicos.....	183
5.6.2 O sujeito comunicante de Campo Grande, MS.....	184

5.7 Os critérios de seleção em OQBRQ: isso a Globo não mostra!.....	189
5.8 Imersões exploratórias 2: outros olhares pós-eleições (Alagoas)	190
5.8.1 O processo político: as eleições.....	193
5.8.2 Os processos midiáticos: os meios	196
5.8.3 O objeto de referência midiática.....	197
5.9 Isso a Globo não mostra II: o pedido de vídeo pelo WhatsApp	203
5.9.1 Reflexões analíticas: O Príncipe Eletrônico que a gente vê por aqui.....	206
5.9.2 Reflexões analíticas II: contribuições do Programa no caminhar transmetodológico...208	
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	212
REFERÊNCIAS	216
APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE AUXÍLIO À PESQUISA ENVIADO À REDE GLOBO E DOCUMENTOS ANEXOS	229
APÊNDICE B - TESES E DISSERTAÇÕES DA USP E UFRN UTILIZADAS COMO REFERÊNCIA EM NOSSA INVESTIGAÇÃO (NOME DO AUTOR, PALAVRAS-CHAVE E RESUMO)	235
APÊNDICE C - TESES E DISSERTAÇÕES DA UNISINOS UTILIZADAS COMO REFERÊNCIA EM NOSSA INVESTIGAÇÃO (NOME DO AUTOR, PALAVRAS-CHAVE E RESUMO)	237
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PARA A PESQUISA EXPLORATÓRIA 1 - CAMPO GRANDE, TRÊS LAGOAS, DOURADOS, CORUMBÁ	239
APÊNDICE E - QUESTIONÁRIO PARA A PESQUISA EXPLORATÓRIA 2 – ALAGOAS	241
APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM RONILÇO GUERREIRO	244
ANEXO A – CAPAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO (JULHO DE 2018)	254

1 INTRODUÇÃO

Em sua origem, na Grécia, a prática cidadã incluía múltiplos aspectos: participação, autonomia e autoria. No Brasil, a Constituição Federal de 1988, a “Constituição Cidadã”, selou o retorno do regime democrático ao país e a institucionalização do Estado Democrático de Direito, após 21 anos de ditadura militar. Nesse sentido, com a implantação desse conjunto de leis, a noção de *cidadania* conquista maiores espaços. Em nosso ponto de vista, o termo possui múltiplas dimensões, não se reduz apenas a direitos e deveres, a CF de 1988 define a nossa democracia como deliberativa e participativa.

Esta pesquisa doutoral trata da ideia de cidadania como a ação do sujeito em sua relação com o outro, proveniente de parcerias sociais, laços de cooperação e comunicação (JOVCHELOVITCH, 2008), mediante complexas relações de poder, envolvendo observações em torno da tríade: cultural, política e comunicacional/midiática, como um dos caminhos habilitadores à formação de um agente social emancipado.

[...] a elasticidade do termo cidadania revelada por um tempo em que empresa, os governos, a mídia, a educação, a cultura, o consumo, a juventude, se propõem a ser cidadãos, aponta para um reordenamento na lógica dialética -inclusão exclusão – e ao mesmo tempo a ascensão de uma perspectiva multidimensional (civil, política, econômica, cultural, global, etc.,) na conformação empírico-conceitual da cidadania nas sociedades contemporâneas, como resultado das práticas sociais heterogêneas e esparsas, e nem sempre conciliáveis (COGO, 2010, p. 47).

Consideramos que, na esfera pública, o agir comunicativo é fundamental, afinal, as práticas dos indivíduos envolvidos são *coordenadas não por meio de cálculos egocêntricos de sucesso, mas por meio de atos para se alcançar entendimento* (HABERMAS, 1984, p. 86). Octávio Ianni (2001), além de entender a televisão como *O Príncipe Eletrônico*, afirma que, hoje, quem *forma a opinião pública é a mídia* e ela nem sempre expressa os pontos de vista dos partidos e muito menos dos diferentes setores sociais¹. Habermas (1984) defende uma *cidadania* que perpassa a dimensão passiva entre Estado/indivíduo, incluindo tais práticas na *arena da vontade coletiva*. Nós acrescentamos as dimensões humanas, os hábitos, a perspectiva multicultural e o respeito às diferenças.

Assim, estabelecemos análises sobre o nosso objeto de referência midiática – um produto televisivo, armazenado em plataforma digital, no caso, o quadro: *O Brasil que eu quero*

¹ IANNI, Octávio. Globalização e Poder Midiático. Autor de “O Príncipe Eletrônico”. Programa Roda Viva. TV Cultura. 26 de novembro de 2001. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GB5ty__EBVM. Acesso em: 06 ago. 2020.

(OQBRQ), criado pelo maior conglomerado comunicacional privado da América Latina, o *Grupo Globo*². Na esfera da indústria cultural, o *Grupo Globo* é considerado mundialmente um conglomerado econômico, de comunicação e de entretenimento. Em seu site oficial, se autorreferencia como *o maior conglomerado de mídia e comunicação no Brasil*. Conseqüentemente, os produtos midiáticos produzidos pelo conjunto de empresas que compõem tal *Grupo* atendem ao consumo dos mercados internacional e nacional.

Em termos de contextos, o ano de 2018 foi atípico no Brasil, devido a dois eventos que movimentaram o país: a Copa do Mundo de Futebol (Rússia) e as eleições majoritárias para os cargos de deputados, senadores, governadores e presidente – dois temas que acabam sendo inseridos nas discussões cotidianas da população brasileira, nas pautas, reportagens, entrevistas e produções do (tele)jornalismo. Paralelamente ao torneio mundial e ao pleito eleitoral, uma série de acontecimentos marcaram a nação e o mundo, com situações desencadeadoras de violência, escândalos, denúncias, prisões, além da incalculável quantidade de desinformações, disseminadas por dispositivos móveis, aplicativos como *WhatsApp* e todo ambiente digital.

Entre as conseqüências contextuais de tal período, ressaltamos o aumento ao descrédito em relação a políticos e, sobretudo, à atividade jornalística, razões contribuintes à proliferação das *fake news*, embora, conforme críticas de Miguel (2018), o jornalismo realmente aplique critérios de seleção e de hierarquização, longe de serem objetivos, que passam a transitar socialmente como universais, pois ganham visibilidade no sistema midiático. Assim, “quando o jornalismo transforma um fato em notícia, faz que ele receba atenção pública e o torna importante por isso. As escolhas do jornalismo, portanto, incidem sobre o mundo social e ajudam a moldá-lo” (MIGUEL, 2019, p. 121). Em 2018, ano em que a população escolheu, pelo voto, os governantes, o autor destaca “o lugar que a mídia ocupa no sistema político brasileiro – e como, deste lugar, ela desempenha o papel de obstáculo permanente ao aprofundamento das práticas democráticas” (MIGUEL, 2019, p. 119).

Em termos de representação do período no país, para contribuir com futuras análises, realizamos o cotejo sobre os principais episódios que dialogam com a pesquisa, a começar pelo anúncio do objeto de referência, pela Globo, em janeiro. O quadro foi anunciado por nomes do departamento de (tele)jornalismo, que eram vistos localizados em praças, locais públicos e turísticos de todas as regiões do Brasil. Com suporte midiático móvel (celular) em mãos, esses jornalistas incentivavam os brasileiros a gravarem um vídeo com duração de 15 segundos como resposta à pergunta: *Que Brasil você quer para o futuro?*

² Como as Organizações Globo passaram a se denominar a partir de 2018.

Com a gravação do vídeo realizada, o cidadão-coprotagonista enviava o material produzido para a Globo, pelo portal online de notícias G1, para concorrer à “sorte” de vê-lo exibido em um dos telejornais do sistema midiático. As normativas para a gravação eram detalhadas, a ponto de orientar o melhor período para realizá-la, chegando a incluir, até mesmo, a contagem de passos para indicar a distância ideal do sujeito da câmera, enfim, compondo uma série de protocolos descritos pelos repórteres nas chamadas do quadro.

Para relacionar as ocorrências do cenário vivido, no Brasil e no mundo, entre os meses de fevereiro, março e abril daquele ano, elencamos algumas que possibilitaram diálogos com nossa temática e objeto de estudo, que foram: a intervenção federal das Forças Armadas na Segurança Pública do estado do Rio de Janeiro (RJ), em fevereiro; a execução da vereadora Marielle Franco e de seu motorista Anderson Gomes, na cidade do RJ, ambos no mês de março; em abril, a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, com mandado expedido pelo ex-juiz Sérgio Moro na Força-Tarefa da Lava-Jato, na Sede do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC; e a convocação feita pelo Senado norte-americano de Mark Zuckerberg, sócio-proprietário do Facebook, para explicar em depoimento a responsabilidade da empresa sobre os vazamentos de dados, em todo o mundo, feito por um dos maiores conglomerados de tecnologia digital.

No tocante aos meses de maio até as eleições, em outubro, temos mais fatos, tais como: o índice de Transparência Internacional que mostrou que o Brasil tinha piorado 17 posições, em *ranking* da corrupção; a greve de caminhoneiros, durante 10 dias; o lançamento da série *O mecanismo*, do diretor José Padilha pela Netflix (narrativa sobre a Operação Lava-Jato); a queda das ações do Facebook na Bolsa de Nova Iorque (NY); conflitos de migração no governo de Donald Trump na fronteira dos Estados Unidos com o México; a xenofobia e conflitos migratórios na fronteira entre o estado de Roraima e a Venezuela; a aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD); as garantias dos direitos LGBTQIA+ na Copa da Rússia pela FIFA; o incêndio no Museu Nacional, no Rio de Janeiro; o atentado com facada ao candidato à presidência Jair Bolsonaro (PSL) em Juiz de Fora, Minas Gerais; e os ataques aos indígenas Guarani-Kaiowá em Dourados, Mato Grosso do Sul (1º e 2º turno), cidade que faz parte do contexto de pesquisa.

Tais situações aumentaram a insegurança, medo, indignação e desconfiança no país, evidenciando, ainda mais, a polarização partidária que se instalava. Apesar do momento, pesquisa divulgada às vésperas das eleições, do primeiro turno de 2018, pelo Instituto

Datafolha³ (2019) indicava que 69% dos eleitores do país apoiavam a democracia. Enquanto isso, 22% dos eleitores do então candidato a presidente Jair Bolsonaro (PSL) avaliaram que, em certas circunstâncias, seria melhor uma ditadura.

Essa percepção dos eleitores de Jair Bolsonaro foram frutos, de acordo com análise de García-Canclini (2019), da lacuna existente, sobretudo em países da América Latina, pelo descrédito aos partidos, sindicatos e outras instituições mediadoras, que se deterioraram. De modo que, segundo o autor, os espaços da vida compartilhada, o sentido comunitário, passaram a ser regulados, desagregados de iniciativas independentes, por novos líderes eleitos no período. Em outras palavras, um tom disciplinar de controle que não forma e/ou emancipa o sujeito em suas ações, pelo contrário.

Essas zonas desamparadas entre os cidadãos e os poderes públicos foram reativadas por líderes messiânicos mediante dons populistas, chamamento cívico e moral, permanecendo no nível pré-político, impedindo a organização independente dos cidadãos. Os movimentos religiosos, como os neoevangélicos que oferecem proteção, solidariedade, e uma sociabilidade compensatória, usualmente favorecem a políticos improvisados e neoliberais (Bolsonaro é exemplo evidente desse líder, não é o único) que obstruem a participação e a crítica propriamente da política (GARCÍA-CANCLINI, 2019, p. 152, tradução nossa).

A reflexão de García-Canclini (2019) sobre perfis de lideranças que não aceitam e dificultam a participação popular, como um dos requisitos essenciais à autonomia, não apenas a aspectos de ordem política, mas, principalmente, a própria noção de cidadania e sustentação da democracia foram visíveis, pós eleições, tanto que Gérman Rey (2003) coloca alguns fatores relevantes em tal debate:

Os entendimentos sobre liberdade de expressão (que não são já tão monolíticas nem tão unilaterais), as formas de concorrência e os monopólios comunicativos, as relações entre institucionalidade democrática e informação, as modalidades de propriedade dos meios, as regras de jogo das empresas midiáticas, os sistemas de regulação e de controle de poder dos meios, a responsabilidade social desses, em outros temas (REY, 2003, p. 3, tradução nossa).

Essa configuração sul-americana incide na requisição, nos últimos anos, do termo cidadania, em virtude da importância junto ao mote da democracia, que voltou a ser debatido em pesquisas nos mais diversos campos do conhecimento, agora, em uma redefinição conceitual que passa pela ideia de direitos, mas não se limita a ela. É nesse sentido que a noção de *cidadania comunicativa* passa a dar conta desses desafios, pois:

³ Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2018/10/1982948-apoio-a-democracia-e-recorde-na-vespera-de-eleicao.shtml>. Acesso em: 05 jul. 2022.

Precisa incorporar a sua compreensão (definição) elementos conceituais das culturas subalternas populares, tanto em termos de concepções de poder quanto de diversidade cultural e favorecimento e fruição da vida, da inventividade e do compromisso de grupo. Na dimensão política, precisa superar a noção de ‘gozo dos direitos civis e políticos e desempenho de deveres’, definindo a *cidadania* como *dimensão participativa, elucidativa, propositiva* e novos modos de vida sociocultural, em especial os comunicativos (MALDONADO, 2012, p. 28, grifos do autor).

Conforme reflexão de Maldonado (2012), a compreensão da *cidadania comunicativa* passa pelos setores de reconstrução do *campo educativo e científico*, urgentes para a transformação das realidades de subalternidade nas sociedades latino-americanas. Afinal, os sistemas político e midiático trabalham de maneira intensa para *manutenção e ocupação* do tempo das novas gerações em seus *rituais cotidianos*. Adela Cortina (2008) nos fala em *educar para a cidadania*, para tanto, elenca valores que considera mínimos e essenciais a todos os seres humanos: a liberdade, a igualdade, o respeito ativo, a solidariedade e o diálogo. Assim,

[...] aprendemos a ser cidadãos, assim como aprendemos quase tudo, e o fazemos não por força da lei e do castigo, e sim por gosto. Ajudar a cultivar as faculdades (intelectuais e sencientes) necessárias para apreciar os valores cidadãos é educar na cidadania local e universal (CORTINA, 2005, p. 173).

Diante desse pensamento, não podemos passar despercebidos dos perigos da *prevalência da razão instrumental*, assunto enfatizado por Adorno e Horkheimer (1985) como algo cada vez mais presente na realidade contemporânea. Os autores da Teoria Crítica compreendiam que a técnica, quando passa a ser essência do esclarecimento, reconhece apenas aquilo que desvela. Eles advertiam ainda sobre os perigos da alienação quando os homens exercem o poder. “O esclarecimento comporta-se com as coisas como o ditador se comporta com os homens. Este conhece-o na medida em que pode manipulá-los” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 24).

As duas reflexões, inevitavelmente, nos levaram longe quanto ao reconhecimento do papel da educação e da formação do indivíduo em nossa sociedade. A ideia de que “a exigência de emancipação parece ser evidente em uma democracia” (ADORNO, 2006, p. 169) e/ou “a exigência de que Auschwitz não se repita é a primeira de todas para a educação” (ADORNO, 1995, p. 119) nos fez contemplar a relevância formativa. Tais citações do filósofo, não desconsiderando sua visão aristocrática da cultura, pessimista, não considerando a pluralidade, consegue nos trazer outra inquietação, agora, sobre a ideia de *formação ou deformação* social, pela falta de crítica diante dos meios de comunicação, em especial, à TV. Em outras palavras, sobre a existência de “uma espécie de função formativa ou deformativa operada pela televisão como tal em relação à consciência das pessoas” (ADORNO, 2006, p. 76-78).

Entretanto, por mais que Adorno (2006) tenha feito a discussão considerando, naquele período, a TV educativa, e tendo uma visão de sujeito como receptor passivo, alienado, a defesa de *emancipação* que passa por uma concepção alemã de formação cultural e, principalmente, educacional, é um grito da necessidade do ser humano de liberdade e autonomia, de ser educado à uma visão crítica. Certamente, guardadas as devidas proporções históricas, a corrente de pensamento dos teóricos frankfurtianos, ultrapassada em alguma medida na contemporaneidade, contribuiu com o caminhar de nossa problemática.

Conquanto, sobre *os modos de educar, de fazer*, do sistema midiático, há evidências sobre sua atuação como um dos maiores articuladores sociais, sobretudo por pautar certas temáticas e colocar certas representações ao público. Contudo, não foram e não são os únicos a agirem nesse cenário. Assim, ainda que não sejam determinantes, reconhecemos os meios de comunicação como instituições chaves nas lutas simbólicas da sociedade, pois fazem circular determinados discursos e comportamentos: “a comunicação seria um campo especialmente tensionado de interesses, um espaço que se produzem colisões semelhantes as vividas em outras áreas da sociedade (...) entre a diversidade e concentração, (...) exclusão ou participação” (REY, 2003, p. 2, tradução nossa).

Rey (2003) alerta em relação à América Latina, apontando críticas e crises em aspectos referentes à pouca diversidade e concentração dos meios, às formas de agendamento e invisibilidade de determinadas temáticas e atores e do pluralismo e à falta de credibilidade e qualidade jornalísticas. Em concordância com o entendimento da realidade latino-americana e sobre a investigação dos processos comunicacionais contemporâneos, concordamos com Maldonado (2003) de que ela “é configurada pelas exigências dos objetos-problemas que as realidades históricas e sociais apresentam” (MALDONADO, 2003, p. 212).

Sendo assim, a partir das observações sobre o objeto de referência midiática, *O Brasil que eu quero*, criado pela *Globo*, emergiram questionamentos que possibilitaram a definição do problema norteador desta pesquisa, no caso: *Qual o papel da Globo na construção/formação cultural do conceito de cidadania pelo OQBRQ?* A partir do problema e em busca de respostas a tal questão, o objetivo geral da tese é *examinar e relacionar a representação de cidadania exibida pelo produto OQBRQ com o sistema midiático Globo*.

Mediante o exposto, assumimos a perspectiva *transmetodológica*, pois acreditamos que é necessário problematizar (construir) os objetos e sujeitos (construir produtores) da pesquisa científica (MALDONADO, 2013), principalmente diante da atual configuração social em que há predomínio de práticas culturais, e, sobretudo, dos sistemas socioculturais midiáticos que se tornaram orientadores perante a diversidade de modos de compreender a comunicação. Como

se não bastasse, soma-se a isso o fato de que a revolução tecnológica é decisiva na transformação dos padrões de produção cultural, apesar dos meios de comunicação (sistemas midiáticos), estruturados no século XX, continuarem com a *hegemonia mercadológica* (MATTELART, 2002).

O processo construtivo da pesquisa requisitou diversas operações, caso do *videofórum*⁴, em Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul (MS), utilizado como procedimento técnico metodológico que permitiu a experimentação comunicacional, bem como observações no tocante ao comportamento, gestos, expressões faciais e corporais, fluxos de opiniões dos pesquisados, diante da recepção do produto televisivo analisado.

Após o *videofórum*, realizamos outro movimento, no caminhar processual de métodos, a identificação das *manchetes* das 31 capas do *jornal Folha de S. Paulo*⁵ (online), extraídas, em formato miniatura, de um portal⁶ durante o mês de julho de 2018. O critério para esse levantamento foi analisar a temática político-midiática nas *manchetes* do jornal para selecionarmos as *manchetes* que entraram em nosso contexto de estudo, a citar dois exemplos: o caso envolvendo o Facebook; e o Senado com a aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Dando sequência, repetimos tal procedimento com os principais telejornais da TV aberta: *Jornal Nacional*; *Jornal da Globo*; *Jornal da Record*; *Jornal da Band*⁷. Tais ações tiveram o propósito de registrar a produção discursiva midiática destacada pelos sistemas no período: o discurso, os enunciados, os temas, seu agendamento, seu estilo, seu conteúdo, sua narrativa, em dois suportes midiáticos: a televisão e o ambiente digital (internet).

No âmbito do contexto jornalístico da Globo, analisamos as características do *Bom Dia Brasil* e do *Jornal Nacional (JN)*. Os percursos investigativos, ao adentrar essa etapa da pesquisa, apontavam a necessidade de delimitar um telejornal sobre o qual recairia nossa análise em torno do objeto de referência midiática. Para tanto, planejamos a aplicação da técnica da

⁴ Procedimento no qual há interação coletiva com o produto televisivo, no caso, o quadro *O Brasil que eu quero*, com algumas edições selecionadas, exibidas no JN, em que há um debate no final sobre tal produto (MALDONADO, 2006).

⁵ Todo o mês de julho/2018. Temos arquivadas as 31 capas (em formato PDF) do jornal Folha de S. Paulo que se encontram disponibilizadas em PB nos Anexos da tese.

⁶ O endereço digital utilizado para reprodução das Capas do jornal Folha de S. Paulo foi <http://ensamble19.com.ar/tapasbrasil.php>. Acesso em 20 jul. 2019.

⁷ Incluímos esse telejornal por conta da atuação e edição do âncora Ricardo Boechat, que opinava, em 2018, sobre assuntos de toda natureza sobretudo os de cunho político. O jornalista faleceu em fevereiro de 2019 em um acidente de helicóptero em São Paulo.

decupagem em 22 edições do telejornal *Bom dia Brasil*⁸ (*BDBR*), telejornal matutino, criado em 1983, e em mais 26 edições do *JN*, criado em 1969, tradicional por ter enfoque político, com uma linguagem mais simples, além de possuir o anúncio mais caro entre os telejornais e maior audiência. Observamos que esse método de aproximação contribuiu tanto para a elaboração do questionário aplicado, em nosso contexto investigativo em Mato Grosso do Sul, como na identificação, observação, de aspectos⁹ de OQBRQ no *JN*.

Compondo a análise do *JN* quanto aos discursos apresentados pelos brasileiros, a *corrupção aparece em todas as falas*, entretanto, nem sempre se usa o termo em si, *corrupção*, mas *o substituem pelo vocábulo honestidade*, transparecendo a visão dos cidadãos como: *comportamento, virtudes, que inexistem na política brasileira*. Prova disso foram os cinco depoimentos de vídeos¹⁰ que evidenciaram a assertiva. Assim, a ida a campo, propriamente dita, exigiu elaboração, aplicação e interpretação de um esboço do primeiro questionário¹¹ (composto de 13 perguntas abertas e fechadas), com questões firmadas sobre roteiro pensado, em meio aos aspectos relacionados às necessidades locais, em um movimento de ampliação de espaço, até se chegar à esfera nacional, e sobre o (re)conhecimento do objeto de referência midiática - OQBRQ. O questionário exploratório foi aplicado nos quatro municípios de MS (Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá).

Conforme Maldonado (2006, p. 276), “o contexto define as relações do objeto de investigação com o conjunto de realidade no qual está inserido”. Foi nessa fase, de natureza exploratória, que, definitivamente, optamos e estabelecemos o recorte contextual do estudo em Mato Grosso do Sul, estado em que resido, por ser considerado um estado periférico com fronteiras secas entre os países da Bolívia e do Paraguai tendo a base principal de sua economia o agronegócio e o serviço público.

Ressaltamos que os sujeitos participantes foram abordados em locais de maior fluxo populacional - praças públicas nos centros das respectivas cidades - totalizando um número de 1.010 indivíduos respondentes divididos em: Campo Grande (401), Dourados (203), Três Lagoas (205) e Corumbá (201). Não menos importante, houve a aproximação com dois sujeitos

⁸ Incluímos a decupagem do telejornal *BDBR*, além do *JN*, porque três sujeitos comunicantes, como *porta-vozes*, de nosso contexto de pesquisa (Três Lagoas, Corumbá e Dourados) no estado de Mato Grosso do Sul (MS) tiveram os vídeos exibidos, em março, no *Bom Dia Brasil*.

⁹ Em partes apresentada no Capítulo 2.3, 2.3.3 *OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo*.

¹⁰ Esses depoimentos estão inseridos no Capítulo: 2.3.3 *OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo* para estruturar discussões e neste momento para ilustrar procedimento metodológico.

¹¹ Disponibilizado no Apêndice D.

comunicantes, dentre os quatro *porta-vozes* de OQBRQ, inseridos em nosso contexto, por meio da técnica da entrevista, que trouxeram mensagens-respostas à indagação do sistema televisivo midiático, sendo um, que foi o *porta-voz do quadro em Campo Grande* e outro entrevistado, que fica dentro do mesmo contexto, em cidade localizada a 44 quilômetros da capital do MS, em Jaraguari, *sujeito comunicante que recebeu pedido da Globo para enviar seu vídeo para o quadro O Brasil que eu quero, via WhatsApp*.

Para finalizar, realizamos outro levantamento de dados, de caráter quantitativo, no estado de Alagoas (AL), em Japaratinga, em um momento de encontros e discussões, em torno de um Colóquio, ação que possibilitou pistas norteadoras, além de práticas de cunho exploratório. Tendo em vista a região do Nordeste brasileiro, aproveitamos a oportunidade e aplicamos um *questionário exploratório* com roteiro próximo àquele da *exploratória* em Mato Grosso do Sul. Em 2021, a nossa publicação gerada no evento¹² foi mencionada em uma tese¹³ da FGV/SP que trata do estado da arte sobre a cobertura das eleições pelo *JN*.

Para fins de organização, a estrutura desta tese está assim distribuída, além deste primeiro capítulo introdutório: No capítulo 2. *Contextos, tema e cenários 2018: elementos da pesquisa*, são apresentados os *múltiplos contextos* pelos quais, tanto o Brasil como o mundo passaram, principalmente, durante o *ano de 2018*. De modo a relacionar situações, por meio de cotejo de episódios, que propiciaram a escolha e definição do objeto, as características do objeto, e justificativa, estabelecendo correlações em torno de aspectos socioculturais e político-midiáticos. Tais elementos contribuíram na construção da problemática, do problema, possibilitando inferências, observações e operações em torno do processo investigativo.

Na sequência, no capítulo 3. *Cidadania, Cultura e Política: dos direitos à comunicação ao espaço público midiático*, o debate é feito a partir de um resgate histórico desde a Grécia antiga, noção clássica, ao reconhecimento de cidadania entre os Direitos Humanos, dialoga a relação do discurso de cidadania e o sistema midiático, passando pelas consequências dos efeitos do fenômeno da globalização, do sistema capitalista neoliberal quanto à função da cidadania e do papel do cidadão hoje, o neossujeito, até a posição tomada pela *Globo* de ocupar o lugar de “porta-voz dos brasileiros”.

¹² Ver Artigo: ROMERO, Eduardo Pereira. *Os processos midiáticos e a política em: O Brasil que eu quero uma tentativa de mediação pela televisão*. Jarapatinga, 2018. Colóquio de Semiótica da Mídia 7. Disponível em: CISECO - Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - Os processos midiáticos e a política em “O Brasil que eu quero”: uma tentativa de mediação pela televisão. Acesso em: 15 mai. 2022.

¹³ MACHADO, Marta Corrêa. *A cobertura de eleições presidenciais brasileiras pelo Jornal Nacional: a literatura, as imagens e algumas discussões*. São Paulo, 2021. Tese de Doutorado. Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30188>. Acesso em: 18 mai. 2022.

O capítulo 4. *Rede Globo de Televisão, que Brasil a gente vê por aqui?* trata da *Globo* como indústria cultural televisiva e faz um levantamento sobre as empresas que compõem o *Grupo*, discorre também sobre a aproximação do sistema midiático e político no Brasil, especificamente da *Globo* nesse processo, entra na discussão do “coronelismo eletrônico”, prática antiga do país, com afiliadas controladas por políticos, e finaliza com mapeamento do *JN*, de 2002 a 2018, em relação à criação de produtos midiáticos em ano eleitoral.

E, por fim, no capítulo 5. *Os caminhos transmetodológicos*, nos referimos aos caminhos evidenciados durante todo o percurso investigativo, que foram construídos a partir das necessidades reais do *empírico concreto* mediante descobertas, experimentações e observações.

Ao nosso ver, a proposta de *Transmetodologia*, de Maldonado (2008), é uma alternativa à interdisciplinaridade e possibilita o resgate de métodos, não simplesmente pensar em mera aplicação de técnicas, mas, estratégias, maneiras, lógicas, para cada investigação, considerando toda sua configuração. De modo que não vemos este capítulo 5 como único momento explicativo sobre o traçado metodológico, pelo contrário, entendemos ser esse um espaço de síntese, aprofundamento, reflexão, sobre vários pontos específicos constituídos durante todo o processo investigativo da tese. Concordamos em relação ao método com Morin (2005, p. 36) ao descrevê-lo como algo que “se opõe à conceituação dita metodológica em que ela é reduzida a receitas e técnicas”.

Haja vista o processo transmetodológico em todo o caminhar, passamos pela *pesquisa da pesquisa* por meio de levantamentos e mapeamento geral das pesquisas realizadas, o que “é importante para situar-se nesse processo e orientar o trabalho de reflexão aprofundada daquelas que se mostrem relevantes para o trabalho de apropriação” (BONIN, 2012, p. 49). Em nossos movimentos exploratórios, incluímos percepções sobre o objeto de referência, dados, imersão direta no campo contextual da pesquisa, observação indireta do produto midiático, aplicação de questionários a grupos de interesse da pesquisa e entrevistas semiestruturadas com sujeitos comunicantes do contexto investigado.

Sobre a nossa pesquisa teórica, verificamos as proposições, conceitos, reveladas nas discussões e análises apresentadas, de modo a compreender melhor o objeto investigado, um trabalho de articulação com todos os demais elementos da pesquisa, e não meramente uma “revisão de literatura”. A cada pensamento estudado entendemos que nos cabe desconfiar dele, questioná-lo, assumindo nossa função de construtor do real, pois nada é espontâneo, nada está dado, tudo se constrói (BACHELARD, 1981).

E após a discussão da transmetodologia, apresentamos as *Considerações Finais* da tese, na compreensão de pistas e conclusões, destinadas a futuras investigações e/ou referência a futuros estudos ou até mesmo desconstruções para análises.

2 CONTEXTOS, TEMA E CENÁRIOS 2018: ELEMENTOS DA PESQUISA

2.1 Apresentação: a definição do objeto

Como já adiantamos, há *múltiplos contextos* pelos quais tanto o Brasil como o mundo passaram, principalmente durante o *ano de 2018*, que implicam em nossa temática. Pudemos relacionar situações, por meio do cotejo de episódios, que propiciaram a escolha e definição do objeto e justificativa, de forma a estabelecer correlações em torno de aspectos socioculturais e político-midiáticos. Tais elementos contribuíram na construção da problemática de pesquisa, possibilitando inferências, observações e operações em torno do processo investigativo.

É fato que a definição do objeto de referência envolveu inquietações e curiosidades que apontavam para uma pesquisa que desse conta das ligações entre os sistemas midiático e político, além de permitir um viés transversal sobre o tema cidadania.

Com esses elementos em vista, identificamos o quadro *O Brasil que eu quero*, elaborado pelo núcleo de eleições do Departamento de Jornalismo da Rede Globo, que despertou nossa atenção porque, por meio desse produto midiático, os brasileiros eram incentivados a responderem a seguinte questão: *Que Brasil você quer para o futuro?* Pergunta de relevância, sobretudo por tratar-se de ano de eleições e observações no tocante aos anseios da sociedade brasileira.

Nesse processo, os sujeitos comunicantes, como mensagem-resposta, precisavam elaborar material audiovisual, um vídeo, dentro das normativas da *Globo*, deixando claras as expectativas, denúncias e/ou problemas em seu discurso. Essa produção deveria conter a identificação do indivíduo, localidade do país que ele representava, no caso, a cidade, para ser nomeado pela *Globo* como *porta-voz*.

Para o envio do material, por meio da plataforma digital de notícias do *GI*, era necessário cadastrar-se. Os *modos de fazer* eram explicados de maneira didática pelos jornalistas que incentivavam os cidadãos a participarem e, em caso de seleção, a exibição do vídeo no quadro acontecia em um telejornal via TV com alternativa de visualização pelo *streaming Globoplay*.

Em resumo, a proposta do quadro, em tom colaborativo jornalístico, é a aproximação entre o cidadão/eleitor, coparticipante, com o político/governante. Assim, a *Globo* se apresentava como um espaço público midiático. Com a interface TV/ambiente digital, o conglomerado comunicacional evidenciava, nas edições do quadro, os desacertos da classe política do país, o descaso com a necessidade básica da população, as obras inacabadas, e a sua

visão/formativa de cidadania, enfim, a mídia, no caso, se colocava como agente mediador social.

Nesse sentido, ao mesmo tempo que “dava voz” e incentivava com sua narrativa a *participação dos brasileiros* com um discurso de contribuição à construção da *cidadania plena* com “liberdade”, centralizava e limitava esse “direito”, pois era a responsável pela seleção, edição dos materiais, além escolha do telejornal em que o produto seria exibido. Tudo isso, sem apresentar publicamente aos participantes os critérios utilizados para chancelar *os porta-vozes do Brasil*, em outras palavras, a Globo operava tal como *o Príncipe Eletrônico*, “uma entidade nebulosa. O príncipe eletrônico é o arquiteto do *Ágora eletrônico*, no qual todos estão representados, refletidos, defletidos ou figurados, sem o risco da convivência nem da experiência” (IANNI, 1999, p. 19).

Tanto que para continuar exercendo a hegemonia cultural, “a mídia precisa preservar margens de consentimento e consenso sociais ao duplo papel de que se investe: o de principal fonte de informação e conhecimento da realidade e o de suposta intérprete de aspirações de seus leitores, ouvintes, telespectadores e usuários” (MORAES, 2009, p. 125).

É dessa forma que fomos compreendendo durante os episódios exibidos o pensamento da população sobre pautas sociais, além de indagações, de toda ordem, que perpassavam pela cidadania, e, até mesmo, quanto ao entendimento de que as práticas não se realizam de maneira homogênea, pois são atravessadas por múltiplas mediações, que estruturam a vivência dos sujeitos nas diversas formas comunicacionais, bem como perante os diferentes modos de vida que os caracterizam. Assim: “as práticas sociais não se mediatizam, de maneira homogênea, dados os desiguais – e profundamente desiguais – universos materiais em que elas desenvolvem” (MATA, 1999, p. 88).

A reflexão de Mata (1999) nos remete à organização social vigente em que os aspectos culturais são relevantes e perpassam todas as discussões propostas. De forma que, durante todo o processo construtivo da investigação, consideramos a *abordagem dos Estudos Culturais* na compreensão de cultura como *plural*, como um *modo de vida global*, desempenhando, assim, papel importantíssimo, tanto no funcionamento como na manutenção da sociedade, tal como nos propõe Raymond Williams (1977). É nesse sentido que os sistemas de dominação se dão, não apenas por poder e propriedade, mas passam, obrigatoriamente, pelas experiências vividas e *modos de viver*.

Mesmo assim, não há como negar que as *indústrias culturais* desenvolvem um trabalho de “remodelagem”, frequentemente, sobre o que representam. Seja por meio de repetição, apelo discursivo, seleção, imposição, ou seja, pela propaganda, produtos criados, de forma que na

maioria dos casos “impondo” características comportamentais do sujeito/cidadão comunicante de modo a contribuir: tanto à adaptação como, até mesmo, à manutenção da cultura dominante, como fez e faz a *mídia hegemônica* em países latinos como o Brasil.

Esse processo, marcado pela *dialética da luta cultural* (HALL, 2003) não têm o poder total de encampar mentes, apesar de despertar desejos, sonhos, ilusões, imaginário popular, mas exerce influência sobremaneira naqueles indivíduos com baixa escolaridade, menor condição econômica. Entretanto, não queremos dizer que os sujeitos são controlados/manipulados totalmente como se fossem uma “tela em branco”, passivamente, como acreditavam os pensadores da Teoria Crítica, mas, em meio a embates, conflitos, formas de resistências, naturais decorrência da tentativa de superação do pensamento imposto.

Na sequência, o capítulo fará em um primeiro momento a problematização teórica e, em um segundo momento, apresentará as inter-relações com as pistas encontradas entre os diversos caminhos originados durante as etapas do estudo, de modo a não desconsiderar o processo de estruturação dos elementos essenciais do trabalho científico, como a definição do objeto/problema, passando pela justificativa da investigação, o elencar dos objetivos e as hipóteses levantadas, contribuindo com todas as dimensões da tese, a começar pela problematização teórica a ser apresentada.

2.1.1 Cidadania, representação midiática e política: Problematização teórica

O midiático é o campo central, o foco de nossas problematizações e *constitui o contexto que engloba os problemas decisivos da produção científica em comunicação* no período atual (MALDONADO, 2006, p. 278). Conforme introdução, o ano de 2018 marcou o país em vários aspectos. Portanto, o relato está cronologicamente estruturado até as eleições no Brasil, compondo assim uma seleção sobre acontecimentos e, concomitantemente, estabelecendo diálogos com elementos da pesquisa, que fomentaram o contexto sócio-midiático-político, muito atípico, que atingiu, de modo geral, não apenas o país, mas toda sociedade mundial.

Desde as eleições do ex-presidente Donald Trump, nos Estados Unidos (2016), a força da informação digital vive em torno dos desafios impostos tanto pelo *ecossistema da desinformação*¹⁴ (WARDLE, 2017), como pelas *fake news*¹⁵, ou seja, *os conteúdos*

¹⁴ Para Wardle (2017), o ecossistema da desinformação é formado por sete tipos de conteúdos enganadores: 1. Falsa conexão; 2. Falso contexto; 3. Manipulação do contexto; 4. Sátira ou Paródia; 5. Conteúdo enganoso; 6. Conteúdo impostor; e 7. Conteúdo fabricado.

¹⁵ Materiais disseminados que marcaram todo o período eleitoral brasileiro e pós eleições pelo chamado *gabinete do ódio* (VASCONCELOS, 2021).

intencionalmente falsos (TANDOC, LIM e LING, 2017). Nesse sentido, o *jornalismo* sofreu e continua a sentir uma grave crise de representação, sem proporção. De tal modo, que o citado fenômeno da desordem informacional contribuiu para disseminar *conflitos sociais de toda ordem, violência e discursos de ódio*, eclodindo em movimentos nos mais diversos segmentos pautados em temáticas e bandeiras da *liberdade de expressão, luta pelos direitos, defesa da democracia*, temas que atingiram diretamente as instituições democráticas evidenciando as consequências do modelo social que vigorava, ou seja, o sistema capitalista neoliberal.

Os fatores mencionados clarificaram o *novo momento da realidade contemporânea* e trouxeram à superfície características *conservadoras* no comportamento das sociedades especialmente das latino-americanas, dando ênfase a memórias de períodos históricos ditatoriais, discursos religiosos e de militarização trouxeram à cena dúvidas sobre os ideais democráticos, aspectos nos quais a sociedade brasileira não ficou imune (GARCÍA-CANCLINI, 2019).

Cronologicamente como serão apresentadas, no decorrer de 2018, as consequências dos vínculos históricos entre os sistemas sociopolítico e midiático foram evidenciadas durante as ocorrências selecionadas. Em especial, a TV servira, (in)diretamente, de apoio às manifestações comunicativas dos sujeitos sociais, classe política, nas pautas que se referiam aos *direitos e deveres* como sinônimo de *cidadania*¹⁶ e, devido ao ano ser eleitoral, *ao voto* como representação máxima desse conceito, mantendo vivas as funções desempenhadas pelo *Príncipe Eletrônico* (IANNI, 1999).

O príncipe eletrônico é invisível e ativo, não é nem monolítico nem homogêneo, ele é orgânico e coletivo, e apresenta, em geral, a visão dos blocos de poder hegemônicos. Seus aparelhos trabalham no sentido da recepção pública total e da eliminação da atitude crítica, assim como do estabelecimento dos consensos: de democracia representativa, livre mercado, liberdade de expressão para os que podem pagar por ela (SANTAFÉ, 2010, p. 911).

Outra característica social foi a inserção, cada vez maior, do público como coparticipante da indústria televisiva, tanto que ela foi obrigada a se reinventar, principalmente devido a pressões vindas do mercado, índices de audiência, ou até mesmo pela inserção no jornalismo, programas de entretenimento, em práticas colaborativas com os cidadãos, articuladas com as narrativas diversas, em interface com o ambiente digital.

O avanço tecnológico digital e as inovações da mídia tradicional provocaram alterações no comportamento, modos de vida, formas de comunicação dos sujeitos comunicantes. García-

¹⁶ Ver Capítulo 3. Cidadania, Cultura e Política: Dos direitos à comunicação ao espaço público midiático.

Canclini (2019) nos traz à discussão que as consequências neoliberais do sistema e os avanços sociotécnicos foram elementos que contribuíram na destruição do *sentido de viver junto*, como era o entendimento da modernidade liberal.

Para ele, a fragmentação multicultural e a pluralidade de sentidos, oriundas da apropriação e uso da internet, trouxe um novo significado de convivência e prática cidadã, de forma que o tratamento e compreensão da função de cidadão também sofreu abalos, o que ele conceitua, em espanhol, de *descidadania, ou seja, desaprender a exercer a cidadania e ser cidadão*, evidenciando a crise cultural e comunicacional que o mundo contemporâneo atravessa.

A partir de tal raciocínio, é possível mensurar as diferentes maneiras e formatos pelos quais a *mídia hegemônica tradicional* (impresso, rádio e televisão), em diálogos com as redes sociodigitais, produzem: conteúdos, produtos, propagandas, contribuindo em vários momentos à manutenção de *estereótipos/preconceitos*, e, interferindo na construção do sentido de *cidadania plena*. No caso específico da televisão, nessa nova configuração social, ela não é mais estritamente um mero aparelho televisor físico, pelo contrário, existem múltiplas possibilidades de uso dos conteúdos televisivos, independente das telas (computador, celulares), canais, plataformas, inclusive, em várias articulações com a *narrativa transmídia* (JENKINS, 2009).

Tanto que, atualmente, se fala em *televisão transmídia* para designar, em termos mais específicos, a adoção do *modelo de produção transmídia pela indústria televisiva* (FECHINE, 2013, p. 29). Nesse aspecto, apesar do inquestionável poder, celeridade e alcance da comunicação em âmbito digital, a TV está longe de desaparecer e parece cada vez mais adaptada aos tempos líquidos (BAUMAN, 2011), *marcados pela mobilidade, inconsistência e fluidez*. Sem adentrar à *individualização que parece ser a corrosão e a lenta desintegração da cidadania* (BAUMAN, 2011, p. 38).

François Jost (2007, p. 56) afirma ser visível o declínio da TV, a diminuição da força que outrora já tivera, mediante a concorrência com as multiplataformas, as redes sociais, enfim, com o espaço online. Entretanto, acredita que tal fator também “amplia seu poder, já que agora, ela também pode acompanhar o espectador em casa e na rua” (JOST, 2007, p. 56), de maneira que, ao estar disponível em diferentes telas, às novas funções, acaba se adaptando ao contexto atual.

No tocante à função que os sujeitos comunicantes passam a desempenhar mediante a relação colaborativa, na interface TV/internet, estes são agora produtores de conteúdos, sendo possibilitados arranjos que permitam a *horizontalidade*, ou seja, que pessoas comuns

interessadas em divulgar suas criações, opiniões e materiais possam fazê-lo considerando a *mass-self communication* (CASTELLS, 2009). E, nesse aspecto, as consequências da amplitude da intercomunicação individual, segundo Castells (2006), facilitou acessos e formas de representação, tanto que os suportes midiáticos móveis (celulares), as plataformas digitais, em ações colaborativas com a TV, interferiram na atuação/prática da política e provocaram:

Profunda crise da legitimidade política em escala mundial, uma vez que há uma ligação forte e evidente, mesmo não sendo exclusiva, entre a prática do escândalo, a midiaticização exacerbada da cena pública e a falta de confiança por parte dos cidadãos no sistema (CASTELLS, 2006, Le Monde Brasil Diplomatique online).

A partir da reflexão é possível afirmar que o *cidadão/eleitor* em uma sociedade midiaticizada vê a sua atuação reduzida ao discurso de luta por *direitos e deveres*, desacreditado não apenas do sistema político, como também do jornalismo e do próprio Estado. A mídia, por sua vez, em seus produtos midiáticos, “embute” na maioria dos casos uma ideia de representação sobre a temática de tal forma que o sujeito fica com a “sensação” de ser contemplado, ouvido, por meio de uma (pseudo) participação, como se estivesse exercendo a cidadania em sua plenitude, a exemplo de o quadro *O Brasil que eu quero*.

Tanto que, nesse sentido, Norberto Guarinello (2016, p. 46), ao tratar do tema, acrescenta que cidadania “implica sentimento comunitário, processos de inclusão de uma população, um conjunto de direitos civis e políticos e econômicos e significa também, inevitavelmente, a exclusão do outro”. O historiador complementa:

A essência da cidadania, se pudéssemos defini-la, residiria precisamente nesse caráter público, impessoal, nesse meio neutro no qual se confrontam, nos limites de uma comunidade, situações sociais, aspirações, desejos e interesses conflitantes. Há certamente na história, comunidades sem cidadania, mas só há cidadania efetiva no seio de uma comunidade concreta, que pode ser definida de diferentes maneiras, mas que é sempre um espaço privilegiado para a ação coletiva e para a construção de projetos para o futuro (GUARINELLO, 2016, p. 46).

Assim, perpassando o viés sócio-histórico, García-Canclini (2019) afirma que no atual modelo sociocultural os cidadãos foram *substituídos pelo algoritmo*, em alusão à força ideológica e mercadológica do ambiente digital, e, principalmente, das redes sociais, que formam atualmente os maiores conglomerados econômicos do mundo. Em sua argumentação, estabelece indicativos relacionados *aos discursos, às relações dialógicas, ao dialogismo*¹⁷ tal

¹⁷ Para Bakhtin (2018), o termo dialógico é uma propriedade fundamental da linguagem, o conceito de dialogismo designa as relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados, em outras palavras, o enunciador para

como postula Bakhtin (2018). Não desconsiderando o atrelar dos *modus operandis* desses sistemas na América Latina, menciona como exemplos os últimos chefes de estados eleitos, pós Trump, em 2018, que se valeram da (des)informação digital. Nisto, cita o caso da campanha eleitoral de Jair Bolsonaro (PL) no Brasil (GÁRCIA-CANCLINI, 2019). Diante do contexto, o autor e um grupo de pesquisadores¹⁸ chegaram à conclusão de que as formas clássicas do *exercício e alcance da cidadania* perante o poder midiático tradicional foram *desabilitadas*. Em outras palavras, ele argumenta que houve perdas de poder do sujeito/cidadão comunicante, principalmente, latino-americano, com o uso da internet, em ações que interferem diretamente no exercício pleno da cidadania.

Os responsáveis por governar, incapazes de garantir direitos (e muitas vezes cúmplices de forças ilegais que os violam) desativam a participação política (...). Eles distorcem métodos democráticos, como eleições e recursos judiciais (o Brasil de Bolsonaro ou o chavismo na Venezuela) e militarizam áreas da vida social (GARCÍA-CANCLINI, 2019, p. 43-44, tradução nossa).

Na visão de García-Canclini (2019), o espetáculo televisivo reconstruiu o significado da política de modo que o agente social está mais disponível para o acontecimento do que para o discurso, em vez de fundamentar argumentos ou programas partidários, “espera por indivíduos excepcionais, confia em heróis que acabam com as regalias dos funcionários (de Collor a Bolsonaro) ou simbolizam o possível aprimoramento do trabalhador de sua privação de classe (Lula)” (GARCÍA-CANCLINI, 2019, p. 45, tradução nossa). Ele, entretanto, alerta que ser espectador ou usuário *prossumidor*¹⁹ não é sinônimo de ser cidadão.

Retomando os elementos da pesquisa, nos ensina Ianni (2001) que os objetos, os fatos e a realidade histórica são carregados de significados e interpretações e que “a realidade está sempre impregnada, recoberta de interpretações que precisam ser desvendadas para que possamos explicar o real” (IANNI, 2001, p. 402). Em *O Príncipe Eletrônico*, o autor cita Karl Marx, para quem a categoria apanha o concreto e recria o concreto. “Surgem com novas expressões, na medida em que a reflexão prossegue, na medida em que a reflexão está desvendando as determinações que constituem o objeto” (IANNI, 2001, p. 406).

construir o seu discurso leva em consideração o discurso do outro. Como esclarece o estudioso russo, “a vida do discurso é fenômeno concreto, muito complexo e multifacético” (BAKHTIN, 2018, p. 207).

¹⁸ GARCÍA-CANCLINI, Néstor. *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Calas, 2019.

¹⁹ *Prosumers* é um termo que foi originalmente criado por Alvin Toffler em seu livro de 1980, *The Third Wave* (A Terceira Onda). Prossumidor é um neologismo, uma junção das palavras *producer* (produtor) e *consumer* (consumidor) e significa o consumidor que atua ao mesmo tempo como produtor. Uma espécie de influenciador de opiniões.

E, nesse contexto, em consonância com o *ofício* do pesquisador que daremos sequência ao percurso investigativo, devido à natureza do objeto midiático, dando continuidade aos tópicos propostos, apresentaremos maiores detalhes sobre esses *contextos com episódios violentos* no Brasil e no mundo, em uma espécie de *minirretrospectiva* dos acontecimentos, sobretudo do ano de 2018 (e não ignorando aqueles que deram sustentação a esse período mesmo que em anos anteriores).

2.1.2 Elementos investigativos: Que país é este, Globo?

A provocação do subtítulo *Que país é este?* é uma referência a um clássico musical do *pop rock* brasileiro, dos anos de 1987, do cantor e compositor Renato Russo, da banda Legião Urbana. Como diz o trecho inicial: “Nas favelas, no senado; sujeira para todo lado; ninguém respeita a Constituição; mas, todos acreditam no futuro da nação (...) que país é esse?”. Há 25 anos, a letra da canção remetia à cultura da corrupção, aos escândalos políticos, à desigualdade e à esperança de que o Brasil do futuro seria melhor que aquele do presente.

A partir da composição musical, sobre a representação do Brasil, um conjunto de perguntas colaboraram quanto ao objeto de referência midiática, dentre elas: *Que Brasil a Globo quer mostrar? Que futuro é este representado pelo Brasil que eu quero? O que o discurso diz para que o sujeito comunicante recebesse o título de porta-voz pelo sistema midiático Globo?* É necessário “saber construir o complexo estrutural que dá conta do contexto midiático²⁰, do contexto comunicacional que configura a sua particularidade como problema/objeto de investigação” (MALDONADO, 2006, p. 274). Tais reflexões apresentadas serviram para chegarmos à indagação, ao problema, propriamente dito, de pesquisa: **Qual o papel da Globo na construção/formação cultural do conceito de cidadania pelo OQBRQ?** A partir do problema, o objetivo geral da tese é examinar e relacionar a representação de cidadania exibida pelo produto OQBR com o sistema midiático Globo.

Como objetivos específicos, pretendemos:

- Identificar como a cidadania apresentada por meio de OQBRQ foi incorporada pelo sujeito comunicante em seu discurso;
- Identificar quais os elementos que contribuíram para que o sujeito comunicante se sentisse ou não representado pelo OQBRQ;

²⁰ Para Maldonado (2006, p. 274), a referência e a prioridade do *mediático* é proposta porque na realidade sócio-histórica atual os sistemas e culturas midiáticos são centrais e atravessam a maioria dos processos de comunicação nas sociedades latino-americanas e *ocidentais*.

- Observar como o sujeito comunicante se apropriou do discurso de porta-voz atribuído pela Globo por meio de OQBRQ;
- Relacionar a influência das normativas estabelecidas pela Globo na seleção e participação do sujeito em OQBRQ;
- Comparar como os sujeitos comunicantes selecionados do recorte contextual se adequaram ou não nas orientações estabelecidas pela Globo;
- Analisar os elementos concretos que possibilitaram ou limitaram a cidadania comunicativa a partir de “O Brasil que eu quero”.

Inevitavelmente, os cenários se modificam, os argumentos podem ser alterados, fomos educados, formados culturalmente, e, possuímos hábitos, de modo que ao entrarmos em um ambiente novo, caso da pesquisa, nossas ideias iniciais são postas em dúvidas até que: “aos poucos as coisas se destacam desse borrão e começam a nos entregar seu significado, à medida da nossa atenção. É o trabalho perceptivo, que colhe as determinações do real, as quais se tornam estáveis para o nosso reconhecimento, durante algum tempo” (BOSI, 2003, p. 115).

As discussões apresentadas até o momento comprovam que a voz do sujeito comunicante reverbera, isso significa, que, agora, o *cidadão/algorithm* (GARCÍA-CANCLINI, 2019) possui acessos aos conteúdos midiáticos, pelos dispositivos e/ou plataformas digitais, de modo que novos comportamentos e múltiplas formas de interação trazem luz aos sujeitos que não apenas recebem, mas (re)produzem informações e opiniões, culminando em uma outra perspectiva cultural que interfere na prática da cidadania, a *cultura da participação* (SHIRKY, 2011).

No tocante ao modelo sociocultural, Roger Silverstone (1994) analisa que, diante do processo de globalização cultural e econômica, as indústrias de comunicação procuraram controlar todos os aspectos de seu próprio mercado, diversificando-se, em uma gama de empresas interconectadas, caso, por exemplo, da *Globo*²¹ que unificou várias empresas do grupo. O processo teve início no segundo semestre de 2018²², na chamada *reorganização* do conglomerado midiático brasileiro. A ênfase recaiu em dois aspectos: nas transformações digitais e na relação direta com o público/*consumidor*, maneira que a *Globo* se refere àqueles que estão sintonizados em suas empresas.

²¹ ROSA, João Luiz. Unificada, Globo estuda novos modelos de negócio. Valor Econômico. São Paulo: 30/07/2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/07/30/unificada-globo-estuda-novos-modelos-de-negocio-sembarreira.ghtml>. Acesso em: 13 mai. 2022.

²² Ver capítulos nesta tese: 2.3.2 *OQBRQ: contextos, aproximações empíricas, zonas de contato* e 4.1 *O mercado Globo: a indústria cultural televisiva*.

A *Globo* fez investimentos nas plataformas digitais: portal de notícias *G1* e o *streaming Globoplay*, que possuía 30 milhões de assinantes (GLOBO, 2022), redução no quadro de funcionários do telejornalismo, teledramaturgia, esportes etc. Tal reformulação²³ da *TV Globo* a fez retirar a sigla da televisão (TV), passando a ser somente *Globo*, que representa hoje: *TV Globo, Globosat, Som Livre, Globo.com, Globoplay e DGcorp*. Toda essa estruturação integrava a campanha *Uma só Globo* e a parceria do conglomerado midiático com a *Google*²⁴ com o objetivo de “pensar a TV como um grande meio de comunicação, trazendo todas as métricas e modelos de negócios típicos da publicidade digital para abrir a TV” disse Jorge Nóbrega, CEO da Globo (RAVACHE, 2021, IG, online).

Sendo assim, adentraremos no recorte temporal, com episódios selecionados, que dialogam com a temática e o objeto. Começaremos por ele, nove meses antes do pleito eleitoral de 2018 as propagandas institucionais de OQBRQ começaram. A estreia oficial aconteceu em março, em todos os telejornais, o encerramento ocorreu às vésperas do primeiro turno das eleições em outubro.

2.2 Recorte temporal dos fatos: 2018

2.2.1 Janeiro: O Brasil que eu quero - Globo (divulgação institucional)

Iniciando o ano, em janeiro, a *Globo* envolveu os principais nomes do seu telejornalismo e lançou, por meio de propagandas institucionais, mais um produto midiático, o quadro *O Brasil que eu quero*, que se colocava como um espaço de escuta e que possibilitaria “dar voz”, permitindo a participação direta dos cidadãos, através do envio de vídeo amador em resposta à seguinte pergunta: *Que Brasil você quer para o futuro?* Logo na edição de lançamento de OQBRQ no *JN*, a ideia de *cidadania* aparece na bancada, na boca de Willian Bonner:

A gente pôs essa telona aqui à sua disposição (...) todo cidadão tem o direito de dizer o que deseja para o seu país. A Globo quer que todos os candidatos escutem. *A gente vai dar voz a um representante de cada cidade*. Esses 5.570 brasileiros serão vistos e ouvidos aqui (BONNER, JN, 04/03/2018, grifo nosso).

²³ Essa mudança estrutural marca, em 2021, parceria inédita por sete anos, entre dois conglomerados: no caso a Globo e o gigante Google Cloud. Um projeto visa a migração da TV aberta para o Globoplay e vice-versa ao controle remoto do usuário. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/parceria-da-globo-com-o-google-poe-o-grupo-brasileiro-nas-maos-da-gigante-mundial/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

²⁴ Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/globo-se-rende-ao-google-poe-concorrentes-em-desvantagem-e-ameaca-agencias-55289>. Acesso em: 01 jul. 2022.

A proposição do quadro, divulgado em todos os telejornais da *Globo*, inclusive, no *Jornal Nacional (JN)*, em pleno ano eleitoral, possibilitou aos sujeitos comunicantes de pela TV apresentarem reivindicações e denúncias, em torno de questões de cidadania, políticas públicas, entre outros. De forma que a *Globo* “permitiu” que o brasileiro se visse representado, nas mais diferentes regiões do país. Entretanto, valeu-se de artifícios midiáticos, tecnologias digitais, na tentativa de ilustrar uma cidadania diversa e ampliada, quando, na verdade, condicionava uma gramática própria, não deixando claros os critérios de seleção do material enviado pela população.

Em outras palavras, ela atuou como *O Príncipe Eletrônico* (IANNI, 1999), em uma construção de cidadania e defesa da democracia reduzida à aquisição dos direitos e deveres. É assim que o mês de janeiro foi o período de disseminação da propaganda do quadro, durante os intervalos comerciais da *Globo*, e, apesar do chamamento, somente no mês de março é que teria início oficialmente.

Em seu primeiro mês de exibição, dos sete de duração, o quadro se destoou dos demais produtos elaborados pela *Globo* em outros períodos eleitorais²⁵, perdurando até às vésperas das eleições. A maneira como a *Globo* tratava a cidadania desde o início nesse produto midiático era com *disfarces* de uma *cidadania comunicativa* (CAMACHO AZURDAY, 2005; MALDONADO, 2015), o que se apresentava em OQBRQ nos inquietava sobretudo perante a necessidade de “superar a redução aos critérios jurídicos e políticos, ampliar sua compreensão para seu caráter multicultural, antropológico étnico etc.” (MALDONADO, 2015, p. 719).

A cidadania comunicativa é uma prática social catalisadora das revoluções de pensamento, pelas quais os sujeitos em situação de resistência – revolta- alcançam o espaço de visibilidade na esfera midiática. Visibilidade esta sustentada por tomadas de decisões conscientes, apoios em suportes midiáticos e da propagação de discursos cidadãos construídos (TEIXEIRA, 2019, p. 44).

Perante a reflexão posta, a ideia da visibilidade presume uma relação comunicacional entre os sujeitos sociais e os meios de comunicação, entretanto, requer cidadãos conscientes e emancipados, com autonomia e desenvolvimento básico de suas condições de vida, inclusive, considerando suas estratégias para resistir e fazer uma leitura crítica da proposta feita pela mídia hegemônica. Na sequência a ser apresentada, no mês de fevereiro de 2018, além da pauta da corrupção, discussões sobre a liberdade de participação, anunciada pelo quadro da *Globo* é combatida, por meio do Decreto nº 9.288 do, então, presidente Michel Temer, autorizando

²⁵ Ver capítulo 4. *Rede Globo de Televisão: Que Brasil a gente vê aqui?*

intervenção militar na Segurança Pública do estado do Rio de Janeiro, que, por coincidência, é o estado sede do conglomerado midiático.

Retomando a questão da percepção da corrupção pelos brasileiros, a mensuração descrita no relatório do índice do Transparência Internacional revelara indícios que as operações que diziam combatê-la, tal como a Lava Jato, não estavam alcançando êxito, pois o país caíra 17 posições no ranking mundial sobre o tema.

2.2.2 Fevereiro: Transparência Internacional: Brasil piora 17 posições em ranking da corrupção

O índice de percepção da corrupção (2018), publicado pelo Transparência Internacional, que mensura os níveis de percepção sobre a temática no setor público em 180 países apontou que o Brasil caiu 17 posições no ranking da corrupção, ficando em 105º lugar, em comparação ao ano anterior 2017, que era de 96º. O documento reforçou que os prejuízos para a democracia brasileira eram grandes, tanto que, naquele momento fora classificada como “democracia híbrida” isso significa que:

Falha ao não tomar sérias medidas contra a corrupção. Líderes populistas estão transformando a política em toda a região, aumentando o alerta vermelho sobre o modo como tratam os meios de comunicação, sociedade civil e instituições democráticas – todas em risco de se tornarem menos eficazes (TRANSPARÊNCIA INTERNACIONAL, 2019, p. 7).

Na escala que vai de zero (mais corrupto) a 100 (menos corrupto), o Brasil aparece com 37 pontos, três a menos que em 2016. Sendo assim, o relatório evidencia que não houve esboço de resposta ao problema que é sistêmico, pelo contrário, a velha política que se aferra ao poder sabota qualquer intento neste sentido, “a população se divide na polarização cada vez mais extremada do debate público, o que acaba anulando a pressão social e agravando ainda mais a situação”, analisa Bruno Brandão (2018), representante da Transparência Internacional no Brasil. Brandão (2018) refere-se ainda à relação do governo de Michel Temer (MDB) com a corrupção falando que foi quem mais influenciou o resultado, pois:

Além desse Governo não propor políticas de combate à corrupção, há um envolvimento muito grande dos seus membros com ela. Os ministérios são compostos com vários nomes investigados e acusados por crimes de corrupção. O próprio presidente tem acusações gravíssimas e só se mantém no poder por um grande acordo com o Congresso (BRANDÃO, 2018, s/p).

A reflexão está em acordo com o dado de que a corrupção foi um dos temas citados, em mais de 18 mil vídeos, durante toda exibição do quadro *O Brasil que eu quero*. O *Jornal*

Nacional (JN), em semana que antecedeu as eleições, em 04 de outubro de 2018, tratou em reportagem especial do assunto com base nos depoimentos de OQBRQ. Conforme evidenciado pelo relatório do Transparência Internacional (2018), mais de 80% dos brasileiros responderam que o cidadão comum pode fazer a diferença na luta contra a corrupção.

Outra discussão importante em 2018 foi a Segurança Pública, que, nos números apresentados pela Globo, não entrou entre os cinco temas mais discutidos pelos brasileiros nos vídeos de OQBRQ, embora tenha sido recorrente o assunto diante da violência, como no episódio da intervenção federal do Exército no estado do Rio de Janeiro e nas consequências dessa ação política.

2.2.2.1 Intervenção federal do Exército (RJ)

O mês de fevereiro foi marcado pela intervenção federal no estado do Rio de Janeiro. Por meio da publicação do Decreto nº 9.288, o presidente Michel Temer nomeou o general de Exército Walter Souza Braga Netto como Interventor, delimitando sua área de atuação à segurança pública do Estado (BRASIL, 2018). Na prática, o oficial substituiu o governador do Rio, Luiz Fernando Pezão²⁶ (MDB), na área de segurança. A decisão do governo federal contou com o aval de Pezão. Temer destinou R\$ 1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões de reais), pela sanção da Lei nº 13.700 (BRASIL, 2018), para gastos do Gabinete de Intervenção.

Dessa forma, pela primeira vez, desde a promulgação da Constituição Federal de 1988, um general do Exército possuía competência para atuar de forma legal no direcionamento de políticas públicas no Estado do Rio de Janeiro, ainda que naquele momento o RJ estava cercado de denúncias sobre o envolvimento de militares do exército com o crime organizado e facções criminosas²⁷.

Além disso, a coordenação do gabinete ficou responsável também pelo emprego das Forças Armadas na operação de Garantia da Lei e da Ordem (GLO) que já ocorria no Estado

²⁶ Em novembro do corrente ano, o governador Luiz Fernando Pezão seria preso na Operação Lava-Jato da Polícia Federal. GUIMARÃES, Arthur; LEITÃO, Leslie; SOARES, Paulo Renato; BOECKEL. Lava Jato prende o governador Luiz Fernando Pezão. São Paulo. 29.nov.2018. TV Globo e G1 Rio. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/11/29/pf-esta-nas-ruas-do-rio-para-cumprir-mandados-na-lava-jato.ghtml>. Acesso em: 01 jul. 2022.

²⁷ Ver: ALESSI, Gil. Quando integrantes do Exército são corrompidos pelo Crime Organizado. El País. São Paulo. 22 fev. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/20/politica/1519134545_626880.html. Acesso em: 01 jul. 2022.

do Rio de Janeiro, conforme Decreto de 28 de julho de 2017 (BRASIL, 2017), conhecida como Operação Furacão²⁸.

Miguel Ramos (2019), no artigo *Intervenção Federal no Rio de Janeiro: Reflexões*²⁹, relata que as Forças Armadas ao entrarem no conjunto de favelas do Complexo do Alemão, RJ, encontraram nos muros das casas grafites, que apontavam o capital adquirido pelas forças ilegais que dominavam a região, o “capital simbólico”. Na ilustração do grafite, a frase “esses são os meninos que as meninas gostam”, se referindo a um soldado do tráfico, refletindo a legitimidade obtida pelas forças irregulares dentro da comunidade. Tal como Bourdieu nos aponta na reflexão:

A dissolução de um Estado permite ver que a construção da unidade nacional se faz contra tendências secessionistas, que podem ser regionais, mas podem [provir] também das classes [sociais]. É possível haver secessões do tipo guerra civil, mas também uma secessão de fato, quando, por exemplo, o gueto de Chicago se vê em estado de secessão: a polícia não vai mais lá, é um Estado dentro do Estado, é um não Estado no Estado; há formas de delinquências que são formas de secessão (BOURDIEU, 2012, p. 467).

Colaborando com o pensamento de Bourdieu para além da guerra civil enfrentada, comprovou-se que a administração do Exército resultou em aumento do número de mortos em confrontos durante sua operação, de acordo com o levantamento do Observatório de Intervenção³⁰. Tanto que, dez meses depois da ação do Exército, o número de pessoas mortas pela polícia tinha aumentado 40% (1.151 casos foram contabilizados) e os tiroteios no RJ aumentaram em 60%. Na conclusão, o documento relata ainda que esse tipo de prática não é um modelo a ser copiado. Assim, foi compreendido que não houve um redirecionamento na política de segurança pública, “reconduzindo-a a erros históricos de priorização de operações militares no combate ao crime e não a ações direcionadas aos campos que dão origem ao problema” (RAMOS, 2019, p. 262).

Essa ênfase na militarização com ações de intervenção do estado e discurso enfatizando intervenção militar, com pedidos de *volta da ditadura*, ecoou com mais força em 2018, ano

²⁸ Operação executada pelo Exército e que prosseguiu durante a intervenção federal, com a finalidade de combater a violência e o crime organizado no Estado do Rio de Janeiro.

²⁹ Ver: RAMOS, Miguel. *Intervenção Federal no Rio de Janeiro: Reflexões*. Revista Brasileira de Segurança Pública. São Paulo v15, n.2, 262-275 p. ago/set 2021.

³⁰ Iniciativa do Centro de Estudos de Segurança e Cidadania da Universidade Candido Mendes (CESeC/Ucam). Seu objetivo é acompanhar e divulgar os desdobramentos, os impactos e as violações de direitos decorrentes da intervenção federal no Estado do Rio de Janeiro a partir da documentação e da análise criteriosa sobre fatos e dados (OBSERVATÓRIO DA INTERVENÇÃO, 2018). Disponível em: <http://www.observatoriodaintervencao.com.br/balanco-dos-seis-meses-da-intervencao-mostra-poucas-metas-realizadas-e-aumento-da-violencia-policial/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

eleitoral, sendo evidenciado na campanha eleitoral de muitos candidatos, contribuindo para o fortalecimento da eleição presidencial do ex-capitão do Exército, Jair Messias Bolsonaro. Um mês após a intervenção, ocorreram os assassinatos da vereadora Marielle Franco (PSOL) e de seu motorista Anderson Gomes, na cidade do RJ.

2.2.3 Março: Execução da vereadora Marielle Franco #QuemMatouMarielle?

Após um mês de intervenção das Forças Armadas no estado do Rio de Janeiro, a vereadora Marielle Francisco da Silva (PSOL), mais conhecida como Marielle Franco, totalmente contrária a essa ação, foi assassinada juntamente com o motorista Anderson Pedro Gomes em uma emboscada. O carro em que estavam foi metralhado por 13 tiros, de uma metralhadora 9mm, no centro da capital fluminense, em 14 de março. Marielle e Anderson retornavam de uma palestra sobre negritude, representatividade e feminismo, na região do Estácio no centro do RJ.

(...) O embate para quem vem da favela, nós somos violadas e violentadas há muito tempo e muitos momentos. Nesse período, por exemplo, onde a intervenção federal se concretiza na intervenção militar, eu quero saber como ficam as mães e familiares das crianças revistadas. Como ficam as médicas que não podem trabalhar nos postos de saúde. Como ficam as mulheres que não têm acesso à cidade? Essas mulheres são muitas. São mulheres negras; mulheres lésbicas; mulheres trans; mulheres camponesas; mulheres que constroem essa cidade, onde diversos relatórios – queiram os senhores ou não - apresentam a centralidade e a força dessas mulheres, mas apresentam também os números que o The Intercept publicou do dossiê de lesbocídio que, no ano de 2017, houve uma lésbica assassinada por semana (...) (Último pronunciamento³¹ de Marielle Franco, em Sessão Plenária, no 08.mar. 2018).

Pelo discurso proferido, em sua carreira política, atuava sendo a única mulher negra, entre as sete mulheres com mandatos, dos 51 vereadores que compunham a legislatura da Câmara Municipal do RJ. A socióloga, nascida no Complexo da Maré³², foi reconhecida internacionalmente por Organizações Não Governamentais (ONGs), tais como a Anistia Internacional, pelas formulações de projetos de leis e pautas em defesa dos direitos da população LGBTQIA+, sendo também lésbica, e das mulheres negras da favela.

³¹ SENNA, Roberto. Último pronunciamento de Marielle Franco. Sessão Plenária, 08/03/2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SIHtY1FiqYo>. Acesso em: 01 jul. 2022.

³² Bairro localizado na zona norte do Rio de Janeiro, às margens da avenida Brasil. Formado por 16 comunidades entre sub-bairros, conjuntos habitacionais e favelas, o bairro abriga 140 mil pessoas que habitam mais de 40 mil domicílios, de acordo com o Censo de Empreendimentos Maré (2016). É considerado um dos maiores conjuntos de favelas do Rio de Janeiro.

Crítica da violência estatal e policial nas favelas cariocas, desenvolveu sua pesquisa de mestrado³³ *UPP - A redução da favela a três letras: uma análise da política de Segurança Pública do estado do Rio de Janeiro*, na Universidade Federal Fluminense (UFF), em 2015. Em sua conclusão, discorre que UPP - Unidade de Polícia Pacificadora deveria chamar-se Unidades de Políticas Públicas por se tratar de uma mudança cultural necessária em territórios nos quais a presença do Estado não ocorre em sua plenitude. “É uma carga ideológica para manutenção de elementos fundamentais da política hegemônica. O que ocorre é uma propaganda geral pela paz, na qual a polícia, e não a política, ocupa lugar central” (FRANCO, 2015, p. 123).

Assim, em um contexto de movimentos pró-democracia no Brasil e *Black Lives Matter*³⁴ no mundo todo, a figura de Marielle Franco na política alcança destaque. Isso acontece por conta de sua postura de defesa de grupos que passam por opressões raciais e de classe, sobretudo as mulheres negras, as populações periféricas e LGBTQIA+.

Ela também havia coordenado a Comissão de Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania da Alerj (Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro) ao assessorar o deputado estadual Marcelo Freixo (PSOL) e decidiu atuar na defesa dos direitos humanos após perder uma amiga, vítima de bala perdida, em um tiroteio entre policiais e traficantes no Complexo da Maré.

Em 2020, é tema da minissérie *Marielle – O documentário*, na *Globoplay*, dirigida por Caio Cavechini (começou no Profissão Repórter com Caco Barcellos). Conduzida pela central de jornalismo da *Globo*, a produção em seis episódios transita entre três temas: a humanização de Marielle e do motorista Anderson Gomes, também morto; as investigações policiais e jornalísticas; e os bastidores políticos do Rio de Janeiro e do Brasil.

Em sua crítica, Carneiro (2020)³⁵ enaltece a narrativa investigativa proposta e salienta que, em sua opinião, o recurso mais forte foi a exibição de áudios e mensagens de *WhatsApp* ao longo dos capítulos. O lado negativo, em sua visão, foi que em vez de se valer de recursos típicos do formato, que resumem e facilitam temas “espinhosos” para os espectadores, a

³³ SILVA, Marielle Francisco. *UPP - A redução da favela a três letras: uma análise da política de Segurança Pública do estado do Rio de Janeiro*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, 2015. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/2166/Marielle%20Franco.pdf;jsessionid=FF4042533CF135F00BBDF66FD79FB9BF?sequence=1>. Acesso em: 01 jul. 2022.

³⁴ *Black Lives Matter* é um movimento ativista internacional, iniciado em 2013, com origem na comunidade afro-americana contra a violência direcionada às pessoas negras.

³⁵ CARNEIRO, Raquel. *Marielle o documentário: os altos e baixos da série da Globoplay*. Veja. 16 mar. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/marielle-o-documentario-os-altos-e-baixos-da-serie-da-globoplay/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

produção se torna uma grande reportagem do Fantástico, “mostra que a Globo, apesar da coragem de pisar em terreno minado, ainda precisa olhar com mais afinco para fora de si” (CARNEIRO, 16 mar. 2020, VEJA, online, s/p).

Em 2022, mais de quatro anos do assassinato, o PM Ronie Lessa³⁶ réu pelas execuções da vereadora Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes vai a júri popular. O delegado responsável pelo início da investigação até 2019, Ginton Lages, em reportagem, afirmou que nunca tinha visto um crime tão bem planejado³⁷, o primeiro a falar em execução, lançou, junto com o cientista político Carlos Ramos, o livro *Quem Matou Marielle?* (Editora Matrix, 2022).

Outro trabalho³⁸ que analisa a cobertura de *O Globo*, na rede social *Twitter*, sobre a execução de Marielle revelou dois pontos importante sobre o sistema midiático: o primeiro, a não atribuição de sentido político ao caso, em sua cobertura, embora a representação da vereadora como figura simbólica tenha sido evocada pelo número expressivo de *tweets*. E “a tentativa de despolitização que ficou evidente no tratamento dado ao crime, referido pelo jornal como assassinato e morte, e não como execução” (BARBOSA; ROCHA, 2019, p. 69-70).

No mesmo ano, em abril, vemos dois fatores de grande relevância para a sociedade mundial, o primeiro é sobre a série documental da *Netflix*, *O Mecanismo*, que tem como base a Operação Lava-Jato; seguida da prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) expedida pelo então juiz Sérgio Moro na Força-Tarefa da Lava Jato. E por fim, vazamento de dados de privacidade pelo conglomerado tecnológico do Vale do Silício, *Facebook*.

2.2.3.1 O mecanismo - série de José Padilha (Netflix-2018)

O Mecanismo - ficção seriada de *streaming* da *Netflix*, lançada em março de 2018, do diretor cinematográfico José Padilha, apresenta um enredo que envolve a Polícia Federal com a Operação Lava-Jato, em especial o ex-juiz Sérgio Moro, que teve destaque na primeira

³⁶ FALCÃO, Márcio. Caso Marielle Franco: STJ rejeita recurso e mantém o julgamento de Ronie Lessa em júri popular. TV Globo. 10. maio.2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/05/10/caso-marielle-franco-stj-rejeita-recurso-e-mantem-julgamento-de-ronnie-lessa-em-juri-popular.ghtml>. Acesso em: 01 jul. 2022.

³⁷ ESTADÃO. Caso Marielle: Nunca havia visto um caso tão bem planejado, diz delegado. O Estado de S. Paulo. Rio de Janeiro. 20/06/2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2022/06/20/caso-marielle-nunca-havia-visto-um-crime-tao-bem-planejado-diz-delegado.htm>. Acesso em: 01 jul. 2022.

³⁸ BARBOSA, Paula Silveira; ROCHA, Paula Melani. A (re) execução de Marielle Franco a partir das lentes de *O Globo* no *twitter*. **Periódicus**, Salvador, n.10, v. 1, nov.2018-abr.2019. pág. 51-71. Disponível em: <file:///C:/Users/ecosta/Downloads/27978-Texto%20do%20Artigo-102331-1-10-20181218.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.

temporada, e os políticos, principalmente do Partido do Trabalhadores (PT), Lula e Dilma. A polícia é vista como heroína. É a ideia da ficção televisiva como um dos elementos da construção midiática da política (LIMA, 1996).

Padilha norteou a obra pelo livro: *Lava-Jato – O juiz Sérgio Moro e os bastidores da Operação que abalou o Brasil* (2016), de autoria do jornalista Wladimir Neto, filho da economista Miriam Leitão. O diretor já havia produzido os *Tropa de Elite 1* que tratou da vida de um capitão do Batalhão de Forças Especiais (BOPE), da Polícia Militar do Rio de Janeiro, e os conflitos com o crime organizado; e a continuação *Tropa de Elite 2* que mostra o envolvimento da milícia carioca; além de outra série da *Netflix – Narcos* – drama policial sobre a vida do traficante colombiano Pablo Escobar.

Albuquerque (2002), em *O mecanismo e a operação ficcional da Operação Lava-jato*, tece duras críticas à produção, enfatiza a distribuição mundial por conta da empresa ser norte-americana e destaca sua influência, devido à colaboração ilegal entre o procurador Deltan Dallagnol e o ex- juiz Sérgio Moro com o FBI e o Departamento de Justiça daquele país, evidenciada por vazamentos do *The Intercept Brasil* (FISHMAN; VIANA; SALEH, 2020), nas reportagens da Vaza Jato.

Contudo, o aspecto mais fascinante do processo de midiatização da Operação Lava-Jato, tal como promovido ficcionalmente por *O Mecanismo*, diz respeito aos impasses que se apresentaram ao universo da representação ficcional a partir das revelações da série de reportagens denominada Vaza Jato, do *Intercept Brasil*. Com base em material trocado por agentes do Judiciário e Ministério Público por meio de suas contas no aplicativo Telegram, essas reportagens evidenciaram os elementos de conspiração por detrás da Operação Lava-Jato, tais como o seu viés político anti-PT e, ainda mais importante, as evidências de que o juiz Moro atuou em conjunto com a equipe de promotores para produzir provas contra Lula, manipular a opinião pública e, dessa forma, influenciar a sua condenação (ALBUQUERQUE, MEIMARIDIS, QUINAN, 2020, p. 68).

É preciso destacar que, no ano de 2019, o vazamento das conversas entre o então juiz Sérgio Moro e o Procurador Deltan Dellagnol pelo *Telegram* evidenciou que a produção audiovisual de *O Mecanismo* foi usada politicamente. Tamanha foi a crítica sobre o diretor José Padilha³⁹ que ele veio a público, em entrevistas e em matéria na revista *Veja*, dizer-se arrependido e que errou ao ter acreditado em Moro. Como vimos, a descoberta do jornalismo do *The Intercept Brasil* foi essencial para o questionamento das “provas” contra o ex-presidente

³⁹ Arrependido por ter retratado o ex-juiz como herói na série 'O Mecanismo', o diretor fala hoje que não havia mocinhos na Lava-Jato. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/paginas-amarelas/jose-padilha-fui-um-idiota-de-ter-acreditado-em-sergio-moro/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

Luiz Inácio Lula da Silva, que um ano antes, em 2018, foi preso pela mesma força-tarefa da Lava-Jato como veremos a seguir.

2.2.4 Abril: Prisão do ex-presidente Lula

Em São Bernardo do Campo, São Paulo, ocorreu a *prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT)*. O mandado foi expedido pelo, então, juiz Sérgio Moro em ação da Operação Lava-Jato, da Polícia Federal. Lula se entregou à PF no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. No tocante à fomentação da influência midiático-política diante do assunto, encontramos a dissertação *A influência da cobertura do Jornal Nacional na formação do discurso de ódio contra Lula*⁴⁰, de Caroline de Marchi Pignaton (2021), da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). A pesquisadora analisa discursiva e historicamente a narrativa do *JN* até a prisão de Lula. Pignaton (2021) afirma que, na semana da decretação da prisão do ex-presidente Lula, as edições do telejornal dos dias 5, 6 e 7 de abril foram dedicadas quase exclusivamente ao assunto.

Ao todo, foram nove plantões e cinco chamadas “Veja no JN”, transmitidas também pelas redes sociais, sendo que sete dos plantões aconteceram no dia 7 de abril. O espetáculo midiático havia chegado ao seu clímax. Nas chamadas para o JN do dia 5, a apresentadora Renata Vasconcellos transmitia alegria em dar a notícia da “oferta” de Moro para que o condenado se apresentasse voluntariamente à PF até o dia seguinte, reforçando o sentido de benevolência atribuída pelo telejornal a ele (PIGNATON, 2021, p. 135).

A pesquisadora aponta o discurso desfavorável ao ex-presidente, pelo *JN*, construído durante as investigações do caso do Triplex no Guarujá, em outras palavras, “a exaltação de Lula como culpado e dissimulado, da Lava Jato como a solução para acabar com a corrupção e de Moro com o ‘salvador’ do Brasil. O ‘bem’ tinha vencido o ‘mal’” (PIGNATON, 2021, p. 135, grifos da autora). Em seu relato, ela enfatiza que enquanto Lula mantinha-se na sede do Sindicato dos Metalúrgicos, para onde foi desde o anúncio da prisão e ali permaneceu até o dia 07 de abril, helicópteros sobrevoavam o local como se estivessem em busca de um foragido, apesar do próprio *JN* mostrar, por meio de entrevistas de juristas, que ele não poderia ser considerado foragido, pois não havia descumprido nenhuma determinação judicial.

⁴⁰ Disponível em: https://sappg.ufes.br/tese_drupal//tese_15392_CarolinePignaton_Biblioteca_20220311-155706.pdf. Acesso em: 01 jul. 2022.

2.2.4.1 Informações complementares – fora do recorte da pesquisa (2019-2022)

Após um ano e cinco meses preso, na sede da Polícia Federal em Curitiba, o ex-presidente é libertado em novembro de 2019. Em sua obra *O poder da comunicação*, Castells (2017) parece estar descrevendo a cobertura da Lava Jato no Brasil. Ele diz: “Trazido pela campanha anticorrupção para a vanguarda da opinião pública, o sistema judiciário aceitou o papel de salvador moral do país, criando uma aliança de facto entre juízes e jornalistas” (CASTELLS, 2017, p. 317).

Após a eleição de Jair Bolsonaro, Sérgio Moro é convidado pelo presidente a assumir o Ministério da Justiça e Segurança Pública, ele aceita e pede exoneração da carreira de juiz federal que tinha há 22 anos. No primeiro ano como ministro, Moro também voltou a encarar acusações de parcialidade em seus julgamentos como juiz após vazamentos revelados pelo portal *The Intercept Brasil*, a “Vaza Jato”, indicarem que ele e procuradores da força tarefa da Lava-Jato trocavam mensagens sobre o processo pelo *Telegram*.

Em abril de 2020, Sergio Moro pediu demissão do cargo de ministro horas após a publicação da exoneração do diretor-geral da PF, Maurício Valeixo. Em anúncio de despedida, Moro afirmou que a troca do comando da corporação foi ocasionada por interferência política de Bolsonaro. Em janeiro de 2022, o caso triplex do Guarujá que levou Lula à prisão foi arquivado devido ao reconhecimento do Supremo Tribunal Federal (STF) da parcialidade do ex-juiz Sergio Moro nesse caso e em outros que ele atuou contra Lula.

Em abril de 2018, o conglomerado de tecnologia *Facebook* é levado ao tribunal norte-americano por conta de vazamentos de dados de milhões de usuários em todo o mundo.

2.2.4.2 Facebook - depoimento de Zuckerberg no Senado dos EUA

Nos Estados Unidos (EUA), Mark Zuckerberg, presidente-executivo do *Facebook*, depôs, por mais de cinco horas, por convocação do Senado norte-americano. O motivo do depoimento foram acusações de vazamento de dados privados dos usuários da rede social.

Em depoimento, Zuckerberg⁴¹ admitiu erros do *Facebook* em relação à regulação do uso de dados e sobre como a multinacional reagiu ao escândalo da *Cambridge Analytica*, companhia britânica que trabalhou na campanha presidencial de Donald Trump, devido ao vazamento maciço e uso de dados pessoais não autorizados do *Facebook*. A empresa sofreu

⁴¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/mark-zuckerberg-depoe-ao-senado-sobre-uso-de-dados-pelo-facebook.ghtml>. Acesso em: 06 jun. 2022.

investigação jornalística de *The Guardian* e *The New York Times* que descobriu que os dados pessoais de até 50 milhões de norte-americanos tinham sido obtidos irregularmente do *Facebook* e seriam utilizados de modo indevido para fins eleitorais.

O mal-estar, a desconfiança e a falta de privacidade dos usuários das redes digitais foram pautas de debates em vários países, inclusive no Brasil. Documentários sobre o descontrole das grandes empresas do setor foram produzidos evidenciando os riscos à democracia mundial.

Na sequência, outro marco da história política mundial, a saída dos Castro do poder na ilha de Cuba.

2.2.4.3 Cuba elege 1º presidente – 60 anos após os irmãos Castros

O novo líder cubano, Miguel Díaz-Canel substituiu Raúl Castro, que deixou o país após cumprir dois mandatos no cargo. Díaz-Canel recebeu 603 dos 604 votos possíveis na Nacional do Poder Popular, o equivalente a 99,83% do total.

Díaz-Canel foi eleito pela Assembleia, órgão legislativo cujos deputados foram eleitos pela população. A Assembleia é a responsável por eleger, por sua vez, o Conselho de Estado, o organismo diretivo do país.

No Brasil, outro episódio, em maio, que marcou o ano de 2018, foi a paralisação dos caminhoneiros por um período até então nunca visto, trazendo prejuízos e falta de abastecimento à população.

2.2.5 Maio: Greve dos caminhoneiros - Forças Armadas são acionadas

O aumento no preço do óleo diesel levou os caminhoneiros a iniciarem uma paralisação no Brasil interrompendo o trânsito em rodovias de ao menos 24 Estados durante dez dias. O aumento do combustível estava associado ao aumento do dólar e do petróleo no mercado internacional.

O presidente Michel Temer acionou as forças federais, no oitavo dia, para superar os graves efeitos da paralisação, garantindo a livre circulação nas estradas e o abastecimento. Um decreto de Temer foi publicado durante os dias de greve dando poder de polícia às Forças Armadas em todo o país. É a primeira vez que uma operação GLO (de Garantia da Lei e da Ordem), como é chamada, tem abrangência nacional e não apenas em Estados e municípios específicos.

Saindo do problema com o transporte no país, os Estados Unidos sofriam com os problemas de migração na fronteira com o México. Donald Trump então na presidência radicaliza e separa os imigrantes ilegais presos de seus filhos, criando mal-estar e polêmica.

2.2.6 Junho: EUA - Conflitos de Migração - Trump - crianças detidas em armazéns

Em junho, a fronteira entre os Estados Unidos e o México teve a entrada irregular de imigrantes que sofrem as consequências da política migratória do, então, presidente Donald Trump que, em discurso, enfatizava a ideia de construir um muro na divisão entre os dois países. O choque da atuação americana foi a circulação de imagens de crianças que ficaram detidas em um armazém do estado do Texas, separadas dos pais. Chegaram a duas mil crianças, sendo 49 brasileiras.

A Comunidade Internacional demonstrou indignação com as imagens divulgadas - as quais violavam drasticamente os Direitos Humanos. Pressionado, Trump teve que dar um passo atrás em sua política de “tolerância zero” com imigrantes irregulares. Ainda em junho de 2018, ele assinou um decreto que ordenava a prisão daqueles que entravam ilegalmente no país, porém acrescentou a proibição de serem separadas de seus filhos e filhas.

No mês seguinte, julho, o maior evento de futebol mundial seria iniciado na Rússia, por ser um país com leis rígidas em relação a Comunidade LGBTQIA+, a Federação Internacional de Futebol (FIFA) teve que intervir no processo para liberação de membros da comunidade estrangeiros e de nacionalidade russa nos estádios do país durante o torneio.

2.2.7 Julho: Rússia - Fifa garante que comunidade LGBTQIA+ se manifeste na Copa do Mundo

A Copa do Mundo de futebol na Rússia precisou fazer adequações no tocante às manifestações homoafetivas. Desde 2013, eram proibidos tais manifestos. Embora a homossexualidade não seja considerada crime na Rússia, o país governado pelo presidente Vladimir Putin mantém postura ortodoxa em relação à comunidade LGBTQIA+. No anúncio de que o país sediará o mundial de futebol, entidades de Direitos Humanos se manifestaram de forma contrária, temendo que o país proíba manifestações que façam referência à diversidade sexual, usando como base a lei contra a “propaganda gay”.

Os casos de violação aos direitos de pessoas LGBTQIA+ na Rússia apontados no relatório da Russian LGBTQIA+ Network (2018)⁴² vão desde agressões verbais a prisões e assassinatos, incluindo denúncias de *campos de concentração de homens gays na Chechênia*. Cerca de 70% dos participantes de uma pesquisa conduzida pelo grupo com cidadãos LGBTQIA+ russos não confiavam na polícia e nas autoridades, por medo de represálias e o não prosseguimento de investigações. A homossexualidade não é considerada crime na Rússia desde 1993, mas em junho de 2013, o parlamento russo aprovou uma lei nacional que proíbe manifestações de valores que *não estão de acordo com a visão tradicional heterossexual para menores de idade*. De acordo com a legislação, a intenção é proteger as crianças russas.

Em comunicado à imprensa internacional, antes do evento mundial, Svetlana Zakharova, diretora de comunicação da *ONG Russian LGBT Network*, informava que a Rússia não é um país seguro para homossexuais se assumirem abertamente.

Dando sequência aos fatos, no Brasil, o problema dos refugiados venezuelanos estava no auge, iniciado desde 2015, o período eleitoral se apropriou do fato e desencadeou maiores revoltas e consequências à problemática questão.

2.2.8 Agosto: Xenofobia e conflitos de imigrantes na fronteira em Roraima

Um grupo de brasileiros de Pacaraima, Roraima, cidade que faz fronteira com a Venezuela, destruiu acampamentos improvisados de centenas de imigrantes que fogem do país por conta das ações na economia do governo de Nicolás Maduro. De acordo com a reportagem de *El País* (2018)⁴³, as imagens gravadas e distribuídas nas redes sociais rodaram o mundo evidenciando não apenas as tensões entre os dois países, o êxodo venezuelano e a falta de preparo do Brasil no tratamento aos refugiados. O clima foi agravado com um boato de que supostamente quatro venezuelanos teriam sido os responsáveis pelo roubo e espancamento de um comerciante brasileiro, Raimundo Nonato, conforme reportagem.

O relatório do Fundo Internacional de Emergência das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) em 2018 dizia sobre a criação de 11 abrigos oficiais em Boa Vista, capital de Roraima, e dois em Pacaraima. Eles eram administrados pelas Forças Armadas e pela Agência da ONU para Refugiados (ACNUR). Mais de 6,3 mil pessoas, das quais 2,5 mil eram

⁴² Ver: <https://lgbtnet.org/en/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

⁴³ MENDONÇA, Heloísa. O monstro da xenofobia ronda porta de entrada dos venezuelanos no Brasil. *El País*. Pacaraima, Roraima: 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/17/politica/1534459908_846691.html. Acesso em: 03 jul. 2022.

crianças e adolescentes, viviam nos locais. Estimava-se que quase 32 mil venezuelanos morassem em Boa Vista. Em 2018, as projeções das autoridades locais e agências humanitárias apontavam que 1,5 mil venezuelanos em situação de rua na capital, entre eles, quase 500 tinham menos de 18 anos de idade.

Essa materialização de movimentos de segregação refletidos na expressão *xenofobia* é entendida como um fenômeno de rancor aos estranhos, assim:

Ao erguer escrupulosamente cuidadosos obstáculos de fronteira contra os falsos pedidos de asilo e contra os imigrantes por motivos puramente econômicos, espera-se consolidar nossa vida incerta, trôpega e imprevisível. Mas a vida na modernidade líquida está fadada a permanecer estranha e caprichosa, por mais numerosas que sejam as situações críticas pelas quais os indesejáveis estranhos são responsabilizados. Assim, o alívio tem breve duração, e as esperanças depositadas em medidas drásticas e decisivas desaparecem praticamente no nascedouro (BAUMAN, 2009, p. 22, grifos do autor).

O relatório Tendências Globais (2017) da Agência da ONU para Refugiados (ACNUR)⁴⁴ relata que, em 2017, a Venezuela foi a quarta nação do mundo que mais solicitou asilo. Foram 111.600 pedidos, frente a 34.200 (2016) e 10.200 (2015). O Brasil em 2017 recebeu 17.900 refugiados. De acordo com o ACNUR, “a maioria dos venezuelanos estava em situação irregular, sem acesso ao estatuto jurídico, ficaram expostos a violência, exploração, abuso sexual, discriminação e xenofobia” (ACNUR, 2017, p.46).

Em matéria da Folha de S. Paulo (2018), o então presidente Michel Temer disse ser incogitável fechar a fronteira⁴⁵ frente a um pedido da governadora de Roraima, Suely Campos (PP) que, em solicitação ao STF (Supremo Tribunal Federal), pediu “fechamento temporário da fronteira Brasil-Venezuela a fim de impedir que o fluxo migratório desordenado produza efeitos mais devastadores aos brasileiros e estrangeiros residentes no estado de Roraima” (FOLHA DE SÃO PAULO, 13/04/2018, s/p.).

A questão político-econômica e os reflexos dos refugiados da Venezuela se tornaram um dos pontos centrais da campanha eleitoral do então candidato à presidência Jair Bolsonaro (PL), mas não apenas dele. Geraldo Alckmin e outros candidatos também o fizeram. O

⁴⁴Disponível em: https://s3.amazonaws.com/unhcrsharedmedia/2018/Global_Trends_Forced_Displacement_in_2017/TendenciasGlobales_2017_web.pdf. Acesso em: 03 jul. 2022.

⁴⁵ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/04/fechar-a-fronteira-com-a-venezuela-e-incogitavel-diz-temer.shtml>. Acesso em: 03 jul. 2022.

problema é que “*o Brasil vai virar uma Venezuela*” virou um dos *memes* mais difundidos nos grupos de apoio do *WhatsApp* da campanha de Bolsonaro⁴⁶.

A urgência de proteção dos dados dos brasileiros, com a disseminação de *fake news* durante a campanha eleitoral, contribuiu para sair do papel, após oito anos de discussão, a Lei de Proteção de Dados (LGPD).

2.2.8.1 Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

O presidente Michel Temer sanciona a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei. nº 13.709, debatida há oitos anos no Congresso Nacional. A normativa regula como empresas do setor público e privado devem tratar os dados pessoais que coleta dos cidadãos. A lei entraria em vigor somente após 18 meses. Entre as principais transformações está a garantia legal de acesso e transparência sobre o uso dos dados de cada cidadão, que com a Lei pode exigir de empresas públicas e privadas informações claras sobre quais dados ela coletou, como os armazena e para quais finalidades os usa.

Por exemplo, nome e sobrenome, CPF e RG, são dados de uma pessoa identificada, que diretamente levam à identidade de alguém. Dados como raça, etnia, religião, sexualidade e opinião política podem ser usados de forma discriminatória por agentes mal-intencionados e recebem proteção.

No mês seguinte, em setembro, um incêndio destrói um acervo cultural e científico de grande valor no Rio de Janeiro, por falta de manutenção e orçamento. O Museu Nacional tem quase 90% de material destruído.

2.2.9 Setembro: Incêndio do Museu Nacional -UFRJ

Em setembro, o mais antigo museu do país e da América Latina, centro de ciência, o Museu Nacional subordinado à Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) sofreu um incêndio de grandes proporções. A instituição estava instalada em um palacete imperial, vinha passando por dificuldades, por cortes do orçamento pela UFRJ e completou 200 anos em junho de 2018 - foi fundada por dom João 6º em 1818.

Especializado em história natural é o mais antigo centro de ciência do Brasil e o maior museu desse tipo na América Latina. O edifício foi residência da família real brasileira e tem

⁴⁶ Estudo sobre disponível em: http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT9/gt9_Modesto_Magalh%C3%A3es.pdf. Acesso em: 03 jul. 2022.

um dos acervos mais importantes do país, são mais de 20 milhões de peças em distintas áreas, possuía perfil acadêmico e científico, com coleções focadas em paleontologia, antropologia e etnologia biológica.

O museu guardava o meteorito do Bendegó, o maior já encontrado no país, e uma coleção de múmias egípcias. Também o crânio de Luzia, a mulher mais antiga das Américas. Além de coleções de vasos gregos e etruscos (povo que viveu na Etrúria, na península Itálica).

Enquanto isso, em processo de campanha eleitoral, o candidato Jair Bolsonaro, na época com 22% da intenção de votos, em primeiro lugar, leva uma facada que causou comoção entre os correligionários e apoiadores e trouxe dúvidas e conflitos no cenário de disputa eleitoral daquele momento.

2.2.9.1 Em campanha eleitoral Bolsonaro leva facada em Juiz de Fora (MG)

Em ato de campanha eleitoral, no dia 06 de setembro, o presidenciável Jair Bolsonaro (PSL) levou uma facada na cidade mineira de Juiz de Fora, de acordo com reportagem da Folha de S. Paulo⁴⁷ (2018): “a Polícia Militar informa que um suspeito de ser o esfaqueador foi detido e levado à delegacia da Polícia Federal da cidade. Ele se chama, segundo a Polícia Militar, Adélio Bispo de Oliveira, tem 40 anos e é de Montes Claros, no norte de Minas”. A ocorrência marca uma ascensão do candidato, já que o principal adversário político estava preso, no caso, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, conforme descrito anteriormente.

Sobre o estado de Bolsonaro, o filho Flávio Bolsonaro (PSL), então candidato ao Senado pelo Rio de Janeiro, informava o público pela rede social *Twitter*, inicialmente passou a informação que o corte havia sido superficial, duas horas depois, alterou completamente, afirmando: “Infelizmente foi mais grave que esperávamos. A perfuração atingiu parte do fígado, do pulmão e da alça do intestino. Perdeu muito sangue, chegou no hospital com pressão de 10/3, quase morto. Seu estado agora parece estabilizado. Orem, por favor!”

Em um clima de insegurança, aproveitado pelos marqueteiros de campanha, tendo na época o coordenador da campanha, Gustavo Bebbiano⁴⁸, afirmado que estava declarada uma

⁴⁷ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml>. Acesso em: 03 jul. 2022.

⁴⁸ Após as eleições assumiu a Secretaria-Geral da Presidência da República, ficou por pouco tempo e rompeu com Bolsonaro por conta de desentendimento com seu outro filho Carlos Bolsonaro, vereador pelo Rio de Janeiro. Em março de 2020, veio a falecer, em uma morte cercada de mistérios. Disponível: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-03-14/morre-gustavo-bebianno-homem-forte-da-campanha-presidencial-de-bolsonaro>. Acesso em: 03 jul. 2022.

guerra e o Major Olímpio⁴⁹, coordenador da campanha em São Paulo, falava da segurança do candidato e vulnerabilidade. Havia muita desinformação acerca da facada e das providências tomadas. Sendo assim, a disseminação das *fake news* marcaram todo o período eleitoral pelo chamado *gabinete do ódio*⁵⁰ (VASCONCELOS, 2021) e continuaram contribuindo com o desfecho das eleições de outubro e início do novo governo em 2019.

No mês das eleições, em outubro, precisamente no dia da votação tanto no 1º como no 2º turno um grupo de indígenas Guarani-Kaiowá são alvos de tiros de arma de fogo e balas de borracha em aldeia de Dourados, um dos contextos de nossa pesquisa.

2.2.10 Outubro: Indígenas Guarani-Kaiowá são atacados em Mato Grosso do Sul – 1º e 2º turno

Tanto no 1º turno (6 de outubro) como no 2º turno (28 de outubro) das eleições 2018, 15 indígenas da etnia Guarani-Kaiowá sofreram ataques com armas de fogo e balas de borracha, em uma área próxima da aldeia Bororó, em Dourados, estado de Mato Grosso do Sul, município de nosso contexto exploratório. Foram dois ataques dentro de 20 dias contra os Guarani-Kaiowá, confirmados pela agência Amazônia Real à Fundação Nacional do Índio (Funai) e o Ministério Público Federal.

A luta dessa etnia no Estado é retratada na tese de doutorado *A luta dos Guarani Kaiowá do Mato Grosso do Sul pelo território* de Rodrigo Piubelli (2019), na Universidade Brasília (UNB). O autor analisa o processo de luta da etnia Guarani-Kaiowá pelo território no estado de Mato Grosso do Sul, a partir de relatos orais, documentos e produções cinematográficas. Defende a existência de um estado de exceção permanente em relação aos povos indígenas brasileiros e o tratamento de uma *cidadania subalterna* conforme descrito:

A realidade que aflige os povos indígenas, especialmente os Guarani Kaiowá, é a constatação empírica das práticas de exceção. De modo mais cuidadoso, podemos perceber que tal realidade parece ser sistêmica. O tratamento dado aos povos indígenas, no Brasil, mesmo dentro de Estado Democrático de Direito, assemelha-se a uma forma de tratamento onde as normas previstas no texto constitucional parecem não serem efetivadas. Nesse sentido, é como se os povos indígenas ainda estivessem sendo tutelados pelo Estado, como foi no período ditatorial, onde estavam colocados em condição de cidadania subalterna (PIUBELLI, 2019, p. 88-89).

⁴⁹ Major Olímpio morreu um ano após Bebbiano, vítima de Covid-19. Havia rompido com Bolsonaro por conta do posicionamento do presidente em relação à pandemia de Covid-19.

⁵⁰ Depois das eleições de 2018, com a força que a indústria da desinformação assumiu em todo o mundo e com o chamado gabinete do ódio no Brasil comandado pelo filho do presidente Jair Bolsonaro, Carlos Bolsonaro, responsável pela disseminação em massa de notícias falsas, aumentou ainda mais o interesse dos pesquisadores da comunicação pelo tema (VASCONCELOS, 2021, p. 23).

Em resumo, o recorte de episódios apresentado envolvendo o ano de 2018 nos traz à luz as diversas problemáticas envolvendo o objeto de referência midiática, OQBRQ. As dificuldades relacionadas à cidadania são vivenciadas em todo o mundo, o ano eleitoral no Brasil trouxe uma série de acontecimentos que de uma maneira ou outra contribuíram ao resultado das eleições e aos conflitos e polarização do país, evidenciaram as lacunas em pautas referentes à cidadania, que foram deixando rastros e que trariam maiores consequências, um discurso de militarização, e uma perseguição às minorias e políticas afirmativas existentes até aquele momento, sem contar na desinformação que invadiram o país, sobretudo por meio do *WhatsApp*.

Assim, o próximo item descreverá detalhadamente o nosso objeto de referência midiática trazendo maiores informações de sua atuação e estudos sobre.

2.3 O objeto de referência midiática: O Brasil que eu quero (TV Globo, 2018)

2.3.1 O Brasil que eu quero: notas técnicas introdutórias

O ano era 2018, a então Rede Globo de Televisão (RGT)⁵¹, no mês de janeiro, anunciava um novo produto midiático: o quadro *O Brasil que eu quero*⁵² (OQBRQ) que convocava a população por meio da pergunta: *Que Brasil você quer para o futuro?* Tal questionamento, feito em ano eleitoral, teve produção e idealização do Núcleo de Eleições do Departamento de Jornalismo e foi inserida na programação do telejornalismo da *Globo*, de modo a, discursivamente, possibilitar que os sujeitos comunicantes (MALDONADO, 2016) pudessem responder à questão proposta, expressando desejos, insatisfações e reivindicações, por meio da elaboração de um vídeo (máximo de 15 segundos) como mensagem-resposta.

Com a gravação do vídeo realizada pelo uso de suporte midiático móvel (celular), o cidadão-coprotagonista enviava o material produzido para a *Globo* pelo portal online de notícias *GI* para concorrer à “sorte” de vê-lo exibido em um dos telejornais: *Hora 1*, *Bom dia Brasil*, *Jornal Hoje*, *Jornal Nacional*, *Jornal da Globo* e *Fantástico*⁵³ e no semanal: *Como Será?*, já que não havia critérios definidos e divulgados pela *Globo* sobre a seleção. Essa produção audiovisual estava em consonância com o protocolo estabelecido pelo sistema

⁵¹ Alterado em 2021 apenas para *Globo*, a ser explicado detalhadamente no Capítulo 3.

⁵² OQBRQ foi exibido entre março até outubro de 2018 (7 meses) valendo-se da utilização do portal de notícias digital *GI* para envio do material e pelo uso da plataforma *Globoplay* (como armazenamento).

⁵³ Nesse último, em 30 de setembro 2018, ocorreu o encerramento com reportagem especial.

mediático, que incluía orientações sobre o *como fazer*: desde enquadramento, posicionamento, escolha de espaço, local para a filmagem que representasse o município em que o cidadão residia, por exemplo: praça pública, instituição histórica, local turístico, entre outras recomendações.

As normativas eram detalhadas a ponto de orientar o melhor período para realizar a gravação e incluíam até mesmo a contagem de passos para indicar a distância ideal do sujeito da câmera, compondo uma série de protocolos descritos pelos repórteres nas chamadas do quadro, tal como a descrição de alguns trechos da primeira chamada no *JN* feita pela jornalista Ana Luiza Guimarães e o editor-chefe Willian Bonner (22/01/2018) sobre OQBRQ, apresentada a seguir:

Ana Luiza Guimarães: Eu “to” aqui na Igreja da Candelária, no centro do Rio de Janeiro, e é diante desse marco tão importante da cidade que eu te pergunto: que Brasil você quer pro futuro?

Nós queremos ouvir o desejo de cada um dos 5.570 municípios do Brasil. *O país inteiro vai dar o seu recado aqui nos nossos telejornais. E você pode ser o porta-voz da sua cidade.* Um lugar que identifique de onde você está falando. *Sempre de dia.* Eu vou pedir pro meu amigo Daniel que fez o vídeo pra mim. *Pede ao seu amigo para se posicionar assim: a uma distância de mais ou menos um metro, dois passinhos pequenos de você. E pede pra ele segurar o celular na horizontal, assim, olha, com ele deitado. Porque assim você consegue mostrar muito melhor a sua imagem e a imagem do local que você escolheu fazer a gravação.*

Agora, você também pode usar só o seu celular. Vê se você “tá” aparecendo no visor junto com o local onde você escolheu fazer a gravação. *De o seu recado em 15 segundos. Comece a gravação dando o seu nome todo, a cidade de onde você está falando, e aí você diz pra gente: que Brasil você quer para o futuro.*

(GUIMARÃES, JN, 22/01/2018).

Willian Bonner: *Pra ter a oportunidade de representar a sua cidade aqui, na Globo, é só mandar o vídeo pra gente. Você encontra todas as orientações de como gravar na nossa página na internet, ou, no site g.l.com.br/brasilqueeuquero, tudo junto.*

(BONNER, JN, 22/01/2018).

Na bancada do *JN*, o sistema midiático, pelo que se observa na narrativa dos âncoras, enfatiza a chancela de *porta-voz* ao sujeito comunicante, um status de visibilidade, e ao mesmo tempo confirma o tom didático das orientações sobre como, o que dizer, horário, onde, de que forma gravar o vídeo, tal como um *dispositivo pedagógico da mídia* (FISCHER, 2002), possibilitando à *Globo* a posição de espaço público.

Outro ponto a destacar, em 2018, além das eleições, é o fato de que, meses mais tarde, o conglomerado midiático passaria por transformações: empresarial, de recursos humanos, de estratégias e marketing, com foco cada vez mais direcionado a interface das telas (TV e internet), nas palavras da *Globo*, de conteúdo e tecnologia. Prova disso é que para o envio do referido material, conforme citado na introdução, o cidadão acessava a plataforma *GI*, o portal

de notícias do *Grupo Globo* e, caso não fosse cadastrado no sistema, era obrigatório fazê-lo para poder enviar. Em caso de seleção, esses materiais audiovisuais eram exibidos em um telejornal (escolha da *Globo*). Apesar da visibilidade midiática, o sujeito-autor não tinha como saber da aprovação do vídeo, a não ser assistindo, bem como dos critérios para a seleção dos materiais dos participantes.

Observa-se que o mesmo questionamento proposto ao cidadão, por meio de OQBRQ, foi inserido no protocolo das entrevistas do *JN* com os presidenciáveis nas eleições de 2018, antes do primeiro turno das eleições, como uma mensagem-resposta dos candidatos. A fala inicial do apresentador e editor-chefe Willian Bonner confirma a afirmativa:

O Jornal Nacional vai entrevistar, ao longo da semana, os principais candidatos à Presidência da República mais bem colocados na última pesquisa Datafolha de intenção de votos. (...) O Jornal Nacional vai abordar os temas que marcam cada uma das candidaturas, questionar assuntos polêmicos e tratar da viabilidade de alguns pontos dos programas de governo (...) O tempo total dessa entrevista é de 25 minutos. *E, ao fim, o candidato vai ter mais um minuto para dizer que Brasil ele quer para o futuro.* (BONNER, JN, 27/08/ 2018, grifo nosso).

É pertinente, nesse momento, introduzir a noção conceitual de *participação*. Afinal é um conceito que possui várias interpretações, sobretudo em ambiente digital. Para tanto, evocamos Carpentier (2018), que compreende dois tipos de abordagens para melhor entendimento: a sociológica, na compreensão de que somos parte de uma configuração cultural acionada pelas instâncias midiáticas; e, a política, pela associação de conteúdos em relação às expectativas do público, em questões sociais, nesse caso no contexto das eleições de 2018. Há autores que destacam o termo também como capacidade de mobilização populacional (do público), caso de Couldry, Livingstone e Markham (2007) em torno de questões de cunho social comum, e também aqueles que o tratam diante de mecanismos que envolvem a circulação discursiva (FAUSTO NETO, 2010) e articulações com as atividades midiáticas.

Em relação à identidade visual e sonora em OQBRQ, havia um conjunto iconográfico e estético direcionado a códigos que nos remetiam às questões eleitorais, de forma que, por exemplo, o depoimento do participante escolhido pelo projeto ficava enquadrado, tendo como segundo plano (fundo) as molduras, de forma a parecer candidato a cargo eletivo em plena campanha. A vinheta de abertura (Figura 1) era composta por vários quadros/imagens de pessoas, vozes de fundo, com uma animação em linhas em verde/amarelo e ao lado um mapa do Brasil (tanto o depoimento quanto o mapa alteram de lugar a cada vídeo).

Figura 1 – Vinheta de abertura de OQBRQ



Fonte: Reprodução/TV Globo.

Ainda no campo visual, abaixo da moldura, um gerador de caracteres (GC), identificava o sujeito comunicante, cidade e estado. E desse GC surgia uma linha que fazia a ligação direta à localização geográfica do local, no mapa visual. Conforme iam sendo exibidos os vídeos, o mapa preenchia com pontos amarelos, respectivamente, indicando a região do *porta-voz*. A seguir exemplo da identidade visual, com o *porta-voz* de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Ronilço Guerreiro, que fez a gravação na Praça das Araras bastante conhecida na capital sul-mato-grossense (Figura 2).

Figura 2 – Identidade visual de OQBRQ



Fonte: Reprodução/Facebook Ronilço Guerreiro.

A questão do uso do mapa do território brasileiro, do nome do Brasil, são símbolos que o *Grupo Globo* se apropriou desde a ditadura, entretanto, em 2018, como o Brasil integrou discursivamente o *slogan* da campanha eleitoral do candidato e após as eleições do presidente

da República eleito, Jair Bolsonaro, o uso da simbologia que relaciona o país, incluindo a camisa da seleção brasileira de futebol, ficaram associados a Bolsonaro e seus eleitores. O sistema midiático fez uso desses ícones, até mesmo no tocante ao uso do termo brasilidade⁵⁴ que o conglomerado define estar em sua essência: “O Brasil é a nossa origem e a nossa fonte de inspiração. Acreditamos que a cultura brasileira tem uma contribuição a dar ao mundo”. O texto que trata da brasilidade, em outro portal do *Grupo Globo*, apresenta diversos conceitos com destaque para dois movimentos da atual sociedade brasileira:

Por um lado, a emergência de um discurso conservador mais radicalizado entre determinadas lideranças e representantes políticos. Essa visão reivindica uma ideia de nacionalismo, patriotismo, de elogio a um passado projetado como glorioso, de recusa do multiculturalismo e de combate a grupos, leis e movimentos sociais que trabalham para garantia de políticas afirmativas para grupos historicamente oprimidos. Por outro, o avanço no campo legislativo e jurídico de leis, programas e ações que procuram garantir e afirmar direitos de grupos que historicamente foram prejudicados ou negligenciados por decisões do Estado brasileiro. E o aumento significativo de representantes políticos que utilizam seus mandatos para defesa dos direitos desses grupos. (ex.: lei de cotas, Maria da Penha, casamento entre pessoas do mesmo sexo, lei de demarcação de terras quilombolas e indígenas) (GENTE GLOBO, 22/04/22, online).

Outros olhares sobre o uso do termo brasilidade, ainda em 2018, Maurício Stycer, crítico de TV, na *Folha de S. Paulo*, afirma que ao incorporar o conceito de brasilidade “a Globo enxerga na sua brasilidade uma arma para enfrentar a Netflix. Segundo ele, a Emissora reestruturou o serviço de streaming e enfatiza que ele é feito por brasileiros para brasileiros” (FSP, STYCER, 09/12/2018). Quanto à proposta discursiva de OQBRQ, a intenção de “tornar pública as reivindicações da população brasileira, para que pudessem ser ouvidas por seus candidatos, através de vídeos curtos, para que fossem exibidos em diferentes telejornais até o fim do processo eleitoral” (ARAÚJO *et al.*, 2019, p. 89). Além disso, a conjuntura geral de 2018⁵⁵, com o lançamento do produto midiático em 14 de janeiro de 2018, ressoou em um período sócio-histórico-político atípico no Brasil, envolvendo a construção de um cenário composto, às vésperas das eleições, de troca de governantes, prisões de políticos e empresários, operações da Polícia Federal, denúncias, delações em esquemas de corrupção, imersos em episódios marcados por conflitos e disputas de poderes de todas as ordens.

⁵⁴ Artigo: Brasilidade em debate: *um olhar sobre a perspectiva da identidade cultural no mundo contemporâneo*. Disponível no site da Globo, em colaboração de Miguel Jost, antropólogo, professor da PUC-Rio, e Doutor em Estudos de Literatura e Cultura por essa mesma instituição. Como consultor atua há mais de dez anos nas áreas de diagnóstico de tendências, inteligência estratégica e leitura de sociedade. Disponível em: <https://gente.globo.com/texto-brasilidade-em-debate/>. Acesso em: 15 mai. 2022.

⁵⁵ Ver no Capítulo 2.1.

A rigor, mediante todo o conteúdo exposto, concatenaremos autores, conceitos, diversidade de elementos, atravessados por múltiplos contextos, incluindo a primeira experiência empírica da pesquisa, as zonas de contato existentes em torno do quadro jornalístico televisivo, nosso objeto de referência midiática.

2.3.2 OQBRQ: contextos, aproximações empíricas, zonas de contato

Tanto se discute sobre o cenário comunicativo contemporâneo que as descobertas, nesse aspecto, vêm refletindo a transição midiática pela qual os sujeitos comunicantes passam em um mundo marcado pelo acesso às informações, em tempo real, e nas inter-relações em meio à produção e consumo de conteúdos de mídia dispersos. Tais transformações, originárias do processo de *mediatização*, representam um desafio epistemológico fundamental para a pesquisa em Ciências da Comunicação. Concebe-se, nesse sentido, a epistemologia como “uma dimensão que atravessa outras dimensões de maneira plural, concreta, real e cotidiana. Desse modo, as epistemologias são produzidas e constituídas em vivências de múltiplos tipo” (FOLETTTO, 2013, p. 69-70).

Em conformidade com tal configuração, percebe-se que o sistema midiático está orientado, para além do habitual estabelecimento de relações sociais, à produção de conteúdo tanto entre as pessoas, como para elas, e sobretudo para a mídia. Isso tudo considerando a sua natureza funcional, que contribuiu para o protagonismo do capitalismo neoliberal. Por conta das transformações sociotécnicas do *ecossistema comunicacional*⁵⁶, os indivíduos são “capacitados” a operarem com novos gêneros e suportes, diferentes gramáticas, narrativas, e até mesmo novas culturas produzidas. Tal circuito recicla as demandas de seus públicos, na tentativa de aproximá-los de seu *modus operandis*, de forma que a aquisição de produtos e/ou participação em tais espaços confere sentido e legitima-os, em um mecanismo sustentado por pactos simbólicos postos em funcionamento (VERÓN, 2003).

Tendo em vista as citadas operações, considera-se que as pessoas ao estarem inseridas em “processos de inter-relação com sistemas de comunicação, se veem condicionadas por lógicas de: produção, mercadológica, ideológica, pedagógica, modelos informativos, produzidas nas indústrias culturais hegemônicas” (MALDONADO, 2013, p. 99). Tal dinâmica na arena política, em períodos eleitorais, é introduzida pelos esquemas midiáticos que partem à criação de programas específicos, quadros, entrevistas com candidatos em telejornais e/ou

⁵⁶ Conceito de Martín-Barbero (2000) não apenas conformado pelas tecnologias e meios de comunicação, mas, pela configuração constituída pelo conjunto de linguagens, representações e narrativas.

elaboração de propagandas, produções e comportamentos que se tornaram objetos de múltiplas e diversificadas análises e pesquisas.

No Brasil, após a redemocratização, existe por parte do *Grupo Globo*, uma sequência ininterrupta, desde as eleições de 2002⁵⁷, de séries com reportagens especiais, entre outros gêneros jornalísticos, tanto em seus principais meios de comunicação (rádio, televisão, impresso) como em cenas de telenovelas (com temáticas e viés característicos do contexto eleitoral), de forma que em 2018 não foi diferente. Conforme exposto (ver item 2.3.1), a partir do mês de março o que se apresentava nas telas da *RGT*, agora, pelo *OQBRQ*, também era possível verificar na multiplataforma online *G1* e *Globoplay*, trata-se da dinâmica da convergência (JENKINS, 2009), segundo a qual, no objeto de referência midiática, a imagem da população brasileira está condicionada a responder à demanda do sistema midiático *Globo*, em nome do exercício da cidadania, diante de uma noção jurídica. Para tanto, havia a reivindicação de *direitos*, necessidades, apontamentos de negligências pelo poder público e classe governamental política, na qual o cidadão se via a cumprir seu *dever*, conforme narrativas à fiscalização de diversos segmentos sociais: administrativos, saúde, educacionais, estruturais, de saneamento básico, segurança, transporte, emprego etc.

A operacionalização das marcas discursivas pelos sujeitos comunicantes, em resposta aos apelos da *Globo*, nos materiais audiovisuais produzidos pelos cidadãos era exibida, diariamente, no *OQBRQ*. A sociedade descrita permite a leitura do discurso proposto que enfatizava *dar voz ao cidadão, para que ele mesmo lute por melhorias* como sinônimo de cidadania. Em tal contexto “o que não é visível não existe. O que não tem visibilidade não adquire cidadania” (BUCCI, 2004, p.108).

Portanto, tratando-se da esfera de políticas de representação, a narrativa televisiva apropria-se da noção de que o exercício do *direito à informação* é possibilitado pela visibilidade dos atores sociais e suas respectivas demandas, de maneira que a mídia torna tanto os poderes públicos, como os cidadãos, visíveis para que esses indivíduos adquiram o reconhecimento de outros grupos e do modo como são representados no contexto. Nesse aspecto, o reconhecimento do lugar social, assim como a aceitação e a validação do grupo são essenciais. Afinal, todo discurso precisa estar vinculado ao “estatuto dos indivíduos que tem – e somente eles o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir um discurso semelhante” (CERTEAU, 2008, p. 72).

⁵⁷ Em 2002, foi a primeira derrota da *Globo*. As vitórias de Luiz Inácio Lula da Silva, Dilma Rousseff e Jair Bolsonaro foram demonstrativas da indisciplina dos eleitores, ao desconsiderar os candidatos da *Globo*. Maior aprofundamento sobre a questão no Capítulo 3.

Em outras palavras, a toda produção de texto individual corresponde a validação do coletivo, que fornece regras, determinações e imposições próprias, assim sendo, a atividade jornalística como produto de um lugar também segue protocolos próprios à profissão delimitados por outros jornalistas e que direcionam normativas, procedimentos de trabalho. Sendo assim, é nesse aspecto que a institucionalização de uma profissão não a dota apenas de estabilidade social, “mas ela a torna possível e, sub-repticiamente, a determina” (CERTEAU, 2008, p. 70).

Considerando tal pensamento, Eliza Bachega Casadei (2012), em *O sentido da cidadania no jornalismo popular televisivo*: entre a visibilidade a tradução, enfatiza que, em produtos jornalísticos, o que se observa é a evocação à cidadania como sugestão de propostas muito diferentes, em torno do fazer jornalístico e mesmo na legitimação de projetos políticos muito diversos para o país. Ao tratar do questionamento sobre o sentido da cidadania no jornalismo popular televisivo, a autora discorre que: “o risco é essa visibilidade e/ou tradução”. Em outras palavras:

Partindo do questionamento de como a cidadania é evocada nesses programas, é possível notar que esses sentidos se deslocam entre, de um lado, a valorização positiva da cidadania (ao incentivar uma participação ativa dos telespectadores e se articular em torno da defesa dos direitos das classes mais baixas, dando visibilidade às suas demandas) e o autoritarismo (pois articulam um mecanismo a partir do qual o outro é representado em uma relação de tradução e não de escuta) (CASADEI, 2012, p. 63).

Considerando a reflexão de Casadei (2012) como contribuição ao constructo e possíveis análises do objeto de referência, lembramos de Cortina (2005) no sentido de *compreensão da cidadania e o exercício dela como aprendizagens* que não se dão instantaneamente apenas pelo cumprimento de regras e instituição de legislações, impostas pelos poderes governamentais, tão presentes no discurso midiático, e em OQBRQ como arcabouço jurídico reduzindo o conceito em *direitos e deveres*.

Portanto, consideramos a cidadania comunicativa (MALDONADO, 2015) que é um exercício de conquista e, assim sendo, se dá pela vivência, pelo compartilhamento, pelo aprendizado cidadão, perpassando a mediação cultural. Dessa forma, o caminhar construtivo da investigação passa pelo reconhecimento e necessidade de diversos olhares para o mesmo objeto, possíveis aproximações, “literalmente o revisitar, interessado e reflexivo, das pesquisas já realizadas sobre o tema/problema a ser investigado ou próximas a ele” (BONIN, 2006, p. 31).

A preocupação sobre o diálogo entre o objeto de referência e a temática da cidadania contribuiu à reflexão sobre a sua delimitação, evidenciando, que, naturalmente, no decorrer de tal processo construtivo ocorreriam transformações e rupturas: seja com o saber imediato, seja

com teorias e/ou operações metodológicas (BACHELARD, 2001). Haja vista que, na literatura acadêmica, no tocante a interface mídia e política, constata-se a existência de uma gama de materiais comprovando tais aproximações, nos últimos 30 anos, tendo a televisão como objeto, sobretudo: a RGT e o *Jornal Nacional* (JN).

Os estudos desenvolvidos encontrados, investigavam, entre outros pontos: o poder de influência, a cobertura jornalística, o comportamento dos jornalistas, cenários, formatos, enquadramentos, dinâmicas das entrevistas em períodos eleitorais. O produto jornalístico, diferentemente de outras propostas, em eleições anteriores, estava inserido em todos os telejornais da RGT. Assim, nossa primeira aproximação é a pesquisa exploratória⁵⁸ com vistas a delimitar o objeto referencial no contexto do estado de Mato Grosso do Sul (MS).

Ressaltamos que, no processo de pesquisa da pesquisa (BONIN, 2011), encontramos a tese, em Administração Pública e Governo, de Marta Corrêa Machado (2021), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), intitulada: *A cobertura de eleições presidenciais brasileiras pelo Jornal Nacional: a literatura, as imagens e algumas discussões*, que faz um mapeamento de investigações sobre o tema das eleições em todo o Brasil. Para a nossa surpresa, a tese aponta, no ano de 2018, a pesquisa que realizamos, em MS, apresentada no artigo: *Os processos midiáticos e a política em: O Brasil que eu quero uma tentativa de mediação pela televisão* (ROMERO, 2018), apresentada no Colóquio de Semiótica da Mídia 7 (Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - CISECO), em Japaratinga, Alagoas (novembro/2018), que foi citada da seguinte forma:

Romero (2018) entrevistou pelas ruas do Mato Grosso do Sul 1.010 pessoas em julho de 2018, para concluir que, destas, 91% conheciam o projeto “O Brasil que Eu Quero” e 87% haviam assistido a ele pela TV, evidenciando a ainda forte penetração da Rede Globo no grande público. Ao mesmo tempo, o índice bem mais baixo de confiança no quadro, 55,6%, apresentado no mesmo estudo, aponta que a Rede Globo não é vista com a neutralidade que advoga para si (MACHADO, 2021, p. 48).

A seguir, na Figura 3, um recorte do quadro de sistematização dos temas e autores referentes aos estudos sobre as eleições brasileiras a cada ano, apresentado por Machado (2021). No ano de 2018, a autora classifica o quadro OQBRQ como *programe*.

⁵⁸ Pesquisa quantitativa realizada com 1.010 pessoas entre as quatro cidades: Campo Grande (401), Dourados (203), Três Lagoas (203) e Corumbá (201), a ser detalhada em análises futuras no *Capítulo 4 Transmetodologia*, servindo de recorte ilustrativo a discussão aqui proposta.

Figura 3 – Recorte do quadro de sistematização de Machado (2021) sobre os temas abordados em estudos sobre as eleições brasileiras a cada ano, com menção ao OQBRQ em 2018

Eleição	Tema na literatura	Autores
	Viés antipetista	Moreira (2014); Fernandes (2015); Feres Jr; Sassara (2016a); Feres Jr; Sassara (2016b); Alves; Whitaker (2017); Gobbi (2018).
	Baixa presença de notícias com ataques entre candidatos	Borba (2019).
	Associação de notícias negativas ao governo federal	Oliveira; Gobbi (2015); Feres Jr; Veiga; Ribeiro (2018).
	Manifestações de junho de 2013	Goldstein (2015); Fernandes; Gomes; Coimbra (2019).
2018	Entrevistas com candidatos	Cardoso; Morais (2018); Oliveira Filho (2019); Fernandes; Gomes; Coimbra (2019).
	Programete “O Brasil que Eu Quero”	Romero (2018); Fausto Neto (2018); Tesseroli; Pimentel (2019); Schwartz; Barichello (2020); Araújo et al. (2020).
	Perda da hegemonia do JN	Porto; Neves; Lima (2019); Porto; Neves; Lima (2020).
	Operação Lava-Jato	Cardoso; Morais (2018); Fernandes; Gomes; Coimbra (2019); Araújo et al. (2020).
	Grande espaço no JN para as postagens em mídias sociais de Bolsonaro	Porto; Neves; Lima (2019); Porto; Neves; Lima (2020).

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: MACHADO (2021, p. 55).

Em nosso levantamento, sintetizamos as respostas ao questionário respondido por 1.010 pessoas nessa pesquisa exploratória na nossa Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 – Pesquisa exploratória no Mato Grosso do Sul

Partes: Questionário aplicado		
Conhecimento do quadro	92% sim (929 pessoas)	8% não
Assistiu o quadro	92% sim	8% não
Em quais canais	88% TV	5% plataforma
Em quais programas	63% Jornal Nacional	34% Jornal Hoje
Confia no quadro	56% Sim	36% Não
Se sente representado pelo quadro	36% Sim	36% Não

Fonte: Elaboração própria.

Observa-se, pela Tabela 1, que, a partir de dados da amostragem referente a OQBRQ no contexto investigativo de Mato Grosso do Sul (MS), o *JN* é o suporte midiático em que o objeto de referência foi mais assistido. Sendo assim, tendo os indicativos mensurados, chegou-se à delimitação das operações analíticas sobre OQBRQ, elegendo como suporte midiático o *JN* e a ênfase discursiva na produção televisiva. Assim, as constatações e pistas obtidas no estudo exploratório contribuíram não apenas com o trabalho, mas também com o amadurecimento da perspectiva do estudo em diversos planos, inclusive, naqueles relacionados ao problema/objeto investigado.

Desde o princípio, a interface da TV com o ambiente digital (multiplataformas) foi pensada, tanto que uma das questões inclusas no questionário exploratório trata desse tema. Contudo, a partir da constatação inicial, o foco foi o quadro na esfera televisiva, ainda que isso não signifique desconsiderar tal interface, pelo contrário, são recorrentes autores e discussões nesse sentido, até mesmo por conta da configuração social contemporânea que vivemos.

Não podemos esquecer que, concomitantemente à criação de OQBRQ (2018), o conglomerado midiático *Globo*, conforme mencionado no início do texto, daria início às suas mudanças estruturais, em diversos aspectos: a ampliação de tecnologia digital, unificação de empresas, alteração do nome e agrupamento de marcas e redução no quadro de recursos humanos (artistas, técnicos, jornalistas). Assim, a campanha *Uma só Globo* teve sua primeira fase, finalizada em 2021, com investimentos em conteúdo e tecnologia⁵⁹, conforme matéria *Unificada, Globo estuda novos modelos de negócios*, de João Luiz Rosa, no *Jornal Valor Econômico*, 15/07/2021. De acordo com a matéria jornalística, a estratégia central do, hoje, *Grupo Globo* foi simplificar a estrutura e, segundo Jorge Nóbrega (2021), presidente executivo do *Grupo*, transformá-lo em *media tech*, ou seja, foco tanto na produção de conteúdos como em tecnologias. Em seu depoimento, Nóbrega enfatiza também que “os modelos tradicionais de TV não davam à Globo contato direto com o consumidor final, que se tornou essencial na era digital”.

É esse formato híbrido que se tornou dominante na indústria global de entretenimento. De um lado estão companhias de tecnologia que ingressaram na produção de conteúdo, como *Amazon* e *Netflix*; de outro, grupos de mídia que passaram a investir fortemente na digitalização, a exemplo da Disney e da própria Globo (ROSA, *Jornal Valor Econômico*, São Paulo, 15/07/2021).

⁵⁹ ROSA, João Luiz. Unificada, Globo estuda novos modelos de negócio. *Valor Econômico*. São Paulo: 30/07/2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/07/30/unificada-globo-estuda-novos-modelos-de-negocio-sembarreira.ghtml>. Acesso em: 13 maio 2022.

Na explicação das mudanças chamadas de “radicais” por Nóbrega (2021), ele resume a tradução da Globo: “Somos, hoje, uma companhia com dois corações: a produção de conteúdo, que sempre foi nossa fortaleza, e a tecnologia”. Tais processos de transformação que o *Grupo Globo* passou quanto à digitalização estão relacionados ao processo de expansão de multiplataformas digitais, aplicativos de conversação, *WhatsApp*, *Telegram*, conteúdos informativos, portais de notícias online, redes sociais (*Instagram*, *Tik Tok*, *Facebook* etc.), bem como os serviços de *streaming*, caso do *Globoplay*.

Essas novas dinâmicas comunicacionais afetam comportamentos, reordenam os sentidos, inserem novos modos de circulação de forma que “essa complexidade tecnológica provoca alterações nas percepções de espaço e tempo, nas práticas sociais, tornando-se uma nova zona de contato” (FAUSTO NETO, 2009, p. 10). Por esse conceito, Fausto Neto (2009) refere-se a uma instância interacional produzida pelos processos sociotécnicos, que conseguem reunir os meios e os atores sociais em novas dinâmicas de interação.

Porquanto, essa *zona de contato* é acionada pela televisão que estimula tanto a participação como a ação e o discurso dos sujeitos comunicantes no sistema produtivo midiático. Consequentemente, OQBRQ é exemplo de atuação desse mecanismo, pois os cidadãos valem-se da plataforma online *GI* para enviar o material audiovisual e, posteriormente, em caso de seleção, tem à disposição diversas alternativas para compartilhamento, nesse mesmo ambiente digital e, em outras redes sociais online, além da exibição em um dos telejornais da RGT. Ou seja, a operação que se inicia na televisão com o chamamento do público, desdobra-se na internet, em performance e procedimentos de retroalimentação e de reverberação (RECUERO, 2009). Relembrando que não apenas o produto midiático, mas o próprio *Grupo*, desde o final de 2018, descreve-se como: “um conjunto de empresas que cria, produz e distribui conteúdos de qualidade, em todas as plataformas” (GRUPO GLOBO, 2018, online), provando a alteração na chamada lógica da mídia, como agente de mudança social e cultural que se refere “ao *modus operandi* institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos e funcionam com a ajuda de regras formais e informais” (HJARVARD, 2012, p. 64, grifos nossos).

Complementando o raciocínio, Hjarvard (2012), com base em estudos europeus, afirma que tal lógica influencia a forma como a comunicação é praticada, como é o caso da descrição da política nos textos e produções midiáticas. O autor alerta ainda sobre a *pressuposição de que a dependência dos meios de comunicação, por parte das instituições, seja totalmente negativa*. Em sua visão, pensamentos desse tipo seriam reducionistas, pois tratar-se-ia de aceitar que

todos os meios estivessem ligados às normas de mercado. Ele diz isso referindo-se muito mais a análises em relação à comunicação pública, não desconsiderando que as empresas privadas de comunicação estão sintonizadas com o pressuposto mercadológico.

Para Hjarvard, a questão da *midiatização* e suas consequências requer exame específico, o que entra como *segundo alerta*, pois, em seu entendimento tal análise não pode ser determinada de maneira geral: “é uma questão concreta e analítica que precisa ser abordada em termos de contextos específicos, onde a influência de meios de comunicação específicos sobre certas instituições é avaliada” (HJARVARD, 2012, p. 65). Assim, nesse sentido:

A midiatização é um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. A midiatização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade. Analiticamente, podemos estudar esses relacionamentos e processos considerando tanto a mídia e outros domínios sociais como instituições (como a família e a política) ou práticas situadas dentro de enquadramentos institucionais particulares (como o entretenimento familiar da criança na família ou as campanhas eleitorais na política) (HJARVARD, 2014, p. 25).

A proposta editorial e a narrativa do Núcleo de Eleições, assim como as relações com o objeto de referência midiática OQBRQ, como veremos detalhes a seguir, são exemplos desse enquadramento institucional alertado por Hjarvard (2014).

2.3.3 OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo

De março a setembro de 2018 foram ao ar os vídeos selecionados pela *Globo*, apresentando os “porta-vozes” escolhidos. Segundo o levantamento da RGT, na edição do Jornal Nacional de 30 de setembro, o quadro recebeu mais de 50 mil vídeos, enviados por moradores de 99,5% dos municípios brasileiros: 9% das mensagens foram gravadas por crianças; 7%, por adolescentes; 13%, por idosos; e o restante (71%) por adultos; sendo 65% do sexo masculino e 28% do sexo feminino. Na semana posterior, o levantamento dos dados do projeto foi apresentado em reportagens especiais pelo *JN*, em um *Globo Repórter Especial* e no Programa *Como Será?*

A proposta editorial fez aproximações entre elementos do jornalismo cidadão/cívico (TRAQUINA, 2003) e da cultura participativa (JENKINS, 2009), que se inter-relacionaram, por meio da mediação televisiva e das multiplataformas digitais do portal *G1* e *Globoplay*, conforme discorre a dissertação *Engajamento de redes sociais online na construção de universos transmídias: O Brasil que eu quero para além da Globo*, de Adriano Santos (2020), na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG):

A proposta editorial de “O Brasil Que Eu Quero” se baseia no entrelaçamento da mediação cidadã com a mediação jornalística. No âmbito da mediação cidadã a partir de processos de interação entre o público e o portal G1 da emissora em página específica do projeto para o envio de vídeos gravados com o uso do celular. Na esfera da mediação jornalística pelas atividades dos jornalistas de produção dos conteúdos oficiais do projeto a partir dos vídeos enviados pelo público para exibição nos telejornais da emissora (SANTOS, 2020, p. 17).

Esse mecanismo midiático normativo é identificado por diversos conceitos: *dispositivo pedagógico da mídia* (FISCHER, 2002), *televisibilidade* (SARLO, 1997), *Agente Pedagógico* (IANNI, 1999), refletindo os “modos de educar”, o tom “pedagógico” orientador sobre o envio do conteúdo audiovisual produzido. Assim, ao reforçar a autonomia do sujeito e dar voz às suas necessidades, como um direito, limita-se aos aspectos jurídicos de cidadania, e a RGT incentiva essa apropriação de interpretação pelo OQBRQ. Afinal, a emancipação da população, concebida no ideal de Theodor Adorno como a criação de “condições para que cada um possa viver livremente e assim ser capaz de viver todas as suas potencialidades” (ADORNO, 1995, p. 114) não acontece, dando margens para a atuação de *O Príncipe Eletrônico*, (IANNI, 1999), concebido para além das informações, vale-se do “*contrabando da interpretação*”, ou seja, da *habilidade interpretativa que já vem pronta ao telespectador que, se bem condiciona e enquadra as interpretações, não as determina*.

Em resumo, a questão dos protocolos normativos, tanto por parte dos jornalistas como do próprio sistema midiático *Globo*, constitui-se como objeto de estudo de inúmeros autores. No nosso caso, os elementos principais da narrativa do quadro foram evidenciados a partir do processo de decupagem das 26 edições do quadro no *JN* (julho/2018)⁶⁰. Esse método de aproximação, anterior à pesquisa exploratória, contribuiu para a identificação e observação de aspectos de OQBRQ, no caso: eixos discursivos, gênero, posição de gravação, cenários escolhidos, cidades, estados e regiões do país. Detalhamentos dos dados nas Tabela 2 e Tabela 3.

⁶⁰ Antes do VídeoForum com um grupo de pessoas de Campo Grande, capital do estado de MS, e do desenvolvimento da pesquisa exploratória, nas quatro cidades de Mato Grosso do Sul, na tentativa de aproximação com o objeto, fizemos a decupagem das capas do Jornal Folha de S. Paulo, além da decupagem das edições de OQBRQ, do mês de julho, em dois telejornais: Bom dia Brasil e Jornal Nacional.

Tabela 2 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: Eixos discursivos

Eixos discursivos	Qtde.	Definição
Eleições/Corrupção/Voto	55	Combate à corrupção dos políticos, honestidade por parte dos políticos, renovação política, voto correto.
Obras públicas inacabadas/ Serviços públicos de valor	40	Obras sem terminar há anos, abandono (necessidade de terminar o que se começou, dinheiro desperdiçado). Educação, Saúde e Segurança de qualidade. Necessidade de uma educação e saúde melhores.
Valores/desejos	25	Desejo de melhorias, sobretudo em relação à zona rural (agropecuária, agricultura, produtor rural).
Meio ambiente	15	Poluição dos rios, praias e necessidade de preservação.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 3 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: gravação feita pela própria pessoa ou por terceiros

Gravação	Qtde.	Definição
Própria	63	Apesar do número, a gravação em <i>selfie</i> marcou as gerações mais novas em idade.
Feita por outra pessoa	68	A maioria das gravações foi feita por outras pessoas, apesar de toda a recomendação de gravação em <i>selfie</i> – que gerou memes sobre o “como fazer” para gravar um vídeo.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nos temas apontados pelos eixos discursivos, observa-se que em OQBRQ no *JN* existe a preocupação dos sujeitos comunicantes com valores morais (honestidade), com corrupção na política e com o voto, reforçando a tese de que o sistema midiático reduz a cidadania aos aspectos jurídicos, no caso: direitos e deveres. Na sequência das temáticas, a questão das obras inacabadas demonstrava a ausência da administração pública e/ou a corrupção e descaso dos governantes.

No tocante à normativa para a gravação, ao menos em julho, apesar das *selfies*, observa-se que a gravação por terceiros foi um pouco maior. Os cenários escolhidos em sua maioria tiveram como fundo igrejas católicas e gravações em praças centrais das cidades, sobretudo do interior, superando pontos turísticos (conforme orientação da *Globo* para a filmagem).

O discurso acerca do combate à corrupção aparece em praticamente todas as falas, seja por meio da exemplificação de projetos incompletos, seja pela falta de recursos públicos, ou mesmo do descaso com a população, conforme já mencionado. Os vídeos mostram o uso constante de vocábulos como “honestidade”, transparecendo na visão dos cidadãos que enviaram os vídeos ser esta uma virtude que “não existe na política brasileira” devido à

corrupção. A seguir, são apresentados cinco depoimentos de vídeos apresentados no *JN* que evidenciam a afirmação:

Um país com *menos políticos*, menos regalias para os três poderes e *mais eficiência na gestão pública*. Assim sobra dinheiro para saúde, educação e saneamento básico e muitas outras coisas (Leandro, Livramento de Nossa Senhora, BA).

O que eu quero para o nosso Brasil é uma *estrada de qualidade* [aponta a estrada sem asfalto em que grava o vídeo] para que nossas crianças sejam transportadas para a escola com *segurança* (Nair Viana, Codó, MA).

É que os nossos *representantes políticos olhassem e investissem mais* nas instituições de longa permanência (referência ao Lar de Idosos, com mais de 100 anos) proporcionando assim, uma qualidade de vida melhor para os nossos idosos (Jonas Rosa, Santo Antônio da Posse, SP).

É um Brasil onde a *juventude de hoje possa se tornar verdadeiros cidadãos conscientes* na busca por um país com mais educação, *menos corrupção* e bem-estar social geral para toda a população (Marcos Vinicius, Santana do Deserto, MG).

É um país que a *justiça saia de cima do muro e cumpra na íntegra para todos A Lei da Ficha Limpa*. Para que nós venhamos banir da história deste país todos os *políticos corruptos* e assim venhamos a ter serviços públicos de qualidade (Melk Zedek Borges, Lagoa da Confusão, TO) (*JN*, 03 de julho, 2018, grifos nossos).

Tabela 4 – Vídeos de OQBRQ exibidos no *JN* durante o mês de julho/2018: cenários - locais em que os vídeos foram gravados

Os sete cenários principais	Quantidade	Observações - Imagem de fundo e/ou local próprio
Igreja Católica	16	Geralmente são igrejas da praça central em cidade do interior dos estados – sobretudo da região Nordeste, Sul e interior paulista.
Zona Rural	15	A maioria são agricultores tendo como pano de fundo suas plantações e/ou criações.
Obras inacabadas	07	A maior parte são obras públicas inacabadas (hospitais, escolas, quadras poliesportivas) e ou abandonadas. Os vídeos são feitos <i>in loco</i> .
Praças públicas	07	Geralmente são praças centrais de cidades pequenas e interioranas – muitas com igrejas e monumentos, ou, em menor número, órgãos públicos (Câmara, Prefeitura, etc.).
Rio/cachoeira	06	Em sua maioria quando o turismo da cidade passa pelo rio e/ou praia.
Ruas	05	Em sua maioria ruas sem pavimentação, sem estrutura, inundações, buracos. Os vídeos são feitos <i>in loco</i> .
Escola	03	Professor e/ou diretor, geralmente no interior ou em frente à escola – com alunos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da Tabela 4, que trata dos cenários exibidos em OQBRQ (julho/2018), verifica-se que o discurso midiático convenceu o *porta-voz* de Campo Grande (MS) apresentando no 2.2, que escolheu uma praça conhecida da cidade para gravar o vídeo. O sujeito comunicante não conseguiu se desvincular desse mecanismo. Em nossa entrevista⁶¹, ele revelou os motivos de ter seguido os protocolos da RGT e não ter, por exemplo, gravado na Gibiteca que construiu, aberta à comunidade, conforme questionamos e ao que Ronilço Guerreiro afirmou:

(...) olha o que que é a mídia, *eles falaram assim: escolha um lugar que é bem conhecido da cidade. Ok. Aí depois, sabia que me questionaram isso, pô por que você não fez com os livros? Falei: é verdade cara. Só que assim, foi na verdade um ato porque eu estava ali. Tipo, eu vi as Araras, ah isso aqui representa Campo Grande, tá eu fiz. Eu poderia ter feito aqui dentro da Gibiteca mostrando os gibis, livros, né, acho que seria muito mais, pra mim, interessante, do que aquilo ali. Mas ali representa a cidade, o Pantanal, a nossa natureza* (Ronilço Guerreiro, Entrevista, 25/07/2018).

A representatividade mencionada e o cumprimento do protocolo midiático são evidenciados por Ronilço, a escolha da Praça das Araras, em Campo Grande, capital sul-mato-grossense. Guerreiro (2018) evidenciou essa orientação em sua fala. As modalidades de contato (FAUSTO NETO, 2018) pelas quais os indivíduos são inseridos nas lógicas da prática jornalística televisiva: “a televisão radicaliza a sua condição de ator social (...) se colocando como instância de gestão da vida social (...) como organizadora de um protocolo de escuta da sociedade” (FAUSTO NETO, 2018, p. 3).

Como citado, inicialmente, tanto os telejornais, caso do *JN*, como a propaganda institucional do projeto de OQBRQ, mostravam os jornalistas se apresentando, “instruindo”, didaticamente, os cidadãos sobre como deveriam realizar a gravação do vídeo. No caso do *JN*, o jornalista Willian Bonner, editor-chefe, teve imagem *viralizada (espalhada)* em diversas plataformas online e no *Twitter*⁶² em formato de *meme*⁶³ e foi criticado por conta do *discurso pedagógico midiático* sobre a posição correta para a gravação do vídeo, pelo sujeito comunicante, para envio ao portal *GI*. A seguir, na Figura 4, a imagem de Bonner que ganhou narrativas paralelas no ambiente digital (*memes*).

⁶¹ Entrevista em profundidade com o sujeito comunicante, com análises no capítulo 5.

⁶² *Twitter* é uma rede social digital, uma ferramenta de micromensagens, com no máximo 140 caracteres, lançada em 2006, definido como um espaço da web que permite aos seus usuários construir perfis públicos, articular suas redes de contatos e tornar visíveis essas conexões (RECUERO, 2009).

⁶³ *Memes*: Para Shifman (2013), os memes são um grupo de unidades digitais que compartilham características de conteúdo, forma e/ou postura criados tendo a consciência entre cada um deles e circulados através da Internet. O conteúdo se refere ao assunto explorado e a forma está relacionada com aos elementos da construção estética. A postura diz respeito ao posicionamento ideológico acionado em relação ao tema central e remete diretamente ao processo de ressignificação.

Figura 4 – William Bonner ensina posição correta para a gravação do vídeo



Fonte: Reprodução/TV Globo, 2018.

Nesse sentido, ao analisar a rede social *Twitter* e a plataforma de vídeos *YouTube* sobre a repercussão de OQBRQ, Santos (2020) apurou, durante seis meses (01 de abril a 08 de outubro de 2018), dados e percepções sobre a forma de disseminação em redes sociais do quadro. Segundo o autor, os formatos que mais disseminaram foram as paródias, recapitulações e readaptações do conteúdo oficial. Tal lógica não aconteceu na TV, pois o gerenciamento ficou restrito aos produtores de OQBRQ. Portanto, a instauração dessa dinâmica “se estabelece pela lógica de subversão do público aos objetivos centrais da emissora de gerar colaboração coletiva centradas em relatos sobre problemas relacionados à cidadania e atuar no papel de ação entre público e poderes governamentais” (SANTOS, 2020, p. 89).

Ainda na mesma discussão em torno das relações estabelecidas entre o telejornalismo e a pauta da cidadania no *JN da Globo*, concomitantemente à participação do telespectador com conteúdo colaborativo na dinâmica do sistema midiático, notamos outra investigação, agora, a de Ana Manuela Arantes Costa (2015), na Universidade Federal de Goiás (UFG). O estudo trabalha o conceito de cidadania a partir de Cortina (2005)⁶⁴, para quem a organização precisa gerar o sentimento de pertença, desse modo, nessa perspectiva ser cidadão para além de pertencer é ter consciência do lugar que ocupa de suas atribuições.

Costa (2015) considera importante os *valores-notícia* nessa relação entre o telejornalismo e a cidadania, para tanto, dialoga com autores como Silva (2014), Wolf (2003)⁶⁵

⁶⁴ Também uma de nossas referências conceituais desta tese, Capítulo 3: Cidadania, Cultura e Política: dos direitos à comunicação ao espaço público midiático.

⁶⁵ Para Wolf (2003, p. 202), valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente. Para Traquina (2003, p. 66), esses valores é que determinam se um

e Traquina (2003). Este último, em uma conclusão geral dos estudos sobre os conteúdos dos meios de comunicação, constatou que as notícias apresentam um “padrão” bastante estável, que são o que denomina: valores-notícia. Dessa forma, não são os critérios abstratos ou pontuais, mas, sim, aqueles que fazem parte de um quadro de avaliação que é racionalizado e interiorizado pelos jornalistas.

Percebe-se tal valoração em OQBRQ, no *JN*, pois o mecanismo se dá pela restrição feita pelo sistema midiático, que possui domínio e poder para seleção dos vídeos, inclusão e escolha de um telejornal para exibição, uso de protocolo normativo estabelecido e controle editorial. Sem contar na apropriação do conteúdo de determinados materiais audiovisuais: discurso, imagem e outras referências, seja para a inserção de novas narrativas jornalísticas, seja para aberturas de outras reportagens do JN, servindo, até mesmo, de objetos para comentários e críticas dos âncoras da bancada, em sua maioria, dirigidas a instituições do governo e/ou governantes, em tom de *concordamos com o cidadão e fazemos do discurso dele, o nosso* etc.

Nas considerações finais do estudo, Costa (2015), a partir dessa operacionalização midiática, evidencia que o *discurso de cidadania construído pelo JN* está em *diálogos com os mecanismos do sistema midiático, os valores-notícia e os interesses mercadológicos da empresa privada*. A partir de revisões bibliográficas e análises de conteúdo, nos trouxe reflexões, novos olhares e pistas, que vão ao encontro de observações e verificações de nossa pesquisa, em relação ao nosso objeto de referência midiática.

De modo que, segundo a pesquisadora, é possível dizer que ao receber materiais dos sujeitos comunicantes, o *JN* tem contribuído para o compartilhamento de informações que se tornaram um “ciclo de compartilhamentos” que vai além da TV, plataformas online, redes sociais, compondo o dia a dia e as discussões dos cidadãos. Assim, essa nova forma de colaboração/participação, pelo envio de conteúdo, estava alterando a rotina e o *enquadramento oficialista*⁶⁶, no sentido de alinhamento do telejornal da *Globo* com o ponto de vista do Governo Federal, que ocorreu em 1998 com Fernando Henrique Cardoso (LIMA e GUAZINA, 2001).

Costa (2015) defende que o conteúdo é apropriado pelo *JN*, que faz um papel de mediador, reforçando o *direito* desses indivíduos à construção da *informação*, como uma das *etapas da cidadania*, além de permitir a participação, ainda que seja, em sua análise, uma

acontecimento, ou um assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia.

⁶⁶ Enquadrar significa: selecionar certos aspectos da realidade percebida, e torná-los mais salientes nos textos de comunicação, de tal forma a promover a definição particular de um problema, de uma interpretação. *O enquadramento define se a maioria das pessoas percebem e como elas compreendem e lembram de um problema* (ENTMAN, 1993, p. 52-54).

participação que não o torna pertencente, não há diálogo mesmo em que caso de exibição do conteúdo, o sujeito comunicante precisa acompanhar o telejornal para ver se o seu material foi selecionado e, ao contrário também, evidenciado que ele participa até onde permite o sistema midiático, tanto que não há esclarecimento dos critérios para o processo. Tanto que, como já mencionamos, a espera para ver se o material colaborativo enviado aparece no telejornal ficou comprovada em um trecho da entrevista com um de nossos sujeitos comunicantes, de Campo Grande (MS)⁶⁷, que enviou um vídeo à *Globo* participando de OQBRQ para ser o *porta-voz* da capital sul-mato-grossense.

Um dia cheguei em casa mais de dez e meia da noite, do Senai, liguei meu computador para ver minhas mensagens e assistindo TV, aí de repente começou “O Brasil que eu quero”, aí de repente eu ouço: eu sou Ronilço Guerreiro, eu falei opa, sou eu! E passou no Jornal da Globo. E, por incrível que pareça, meu celular não parava de tocar mais, pessoas mandando mensagens, te vi aqui, te vi aqui. Olha o poder da comunicação (Ronilço Guerreiro, Entrevista, 15/07/2018).

O segundo sujeito comunicante entrevistado tinha certeza de que iria ver seu vídeo em OQBRQ, entretanto, não sabia em qual telejornal o material seria exibido. Foi isso que Jackson Rosa da Silva informou, que eles da *TV Morena* (afiliada da Globo – MS) pediram para ele gravar um vídeo e enviar via aplicativo *WhatsApp*. A produção audiovisual foi exibida no *Fantástico*, programa dominical da RGT, e o docente foi o *porta-voz* do município de Jaraguari.

Pesquisador: Como é que você ficou sabendo? Eles enviaram algum aviso?

Jackson: Nossa, meu celular bombou.

P: Mas a emissora não te avisou?

J: Eles não avisaram nada, onde que iria passar, se eles iriam passar ou selecionar para a rede nacional ou não, nada.

P: Só pediram para você gravar?

J: Só pediram, né. Pediram autorização para divulgar na rede na TV Morena. (Jackson Silva, Entrevista, 2019).

Tanto o *entrevistado 1* como o *2* acreditam que a televisão traz uma grande visibilidade em termos da pauta política. Ter o vídeo exibido no *Fantástico* foi uma surpresa para o entrevistado Jackson Silva. A substituição do espaço público pelo espaço da visibilidade televisiva, como propõe Kehl (2004), como dependente da imagem corporal no campo do Outro, permite a existência da imagem “ao vivo” tendo como contato físico os suportes midiáticos móveis, as telas do computador ou de TV.

Assim sendo, três elementos permitem uma configuração sobre como seria a lógica da *Globo*: o primeiro, trata-se da padronização, desde a convocatória, os tais “modos de fazer”

⁶⁷ A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice F.

para que o cidadão enviasse corretamente o material produzido; o segundo trata-se dos suportes midiáticos disponíveis: a televisão e o portal digital *GI*; e o terceiro, um elemento que abrange todos os demais, a circulação, ou seja, o ambiente em que as mensagens transitam.

Por circulação, a rigor, não é o produto (vídeo) que circula, mas está inserida em um sistema que viabiliza e se alimenta, dessa forma, “é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em midiatização), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços” (BRAGA, 2018, p. 41). Tal como enfatizado na plataforma digital sobre a reprodução de *memes*, paródias e outros gêneros. Assim, outro elemento que compõe a circulação é o ponto alto do circuito, pois são “pontos de articulação, do modo como produtores e receptores se encontram em jogos de oferta e de, respectivamente, exposição e composição de mensagens” (FAUSTO NETO, 2009, p. 8).

Em certa medida, circulação, nome de um conjunto de mecanismos que formam parte do sistema produtivo, que definem as relações entre gramáticas de produção e gramáticas de reconhecimento para um discurso ou tipos de discurso dados (VERÓN, 1996, p. 20). Pensamos que, no contexto em que os meios se destacam por uma atividade central, a circulação é apresentada como uma zona mediadora e como referência para se compreender as relações dos meios com a sociedade, seja em termos sociais ou discursivos. A descrição e os diálogos possíveis entre o objeto de referência midiática e as discussões sobre o tema da cidadania exibido pelo OQBRQ nos levaram a aprofundar tal discussão no próximo capítulo, com a seguinte inquietação: Que Cidadania a *Globo* apresenta para você?

3 CIDADANIA, CULTURA E POLÍTICA: DOS DIREITOS À COMUNICAÇÃO AO ESPAÇO PÚBLICO MIDIÁTICO

3.1 Da noção clássica aos Direitos Humanos

Desde a Grécia clássica, os dilemas da natureza do homem como ser político e a convivência coletiva dialogam, pois a participação dos habitantes da *pólis* (cidade-estado) era componente obrigatório para a noção filosófica de bem-estar, seja da cidade e/ou do cidadão, sendo inter-relacionada à concepção de política, da questão pública, da democracia. Nesse sistema democrático grego apenas uma parcela minoritária da população se beneficiava, na medida em que mulheres, crianças, escravos e estrangeiros eram excluídos do direito de participar, votar e opinar nas decisões do Estado.

Em *A República*, Platão (2000) justifica a origem das cidades como a impotência do ser humano para viver sozinho e sua necessidade de convívio com os outros. Assim, desde a Antiguidade Clássica, filósofos como Platão e Aristóteles contribuíram para as indicações iniciais sobre o que deveria ser a cidadania nas *pólis*.

Nos dizeres de Aristóteles, “cidadão não é cidadão porque vive na cidade, afinal os estrangeiros e os escravos também ali vivem; tampouco são cidadãos aqueles que compartilham de um mesmo sistema legal” (ARISTÓTELES, 2008, p.113-114). Para ele, definir um cidadão estava diretamente relacionado ao local de nascimento, à filiação, à posse de propriedades e ao direito ao voto.

Historicamente, apesar de sua força, essa compreensão conceitual com o passar dos séculos foi esquecida. É somente a partir do século XVIII que a discussão sobre a temática é retomada, a partir de novos arranjos influenciados por dois movimentos sociais importantes, no caso a Revolução Francesa (1789), que trouxe a valorização de ideais democráticos como *igualdade, liberdade e fraternidade* e a Revolução Estadunidense, - a Carta de Direitos dos Estados Unidos e/ou Declaração dos Direitos dos Cidadãos dos Estados Unidos (1791), que teve entre os seus principais objetivos impor limites ao governo no tocante à autonomia dos cidadãos americanos.

Cortina (2005) lembra que os cidadãos começaram a ter a oportunidade de se reconhecerem como sujeitos de direitos e deveres. Dito de outra forma, a concepção de *cidadania* passa a ser pensada por meio de direitos, que precisam estar acessíveis a todos. Ainda que esse ideal não tenha sido implantado na prática, de imediato, serviu de base fundante para a inserção do termo em diversas nações pelo mundo.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948, da Organização das Nações Unidas (ONU), foi outro documento que alavancou a fundamentação de um novo alicerce prático e conceitual de *cidadania*. Assim, a base jurídica do termo conquista cada vez mais espaço, conjuntamente com elementos do Estado de bem-estar social, integrando o texto de várias Constituições, inclusive a brasileira que foi inspirada por tal Declaração compreendendo *cidadania* como uma forma de garantia do bem-estar, dos direitos e deveres dos cidadãos.

Vale o destaque à importância histórica da Constituição Federal de 1988, a “Constituição Cidadã”, que significou a volta do regime democrático no Brasil, após 21 anos de ditadura militar. O conjunto de leis foi responsável, ao menos formalmente, pela instauração de um Estado Democrático de Direito. Observa-se no país, a partir do relato histórico e fundamentação legal, que a ideia de *cidadania* ganha mais força no sentido jurídico, entretanto, entendemos ser uma das muitas dimensões que o termo possui.

A história desde os gregos evidencia a interconexão do conceito com outros elementos, caso da *política*. Desde sua origem na Grécia, a relação da prática cidadã inclui uma diversidade de pontos, como participação, autonomia, autoria etc. Atualmente, é requisitada a inclusão de vários aspectos, tais como os culturais e comunicacionais (sistemas midiáticos, tecnologias e redes digitais), interlocutores desse processo construtivo do fazer cidadão, conforme a proposta dos Estudos Culturais por nós defendida.

Nesse raciocínio, não se pode deixar de incluir a construção de sentido junto às realidades como resultado das vivências e do reconhecimento recíproco, conforme Martín-Barbero (2009), em outras palavras, das relações estabelecidas, crenças e padrões de comportamento (identidades), além da produção cultural e midiática entre os indivíduos.

Dessa forma, a partir das reflexões postas, defendemos que não há como falar em *exercício da cidadania* sem a atuação política do ser, assim como sua compreensão de cultura moldando sua capacidade de valorar tais aspectos. Acreditamos ser natural o surgimento de tensões dos indivíduos, quanto à cultura que valoram, pois, ao valorar-se ou eles se inserem nesse constructo cultural ou promovem sua negação – de toda forma criam referência de valor.

Thomas Marshall (1967) olhava a *cidadania* a partir de três eixos: civil, político e social. Respectivamente, no caso: a) Civil: são direitos necessários à liberdade individual (ir e vir; imprensa, pensamento, fé, propriedade, contrato e justiça) – garantidos pelo judiciário; b) Político: é o direito de participar no exercício do poder político, seja como membro de um organismo investido de autoridade política, seja como eleitor desses membros – Ligado ao Parlamento e Conselhos de Governo; e c) Social: é o direito ao mínimo do bem estar econômico e segurança, até participar, por completo, incluindo sistema educacional e outros serviços.

No entendimento de Marshall “o direito a um mínimo de bem-estar econômico e de segurança, ao direito de participar, por completo, na herança social e levar a vida de um ser civilizado, de acordo com os padrões que se estabelecem na sociedade” (MARSHALL, 1967, p. 113) é ter cidadania.

Diante da forte influência da concepção do autor, Cortina (2005) enfatiza que a definição do sociólogo britânico considerava elementos do “estado de bem-estar social” (*Welfare State*) por ele valorizados. Ela lembra que, com o passar dos anos, houve várias crises em relação a essa orientação, pois o Estado protetor cedeu lugar a institucionalização do “assistencialismo”. Nesse sentido, não podemos deixar de mencionar aspectos de ordem econômica e política e outros fenômenos como a *globalização*, que trouxeram contribuição à construção da noção de cidadania.

3.2 Os efeitos da globalização: a cidadania e o sistema midiático

O mundo contemporâneo, reflexo da globalização, trouxe à tona várias intempéries que não pouparam alterações nas esferas sociais de toda ordem: econômica, política, cultural, socioambiental, comunicacional, entre outras. De certo modo, essas mudanças foram resultados desse fenômeno cujos impactos foram sentidos e incorporados ao cotidiano de vida da população mundial, como consequência: grandes alterações na percepção dos indivíduos na relação espaço e temporalidade, na forma e uso da comunicação e tecnologias, além de formas diversas do reconhecimento da própria identidade.

Esses aspectos promoveram pressões de todos os tipos, frutos do processo de aceleração social do tempo (CRARY, 2014), em grande medida impulsionadas pela proliferação das redes comunicacionais audiovisuais, aplicativos eletrônicos em plataformas no ambiente digital que contribuíram, consideravelmente, na formação dos grandes conglomerados empresariais no mundo contemporâneo. Diante do constructo descrito, tornou-se essencial a remodelagem de novas formas de se fazer e/ou até mesmo de compreender a *cidadania*, formatos esses que serviram à reconfiguração de um novo espaço público, afinal: “os sistemas de comunicação em tempo real determinam a estrutura de organização do planeta” (MATTELART, 2002, p. 11).

Esse novo mundo, nos dizeres de Mattelart, tem como marca mudanças pressionadas pelos ambientes informacionais e midiáticos, sem contar aquelas do âmbito socioeconômico ancoradas em um discurso “unificador” da globalização pelo livre comércio. Ele alerta para o surgimento de um novo mapa de desigualdades que é evidenciado pela “ruptura entre sistemas

sociais específicos e um campo econômico unificado, entre culturas singulares e as forças centralizadoras da cultura global” (MATELLART, 2002, p.149).

A partir da comunicação-mundo, Matellart (2002) atribui ao mundo globalizado a condução de disparidades entre regiões, países e entre grupos sociais, um conceito caracterizador das lógicas de exclusão. Os mentores ideológicos do globalismo impõem pautas geo-tecno-financeiras obrigando as sociedades a aceitarem passivamente a desregulamentação do estado de direito, como algo dado e indiscutível, dessa maneira:

Apresentados aos cidadãos como fatos acabados, estes decretos os privam de sua voz e, por isso mesmo, fazem recuar os umbrais da tolerância democrática. Aproveitando-se da angústia individual e coletiva frente a um mundo que transformou o trabalho num privilégio, a globalização da ameaça à pobreza é utilizada como argumento de autoridade para impedir que se adote uma posição crítica frente ao rumo das coisas. (MATELLART, 2002, p.185).

Assim outro indicativo fruto da globalização é identificado, ou seja, o exercício da cidadania ultrapassa a questão dos direitos civis e políticos (relativos ao sistema de governo, e à estrutura social e econômica do país) e é inserido na problemática da diversidade e da diferença, de identidade, discussões que ganham nova visibilidade neste contexto (MATA, 2001).

Na continuidade desse pensamento, a afirmação do reconhecimento dos contrastes entre a população passa a ser articulada com vistas à promoção da diversidade cultural, e em se tratando da América Latina, é preciso trazer ainda à discussão os constantes conflitos culturais, os problemas de exclusão e o *calcanhar de aquiles* do continente: a negação do outro (como processo histórico). Em se tratando de Brasil, a complexidade cultural é herdada, entre outros fatores, desde os tempos da chegada dos colonizadores portugueses que deixaram rastros da colonização: como a escravidão, *o fator mais negativo para a cidadania* (CARVALHO, 2000, p. 19); o analfabetismo, que atingia a maioria da população brasileira; e as dificuldades ligadas à formação da identidade dos brasileiros (tradição, religião, costumes, língua), pois não havia o sentimento de pertencimento, a ideia de nação.

Murilo Carvalho (2002)⁶⁸ alerta que, em nosso país, o estado precedeu a formação da nação considerando que “a construção da cidadania tem a ver com a relação das pessoas com o Estado e com a nação. As pessoas se tornavam cidadãs à medida que passavam a se sentir parte de uma nação e de um Estado” (CARVALHO, 2002, p. 12). O autor fala que a dependência com Portugal não permitiu a formação de uma identidade própria, nem a edificação de uma

⁶⁸ Discussão a ser retomada.

nação, propriamente dita, até a Guerra do Paraguai. “Não vejo consciência nacional no Brasil antes da Guerra do Paraguai” (CARVALHO, 2000, p. 11). Segundo o autor, os principais fatos políticos do Brasil ocorreram para atender a interesses individuais ou de pequenos grupos hegemônicos.

Quanto à efetividade do reconhecimento das diversidades culturais, Martín-Barbero (2009) reflete que certos direitos precisam ser ampliados, como: o direito à participação, a capacidade de intervenção nas comunidades e dos cidadãos, e o direito à expressão em diferentes meios (massivos e comunitários). Nesse sentido, é inegável que a Rede Globo de Televisão (RGT) se vale dessa abertura à expressão dos cidadãos, a partir do entendimento jurídico de cidadania, ao formatar o projeto *O Brasil que eu quero* (OQBRQ). Prova disto é a pesquisa de Carlos Henrique Martins (2020)⁶⁹, na Universidade Federal de Goiás (UFG), que identifica que a RGT legitima e limita a cidadania como um direito do cidadão, uma possibilidade de reivindicação, em consonância com gramática própria e a todo circuito comunicativo disponível. Comprovando que:

O termo cidadãos aparece para dar nome ao coletivo, tornando-se sinônimo de conjunto de pessoas. Fica ainda evidente que não há uma consciência sobre o real significado de cidadania, tendo como principais correlações assuntos ligados à política, direito e deveres. O cidadão surge como adjetivo para classificar aquele que está apto a repensar suas atitudes e contribuir para a melhoria do país a partir de suas próprias ações (MARTINS, 2020, p. 9).

A partir da reflexão, o autor mostra que o sistema midiático (como denominamos a Rede Globo de Televisão) se apresenta como espaço de voz e incentivo aos cidadãos a melhorar o Brasil, por meio de suas próprias ações. Martins (2020), por meio de um mapeamento, por regiões, analisa 1.580 vídeos nos quais conclui que o verbete cidadania aparece em apenas 44. No caso da Região Centro-Oeste do Brasil (nosso contexto de pesquisa), esse número cai ainda mais, apenas cinco aparições relacionavam o conceito no material audiovisual analisado pelo pesquisador.

Outro ponto de observação do investigador foi que: “a palavra políticos é usada sempre oposta à palavra cidadãos, construindo uma diferença pontual entre estes grupos, e, conseqüentemente, distanciando a qualidade ‘ser cidadão’ das pessoas que possuem cargos

⁶⁹ Sobre a dissertação: “A cidadania no quadro ‘O Brasil que eu quero: análise crítica do discurso sobre telejornalismo e conteúdos colaborativos” de Carlos Henrique Martins, da Universidade Federal de Goiás (UFG/2020) orientada pela Dra. Ana Carolina R. P. Temer, conheci o Carlos Henrique, no Congresso Intercom, em Joiville/ 2018, assisti a apresentação dele e dialogamos sobre o projeto “O Brasil que eu quero” tivemos mais diálogos que reforçam o caminhar transmetodológico, que me possibilita essas trocas. A dissertação está disponível em <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/10386>. Acesso em 09 ago. 2020.

políticos no Brasil” (MARTINS, 2020, p. 116), demonstrando o descrédito com a classe política.

Essa constatação nos provoca à defesa da *Política*, como expressão da totalidade do ser, do seu direito de estar/viver em sociedade e de ter sua identidade garantida, desenhando sua cidadania e formas de atuação, como cidadão. Não reduzimos o conceito a um único significado, consideramos como sentido importante da Política a fabricação do mundo, todo movimento do ser humano, que acontece no sentido de manutenção da própria existência.

Em OQBRQ, o cidadão é um “porta-voz”, representante de cada município brasileiro, ficando a RGT como “mediadora” da população sobre os problemas sociais, de toda ordem, evidenciando nas narrativas dos cidadãos a falta de resolução por parte do Estado e de seus representantes das problemáticas postas. É nesse espaço que o cidadão atende ao chamado do sistema midiático, exercendo a sua cidadania, por meio do direito de fala e de voz, e, ao mesmo tempo, garantindo o seu direito político de escolha, por meio do direito cultural, ou seja, de ser quem se é.

Desse modo, é evidente a influência das alterações nas dinâmicas do exercício cidadão retroalimentadas pelo circuito comunicacional e informativo, que não ficaram de fora da lógica capitalista, e, hoje, integram o cardápio dos produtos mercadológicos ofertados. Ianni (1997) destaca que a mídia, especialmente a televisão, se apresenta como: “mediatizada, influenciada, questionada ou assimilada em âmbito local, nacional e regional, aos poucos essa mídia adquire o caráter de um singular e insólito intelectual orgânico, articulado às organizações e empresas transnacionais” (IANNI, 1997, p. 121).

É fato que o sistema midiático, de maneira geral, se apresenta como um dos mais poderosos simulacros da realidade, a TV, se caracteriza como “O Príncipe Eletrônico”

Entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, permeando continuamente todos os níveis da sociedade, em âmbito local, nacional, regional e mundial. É o *intelectual coletivo e orgânico* das estruturas e blocos de poder presentes, predominantes e atuantes em escala nacional, regional e mundial, sempre em conformidade com os diferentes contextos socioculturais e político-econômicos desenhados no novo mapa do mundo (IANNI, 1998, p. 6).

A televisão se apresenta como um local de debates ocupando muitas vezes a função do poder público, do Estado, também se mostra “à disposição dos cidadãos” para ouvi-los, assim, os indivíduos passaram a valer-se desse novo espaço para expor suas propostas, sobretudo à classe política (MATA, 2002). No Brasil, o vínculo estabelecido entre a televisão e a população é histórico, tanto que Martín-Barbero e German Rey (2001) ao analisarem a televisão na América Latina entendem o espetáculo televisivo como arena discursiva e representativa das

demandas sociais e políticas, novo espaço público e resultado da desigualdade patológica que assola os países latinos.

Valério Brittos e César Bolaño (2008) concordam que a TV deveria ser um novo palco de demandas e debates sociais, mas que acabou sendo mais uma forma de controle de audiência ou de destaque às marcas e/ou promoção de produtos. Assim, a definição conceitual desse novo local nos dizeres dos autores é de que:

O espaço público midiático abrange o conjunto de conteúdos trabalhados pelas organizações de comunicação, onde o modelo de indústria cultural predomina, mas periféricamente são realizadas outras experiências, na maior parte das vezes sem conseguir sair das amarras propostas pelo modelo de industrialização do simbólico (BRITTOS e BOLAÑO, 2008, p. 7).

Dessa forma, o chamado espaço público midiático é um espaço de visibilidade política, no qual muitos cidadãos “exercem” a sua cidadania e o seu direito político enviando um vídeo à RGT, por exemplo, mais do que, literalmente, cobrando ações dos seus representantes escolhidos do ponto de vista político. Contudo, esse caminhar é tão próximo que os dados que coletamos retratam que os sujeitos comunicantes pesquisados confiaram e se sentiram representados pelo quadro, ainda que a maioria tenha afirmado que apesar de ser uma boa iniciativa, não viam, por meio de OQBRQ, possibilidades de alterações no sistema político.

Os dados da pesquisa de campo⁷⁰ revelam que o número de sujeitos comunicantes dos quatro municípios de Mato Grosso do Sul que confiam e sentem-se representados pela proposta de OQBRQ equivale a 55,5% da amostra (561 pessoas). Eles também foram questionados sobre como veem a iniciativa da RGT. Os entrevistados que revelaram que acreditam ser uma boa iniciativa, que auxilia na resolução do problema político brasileiro, foram 28,8% (291 pessoas); outra resposta: uma boa iniciativa, mas, que não muda nada para 35% (353 pessoas).

O sentimento de pertencimento, de participação, elementos constitutivos da cidadania, são trabalhados em OQBRQ, afinal, é dentro do território onde o indivíduo vive e pertence que lhes é possibilitado a experimentação de um viés da cidadania, assim, o sistema midiático permite, por exemplo, que um indígena da região Norte esteja à frente de uma palhoça com outros parentes falando sobre a pauta indígena – representando as populações indígenas do país.

⁷⁰ Pesquisa quantitativa realizada com 1.010 pessoas entre as quatro cidades: Campo Grande (401), Dourados (203), Três Lagoas (203) e Corumbá (201), a ser detalhada em análises futuras, servindo de recorte ilustrativo a discussão aqui proposta.

Inclusive, vale ressaltar que os dois sujeitos comunicantes, porta-vozes de OQBRQ entrevistados por nós, Ronilço Guerreiro de Campo Grande e Jackson José Rosa da Silva de Jaraguari, ao serem questionados sentiram-se de fato porta-vozes de sua cidade responderam:

No “O Brasil que eu quero, eu mandei um vídeo, *e sou um porta-voz de Campo Grande* no “O Brasil que eu Quero”, falando sobre cultura e educação (Ronilço Guerreiro, Entrevista, 2018, grifo nosso).

Me senti. Quando eu fiz o vídeo eu não achei que teria uma proporção tão grande, eu achei que fosse passar na rede local ou até mesmo no estado. E foi muito rápido, aconteceu em maio (2018) quando eu gravei, início de maio, e eu acho que em junho, antes de junho, questão de 3 a 4 semanas, o vídeo passou em rede nacional, ele passou no Fantástico (Jackson Silva, Entrevista, 2019).

É interessante dizer que no caso de Jackson Silva a afiliada regional da RGT entrou em contato solicitando o vídeo, contrariando os critérios divulgados como proposta do quadro. Veja trecho da entrevista:

Pesquisador: Jackson, me diz uma coisa, o que motivou você a fazer um vídeo para a proposta de “O Brasil que eu quero”?

Jackson: “Então, na verdade *foi muito engraçado. Porque foi por indicação. Né.* Então, eu não tinha contato nenhum com ninguém da TV Morena, o pessoal que me procurou, mas, *peessoas da cidade de Jaraguari me indicaram* para essa jornalista. Ela entrou em contato, primeiro contato *dizendo que precisava de alguém da cidade*, que fosse alguém que tivesse um *contato bom com as pessoas*, que pudesse falar e enviar para eles. Eles que me indicaram e passaram meu contato para ela. Daí eu achei a ideia bacana né” (grifos nossos).

P: Você se lembra como foi esse contato dela com você?

J: Foi por *whatsapp*, ela entrou em contato comigo, falou da onde que era, se apresentou e daí *disse da proposta do vídeo*. Se eu tinha interesse, sobre como seria, e que as pessoas haviam me indicado para fazer o vídeo. Eu disse vamos fazer, vamos lá (grifos nossos).

P: E você ficou surpreso com essa indicação?

J: “Sim, eu fiquei surpreso, por conta de pessoas, ou várias pessoas me indicarem. Me senti até com uma certa responsabilidade em falar algo em 15 segundos que é um tempo muito curto. Mas, *representar* em uma fala o que que é “O Brasil que eu quero” (grifos nossos).

Em nossas reflexões sobre OQBRQ, compreendemos que o cidadão brasileiro não ocupou a função de uma fonte jornalística ou entrevistado, neste espaço, ele viu-se “provocado” pela RGT a se posicionar politicamente, enquanto porta-voz de um município, exercendo assim sua cidadania pelo direito de fala, expressão e pertencimento, agindo em sintonia com aspectos culturais, identitários, econômicos, entre outros, enfim, da forma que acreditasse ser a mais representativa para si. Evidenciando, assim, um discurso para todos aqueles que pertencem ao Brasil que ele pertence, refletindo em um país que torna o cidadão vítima da corrupção, da desonestidade, da falta de respeito. Então, como não atender ao apelo da RGT para falar aos políticos?

Em nossa pesquisa de campo, em Mato Grosso do Sul, a *honestidade* foi o valor mais citado que o sul-mato-grossense diz querer para o Brasil do futuro, atingindo 51,3% (518 pessoas) da amostra, seguida de menos corrupção 47,7% (482 pessoas), e na terceira colocação a preocupação com a saúde 23,4% (236 pessoas)⁷¹.

Desse modo, o agendamento midiático mobiliza campanhas como em OQBRQ e comercializa seus produtos/produções, contribuindo e induzindo práticas cidadãs. Do ponto de vista sociológico, Jessé Souza (2018) discute a questão da *periférica cidadania*⁷². E se, por um lado, os meios de comunicação tornaram-se palco expositivo de fissuras e fragilidades, no que tange às necessidades básicas da população, de outro, essa mesma mídia mercadológica compõe um rol de indutores que contribuem à formação conceitual proposta pelo autor, a subcidadania⁷³. Tal conceito foi apropriado de Souza (2018) em sua obra *Subcidadania Brasileira: Para entender o país além do jeitinho brasileiro*, na qual faz uma análise histórica do processo de industrialização do Brasil e nossas dificuldades, desde esse importante período, em articular teoria e prática, que ecoam no país até hoje.

Vale observar que o sociólogo, apesar de não ter analisado a inter-relação mídia e sociedade no exercício da cidadania, traz à luz outra discussão importante feita sob a égide de Charles Taylor⁷⁴, que discorre sobre a ausência de reconhecimento social. Souza (2018) toma por referência e elabora o que chama de “naturalização da desigualdade”, com apoio dos

⁷¹ O questionário exploratório (com questões abertas e fechadas) foi dividido em três blocos. Inicialmente, apresentava-se perguntas com o objetivo de aproximação quanto a percepção de “como é viver naquele município específico” e como seria o “Brasil que se quer para o futuro”. Em seguida é que eram apresentadas, propriamente, as questões sobre OQBRQ e, por fim, um bloco de identificação com informações de cunho pessoal foi aplicado nos quatro municípios do estado do Mato Grosso do Sul e Campo Grande (401 pessoas), Dourados (203), Três Lagoas(205) e Corumbá (201) totalizando 1.010 respondentes. Disponibilizado no Apêndice D.

⁷² Este ponto é central, posto que, se é a reprodução de um “habitus precário” a causa última da inadaptação e marginalização desses grupos, não é “meramente a cor da pele”, como certas tendências empiricistas acerca da desigualdade brasileira tendem, hoje, a interpretar (SOUZA,2003, p.159). Jessé preferiu falar em uma “pluralidade de habitus”. Se utilizando dos termos “habitus primários”, “habitus secundários” e “habitus precários”. Para Souza, o habitus primário” seria esquemas avaliativos e disposições de comportamento objetivamente internalizados e “incorporados”, que permite o compartilhamento de uma noção de “dignidade” efetivamente compartilhada. (...) O “habitus precário” seria o limite do “habitus primário” para baixo, ou seja, seria aquele tipo de personalidade e de disposições de comportamento que não atendem às demandas objetivas para que, seja um indivíduo, seja um grupo social, possa ser considerado produtivo e útil em uma sociedade de tipo moderno e competitivo, podendo gozar de reconhecimento social com todas as suas dramáticas consequências existenciais e políticas.

⁷³ A partir da especificidade do processo de modernização capitalista empreendido no Brasil, o sociólogo Jessé Souza identifica como correspondendo à constituição de uma espécie de “ralé” estrutural naturalizada pela reprodução característica de nossa desigualdade periférica.

⁷⁴ Taylor reflete sobre a forma que os aspectos culturais, morais e simbólicos assumem no mundo moderno, agregando a dimensão simbólica das sociedades avançadas no capitalismo, conforme Bourdieu.

conceitos de *habitus* e poder simbólico de Pierre Bourdieu, contribuindo ao entendimento e aceitação dessa subcidadania como algo “natural” do país.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. (BOURDIEU, 2004, p. 14).

Nas reflexões de Bourdieu (2004, p. 15), são enfatizados o poder das palavras e do discurso de ordem que “tem sua força na crença da sua legitimidade e de quem as pronuncia”. Com isso, esse novo espaço público atua nesse mecanismo de que trata o autor.

E nos dizeres de Souza (2018), os valores reproduzidos, diariamente, por uma ideologia simbólica social e política, definem assim o lugar social de cada um e, no Brasil, essas redes dão um novo conteúdo e dinâmica às relações de dependência (SOUZA, 2018). Em sua visão, esse tipo de prática dos *subcidadãos* é justificada devido à contradição de classes existentes, de um lado temos o que Souza (2018) chama de *ralé de excluídos*, e de outro, todos os grupos incorporados, sejam trabalhadores, técnicos ou empresários.

No tocante a RGT, em OQBRQ, valeu-se de elementos que envolvem aspectos culturais, de cidadania e política, colocando-se como espaço para livre manifestação política. Muito embora o sistema midiático conduza para o ápice, das eleições, possibilitando ao cidadão o direito que, muitas vezes, está reservado ao espaço dos tomadores de decisão, ou seja, aos escolhidos pelo processo eleitoral.

Dessa maneira, a partir das discussões apresentadas, vislumbra-se que as transformações sociais colaboraram para que a mídia se tornasse um novo espaço público. E, diante do contexto, não se pode negar a assertiva de que o entendimento clássico de cidadania foi desabilitado pelo poder midiático e, atualmente, também pelas tecnologias digitais, além do mais também vimos o surgimento de um novo sujeito, o neossujeito.

3.2.1 A versão neoliberal de cidadão: o neossujeito

Os sociólogos Christian Laval e Pierre Dardot (2016) desenvolveram, no livro *A nova razão do mundo. Ensaio sobre a sociedade neoliberal*, uma perspectiva segundo a qual, com a intenção de preencher o modelo de sujeito formulado pelo velho liberalismo, entrou em cena um novo sujeito, o *neossujeito*, que passou a ser no contexto contemporâneo o empreendedor de si mesmo.

[...] é pela combinação da concepção psicológica do ser humano, da nova norma econômica da concorrência, da representação do indivíduo como “capital humano”, da coesão da organização pela “comunicação”, do vínculo social “rede”, que se construiu pouco a pouco essa figura da “empresa de si” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 358).

Os autores criticam a lógica capitalista neoliberal que transformou o trabalhador em uma empresa de si, e isso não foi sem perdas de direitos, atrelado a um dos maiores desafios da sociedade contemporânea: a precarização do mundo do trabalho. A vinculação da forma que o homem é governado, a partir da noção sobre como ele próprio se governa, trouxe como consequências encurtamentos consideráveis nas horas de lazer e de sono, integrando a dinâmica do regime 24/7⁷⁵ (CRARY, 2014), construindo um sujeito que vive on-line, em tempo real, em estado permanente de conexão digital, ou seja sem limites de tempo e espaço.

O *neossujeito* seria aquele indivíduo que trabalha na lógica do dispositivo da eficácia, um arranjo de normas disciplinares (DARDOT; LAVAL, 2016), e da sociedade do desempenho (HAN, 2015) para elevar a produtividade e favorecer a produção e o consumo, não é de se estranhar que vivenciam uma cidadania descentrada, diversificada e fragmentada.

Para Hopenhayn (2005), o que se evoca não é apenas uma luta focal, mas uma série de espaços de negociação de conflitos e de territórios, conectados às redes digitais, pressionando governos locais, em uma dinâmica que rompe com esquemas históricos. Como contraponto, temos as exclusões dos indivíduos e coletivos sem visibilidade social que também apresentam demandas e práticas cidadãs.

É por isso que, conforme mencionado, podemos citar a precarização do mundo do trabalho, a apropriação desigual de acesso, uso e consumo da internet, pelos sujeitos das classes populares⁷⁶ como limitadores e, apesar desses fatores estarem presentes no novo perfil de cidadão, amplificadores de desigualdades que obrigam também a (re)definições no campo da política. “Vale observar que esses processos impõem limitações ao exercício efetivo da cidadania em termos de realização dos direitos sociais e econômicos” (BONIN, 2011, p. 153).

⁷⁵ Em alusão ao modelo americano de trabalho 24 horas por dia, sete dias por semana, Jonathan Crary (2014, p. 82) afirma que o que era consumismo se expandiu em direção à atividade 24/7, baseadas em técnicas de personalização, de individualização, de interações com máquinas e de comunicação obrigatória.

⁷⁶ Jessé Souza (2012, p. 26) afirma que as classes sociais não podem ser definidas apenas pela renda e padrão de consumo, mas “por um estilo da vida e visão de mundo ‘prática’ (...) que é em grande medida pré-reflexivo ou ‘inconsciente’”.

3.3 A (in)visibilidade e a (sub)cidadania: um problema político?

A luta pela visibilidade social dos *sujeitos invisíveis* e dos *neossujeitos* contribui para uma nova forma de exercer a cidadania que se faz agora comunicativa, condição necessária às práticas desse *neossujeito* no contexto do capitalismo global.

No que tange à televisão, Martín-Barbero (2014) pensa que, para além das transformações dos modos da narrar, do espaço e tempo, e da própria concepção de cidade, a atual crise da representação cede lugar a uma nova forma de exercer politicamente os direitos, referindo-se ao discurso de vontade proposto por Jürgen Habermas (2012), que estabelece relação direta com a autonomia do sujeito, com as negociações de poder, que se estabelecem no âmbito da linguagem e por meio de práticas comunicacionais.

Para exemplificar, ele cita os novos movimentos sociais e as reivindicações das minorias (etnias, gêneros, raças, mulheres, jovens, etc.), que, em sua visão, sinaliza uma luta que não é tão somente para serem representados, mas, sim, para serem reconhecidos e se fazerem visíveis socialmente em suas diferenças. Nesse entendimento os protestos são resultados das demandas dos atores sociais. E sobre isso, Martín-Barbero aponta ainda que:

Se o característico da cidadania é estar associada ao reconhecimento recíproco, isto passa decisivamente hoje pelo direito de informar e ser informado, de falar e ser escutado, imprescindível para poder participar nas decisões que dizem respeito à coletividade. Daí que uma das formas mais flagrantes de exclusão da cidadania situe-se justamente aí, na expropriação do direito de ser visto, que equivale ao de existir/contar socialmente, tanto no terreno individual como no coletivo, no das maiorias como das minorias (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 107).

A partir dessa reflexão, Martín-Barbero (2014) divide o atual contexto em duas partes: em primeiro lugar, os cidadãos possuem uma nova maneira de exercer politicamente os seus direitos e, em segundo lugar, as imagens permitem a construção visual do social, tanto que são responsáveis pela descentralização da política, seja no sentido de militância como do discurso partidário. Ele atribui a elas grande responsabilidade sobre o que chama de esfriamento, do desinteresse da população, na discussão de questões de ordem política.

Assim, a TV nessa disputa mercadológica, cultural e midiática interfere também na questão política, tanto que:

Mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política: o estratégico cenário que exige que a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencimento a uma comunidade – para enfrentar a erosão da ordem coletiva. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 15).

A partir de Martín-Barbero (2001), é possível traçar um paralelo sobre a força das falas coletivas, do princípio da cidadania, como conceito mediador, e do sentimento de pertença (CORTINA, 2005) e de que a função simbólica da classe política, como representante dos cidadãos, como mediadora com o Estado, foi completamente alterada tendo a mídia como novo espaço público.

Nesse contexto, Mata (2002) destaca um dado interessante em relação ao uso e influência das pesquisas de opinião, na TV, como responsáveis pelo direcionando dos filtros mercadológicos, servindo de base para definições de políticas governamentais, na medida em que revisitam a própria ideia de produtividade. Com isso, as estatísticas apresentadas sobre os representantes da classe política definem, a partir das porcentagens de aprovação e reprovação, ações de cunho político.

A autora enfatiza ainda que os meios de comunicação não se limitam a ser espaço de reivindicação da cidadania, pois também estão moldando o caminho do cidadão, vão reduzindo o pensamento coletivo por meio dessas estatísticas, que se tornam inquestionáveis saberes sociais, então, esses números acabam “representando” “a vontade do povo”, da maioria da população, a fala da cidadania é reduzida e a democracia que não pode ser a ditadura da maioria, entretanto, em sua visão, na pesquisa de opinião acaba se tornando.

Não o bastante, na narrativa política a situação adquire maior complexidade, pois a *mediatização* afeta o discurso político mais que outros tipos de discursos (VÉRON, 1987). A psicanalista Maria Rita Kehl (2004) destaca que o excesso de publicidade na televisão, no jornalismo, implica em sérios perigos aos cidadãos, afinal, devido ao exagero da visibilidade: “desloca-se do foro onde os homens realizam negociações e provocam a tomada de decisões, para o das imagens que são mais adequadas aos telejornais” (KEHL, 2004, p.142). No lugar da política de demandas e reivindicações, projetos, temos a *visibilidade*. Dessa forma

O espaço da política é substituído pela visibilidade instantânea do show e da publicidade, a fama torna-se mais importante do que a cidadania; além disso, a exibição produz mais efeitos sobre o laço social do que a participação ativa dos sujeitos nos assuntos da cidade/sociedade, ou do que a produção de novos discursos capazes de simbolizar o real (KEHL, 2004, p. 143).

3.4 Cidadania comunicativa e o algoritmo: necessidade cidadã

Nessa luta pela visibilidade social dos *sujeitos invisíveis* e dos *neossujeitos*, pensar uma nova forma do exercício da *cidadania* é pensar em um modo específico de “aparición de los individuos en el espacio público, caracterizado por su capacidad de constituir-se em sujeitos de

demanda y proposición em diversos âmbitos vinculados com su experiênciã” (MATA, 2002, p. 66). Entã, temos essa cidadania que se faz agora comunicativa como condiçã necessãria às práticas desse *neossujeito* no contexto do capitalismo global.

Conforme exposto, para os *neossujeitos*, os impactos do atual cenãrio social contribuem à ideia de que participação e pertencimento sã requisitos essenciais para o sentimento de cidadania, de tal forma que o entendimento é facultado aos mais diferentes e divergentes grupos sociais, uma espãcie de “passaporte” para o engajamento da vida pãblica (CORTINA, 2005). Tais aspectos são impulsionados pelo modelo econãmico global vigente, tanto que nos lembra Muniz Sodré (2014, p. 55): “o capitalismo contemporãneo é ao mesmo tempo financeiro e midiãtico: financeirizaçã e mĩdia são duas faces de uma moeda chamada sociedade avançada”. Segundo o pesquisador, os vãrios modos de comunicação existentes sofrem do que ele chama de efeitos SIG (*simultaneidade, instantaneidade e globalidade*), atravessados pela celeridade virtual.

Isto posto, um dos maiores entraves enfrentados pelo cidadão, a partir do contexto descrito, incorporando as lãgicas do neoliberalismo, diz respeito a renunciar a sua possĩvel autonomia e independãcia, em troca do “enquadramento confortãvel” imposto pelos circuitos midiãticos-tecnolãgicos, que atuam como controladores, seja pelos limites/barreiras colocados ou pela exclusão: de sonhos, valores, reivindicaçães, justiãa, identidades⁷⁷ (HALL, 1999). Em relaãão às injustiãas, Bauman (1998) explica que o problema da justiãa são pode ser considerado quando obtivermos um sistema democrãtico de tolerãncia, que assevere os direitos humanos: “o direito de conservar a prãpria identidade e singularidade sem risco de perseguiãão” (BAUMAN, 1998, p. 82).

Em concordãcia com Sodré e Bauman, Garcĩa Canclini (2019) confirma que os conglomerados midiãticos ocupam, cada vez mais, espaãos e funçães de Estado pois atuam como agentes transnacionais do intercãmbio cultural, para tanto, cita como exemplos: a “Fox em Estados Unidos, Televisa em Mẽxico, Globo em Brasil y Clarĩn em Argentina que: *no se limitan a capturar audiencias y negociar la orientaciã de los ciudadanos a cambio de favores econãmicos*” (GARCĨA CANCLINI, 2019, p. 46). Esse ecossistema comunicacional agrega as multinacionais que dominam o mercado e espaão digital mundial, caso de: *Amazon, Apple, Microsoft, Meta, Google*, entre outras, que se tornaram mandatãrias de relaães humanas, socioculturais, alẽm de exercerem controles socioeconãmicos no planeta, nesse interregno, vale

⁷⁷ Para Stuart Hall, a identidade nesta condiãão não pode ser pensada como fixa, permanente, mas como “formada e transformada continuamente em relaãão às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (1999, p. 13).

considerar o pensamento de Castells (2003) para quem a internet não é apenas mais uma tecnologia e sim prática social.

A partir dessa análise, García Canclini (2019), por meio de uma investigação interdisciplinar na América Latina, organiza o livro *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*, no qual ele e um grupo de pesquisadores estudam as formas que o algoritmo⁷⁸ aprisiona o cidadão nesse espaço público moderno⁷⁹, altera suas possibilidades de participação social, fragmenta radicalmente os padrões culturais, oferta opções exclusivas para cada indivíduo, em uma retroalimentação da lógica algorítmica.

O resultado desse mecanismo evidencia uma nova configuração sociocultural e política que conduz a um acúmulo de mensagens, ruído comunicacional e repetida obsolescência. Com isso, o enquadramento dos *neossujeitos* nessa dinâmica provoca constantes tensionamentos requerendo a *práxis*⁸⁰ de uma cidadania, legítima e igualitária, que respeite, entre outras, as características históricas e ancestrais há tempos negadas pelos modelos hegemônicos comerciais e pelo circuito dos poderes na esfera política, principalmente na América Latina.

É nesse sentido a urgência de uma prática cidadã consciente, que responda às necessidades de diferentes gerações, grupos e espaços, considerando os: “modos de vida social humanos que expressam a vida contemporânea e, também, orientam para novos mundos possíveis de estruturação social, cultural, política e comunicativa” (MALDONADO, 2011, p. 5). O autor lembra que as pressões da contemporaneidade requisitam um exercício cidadão que supere a redução aos critérios políticos e jurídicos, incluindo questões de cunho multicultural, antropológico e étnico (MALDONADO, 2012), desse modo, a perspectiva de uma *ciudadania comunicativa* se apresenta como:

o direito/desafio/compromisso/pertença/participação para produzir estratégias e táticas de comunicação que possibilitem processos e estruturas enriquecedoras da diversidade cultural, da vida comunitária, dos ecossistemas e dos modos de vida pós-capitalistas nas formações (macro/meso/micro) sociais contemporâneas (MALDONADO, 2012, p. 25).

⁷⁸ Algoritmo: Não são entidades estáticas, mas “processos em desenvolvimento, dinâmicos e relacionais, articulando um conjunto complexo de atores, humanos e não humanos” (BUCHER, 2018, p. 14).

⁷⁹ Espaço público/ Esfera Pública: Para Habermas (1989 [1962]), a esfera pública é uma arena de debate público em que os assuntos de interesse geral podem ser discutidos e as opiniões podem ser formadas, o que é necessário para a efetiva participação democrática e para o processo democrático.

⁸⁰ “Práxis cidadã requer sujeitos emancipados e atentos às transformações sociais [...] em condições de avaliar as diversas alternativas apresentadas” (SANTOS JR., 2010, p. 47). Ver: SANTOS JR. Introdução. In: SILVA, E.A.; PIZA, S. (Organizadoras). **Cidadania, que coisa é essa?** A formação cidadã na universidade. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

A reflexão descrita representa a possibilidade de desconstrução “da produção simbólica múltipla criada por etnias, regiões, classes sociais, grupos artísticos, redes produtivas, núcleos alternativos, pequenos e médios empresários e setores populares” (MALDONADO, 2012, p. 26), de forma que a cidadania comunicativa passe a incorporar elementos das culturas populares, das concepções de poder e da diversidade cultural. Por isso, a importância da visibilidade, no sentido de “dar voz” aos sujeitos comunicantes.

Mas é preciso que as culturas sejam retratadas praticando a cidadania comunicativa, ou seja, que os indivíduos que de fato vivem determinadas culturas, ou situações, tenham lugar de fala, que possam expressar suas necessidades. Dar visibilidade não significa “mostrar” simplesmente determinado grupo social, julgando tais pessoas como seres exóticos, sem tentar minimamente compreender as lógicas que os regem, observando-os através de um prisma ocidental burguês. Esse modo de comunicação não colabora para a integração. É preciso refletir e problematizar as diferenças, para compreender a origem das desigualdades e provocar mudanças sociais. (MALDONADO; ALMEIDA, 2017, p. 219).

Um olhar sensível às diferenças e aos cidadãos, organizados em grupos, coletivos, colabora à cidadania, assim, exercê-la não é “um meio para ser livre, e sim um modo de ser livre, e o bom cidadão é aquele que tenta construir uma boa pólis, buscando o bem comum em sua participação política” (CORTINA, 2005, p. 38).

Em consonância com Cortina, acerca da consciência, o educador brasileiro Paulo Freire (1987) aponta que o indivíduo se torna consciente pelo resultado de diversos tipos de rompimentos, sobretudo daqueles que o tiram de uma condição subalterna, provocados por uma educação emancipadora. Para tanto, Freire enfatiza a relevância do diálogo, a troca de ideia, como base fundamental para o despertar da criticidade, da troca dialógica coletiva, com vistas à valorização do processo humano e à conscientização do sujeito no mundo. Diz o educador:

Mas ninguém se conscientiza separadamente dos demais. A consciência se constitui como consciência do mundo. Se cada consciência tivesse o seu mundo, as consciências se desencontrariam em mundos diferentes e separados – seriam mônadas incomunicáveis. As consciências não se encontram no vazio de si mesmas, pois a consciência é sempre, radicalmente, consciência do mundo. Seu lugar de encontro necessário é o mundo, que, se não for originariamente comum, não permitirá mais a comunicação. Cada um terá seus próprios caminhos de entrada nesse mundo comum, mas a convergência das intenções que o significam, é a condição de possibilidade das divergências dos que, nele, se comunicam. A não ser assim, os caminhos seriam paralelos e intransponíveis. As consciências não são comunicantes porque se comunicam; mas comunicam-se porque comunicantes (FREIRE, 1987, p. 8).

Em concordância com a reflexão freireana, é possível vislumbrar um educar à cidadania, conforme Cortina (2005), seja por meios de processos e práticas pedagógicas da educação formal, no caso a escola, como informal (família, amigos, meios de comunicação e ambiente

social), e/ou ainda não-formais: Terceiro Setor, Organizações Não-Governamentais (ONG), afinal, “aprendemos a ser cidadãos, como aprendemos tantas outras coisas, mas não pela repetição da lei de outros e pelo castigo, e sim a ser mais profundamente nós mesmos” (CORTINA, 2005, p. 30).

Paralelamente, a simbiose entre comunicação midiática e mercado globalizado, a sociedade contemporânea é reestruturada e a cidade “cede o protagonismo do espaço público às tecnologias eletrônicas” (GARCÍA CANCLINI, 1995, p.290). Segundo o autor, a inter-relação triádica: mercado, mídia e tecnologias digitais possibilita aos sujeitos a inserção na dinâmica da cultura em que o real é a imagem, representada pela mídia e as redes digitais, confirmando a proposição de Hanna Arendt (1997, p. 59) de que: “para nós, a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade”.

Conquanto, para além da relevância da tomada de consciência no processo de vivência da cidadania comunicativa não se pode desconsiderar as tensões surgidas na luta pelo espaço e/ou visibilidade, já mencionada. O ser humano vive em mundo imagético, assim, ele ao ser visto é requisitado a uma comunicação muitas das vezes ambígua: pois, de um lado, aquela que abre espaço à uma prática cidadã e representativa e, de outro, aquela que incentiva a luta das minorias, em caminhos opostos aos blocos dominantes do mundo, arcando com os riscos de, na lógica neoliberal, ver a fragmentação e deslegitimação de suas reivindicações. Comprovadamente, as referidas fissuras que se abrem acabam por beneficiar, na maioria dos casos, os meios de comunicação hegemônicos que lucram com as fragilidades expostas, tanto que: “a fragmentação da cidadania é então, tomada pelo mercado que converte a diferença em uma mera estratégia de audiência” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 113).

Ademais, em continuidade a temática da visibilidade, agora, como uma oportunidade de minorias serem vistas, participarem e reivindicarem seus direitos, a pesquisadora Thays Helena Silva Teixeira⁸¹ conclui em seu trabalho que a *cidadania comunicativa* também se estabelece por meio de uma prática social catalisadora e revolucionária (TEIXEIRA, 2019) em sua análise:

Os sujeitos em situação de resistência alcançam o espaço de visibilidade na esfera midiática comunicacional. A visibilidade está sustentada por tomadas de decisões

⁸¹ TEIXEIRA, Thays Helena Silva. Tese: “Metodologia da Resistência: Perspectivas para uma racionalidade da práxis em cidadania comunicativa” (2019), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/27083/1/Metodologiasresist%c3%aanciaperspectivas_Teixeira_2019.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.

conscientes, apoios em suporte midiáticos e da propagação de discursos cidadãos construídos nos âmbitos periféricos (TEIXEIRA, 2019, p. 44-45).

Em sua tese doutoral, Silva (2019) ratifica que a cidadania comunicativa é também científica (MALDONADO, 2012) porque rompe com os processos que categorizam a experiência como algo diminuto, ou que não produzem elementos teóricos, “ao passo que retira dos sujeitos e de seu coletivo o papel de objeto de investigação exclusivamente e os colocam também como protagonistas dos processos de articulação e desenvolvimento científico” (SILVA, 2019, p. 177).

Em outras palavras, em uma sociedade em que os *neossujeitos* lutam para se tornarem protagonistas mediante ações, ocupação de espaços, sobrevivência, valendo-se da insistente batalha pela visibilidade (representatividade), fica evidenciado que o exercício de uma cidadania que comunique é mais do que fundamental, passou a ser uma necessidade no modelo do capitalismo neoliberal. Tal constatação nos reenvia à Grécia, apresentada na introdução deste capítulo, se antes era a ágora grega, o espaço público em que os cidadãos das cidades-estados se reuniam para o diálogo, debate, para serem vistos, agora, os meios de comunicação tradicionais, o rádio, a televisão, e, principalmente, as plataformas digitais são essa nova arena, esse novo espaço público, a ágora eletrônica, a governamentalidade algorítmica (WINOCUR, 2020).

Neste âmbito, outro aspecto a considerar foi a inserção de OBRQQ no universo das tecnologias digitais, disponibilizando um portal para abrigar os materiais audiovisuais. Associados a uma nova dinâmica cultural, a internet e os meios tradicionais de comunicação possibilitam outra forma de mediação, que Martín-Barbero (2006) nomeia de tecnicidade. O autor passa o olhar não apenas de forma instrumental, mas abre espaço a uma discussão estrutural. Assim, o sujeito comunicante está tendo a oportunidade de ser visto, de ter voz, de pertencer, de mostrar-se culturalmente, como ocorre pela interação das múltiplas telas.

Em nossa investigação observamos que, apesar da força da plataforma digital, mais de 80% dos sul-mato-grossenses, moradores das cidades do contexto investigativo, alegaram assistir ao quadro na TV, por meio do *Jornal Nacional*. Nos alerta Miguel (2003) sobre a existência de uma característica que particulariza o Brasil (e outros países da América Latina), a saber, a grande penetração da mídia eletrônica, similar a dos países desenvolvidos, combinada com uma escolaridade precária, de Terceiro Mundo. Isso significa dizer que, durante muito tempo, tanto o rádio como a televisão atingiram quase a totalidade da população, mas como a taxa de analfabetismo é alta, incluindo o analfabetismo funcional, à mídia audiovisual é outorgada uma relevância política muito grande, que não se esgota no momento eleitoral.

A preferência pelos meios comunicacionais audiovisuais, principalmente a televisão, está diretamente ligada, tanto no Brasil, como nos demais países da América Latina, à taxa de alfabetização da população. No caso brasileiro, segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em junho de 2019, por meio da Pesquisa Amostra de Domicílios Contínua, o país tinha 11,3 milhões de analfabetos, uma taxa de 6,8% de pessoas acima dos 15 anos que não sabiam ler ou escrever. O país reduziu a alfabetização, mas não na proporção esperada: ainda não alcançou a meta do Plano Nacional de Educação para 2015, que era baixar o índice para 6,5%, a fim de erradicar o analfabetismo até 2024. Em nossa investigação, 12% dos pesquisados disseram ser analfabetos e/ou com Ensino Fundamental incompleto, 36,7% (371 pessoas) afirmaram ter Ensino Médio completo.

3.5 O espaço público midiático

Nas discussões anteriores, são contínuas as reflexões acerca das transformações, de toda natureza ocorridas, mundialmente, nos últimos trinta anos e do quanto impactaram sobremaneira os indivíduos nas percepções de espaço/tempo requerendo, a partir de então, adaptações, às novas exigências comportamentais, do sujeito contemporâneo. Mediante essa constatação considera-se que tais mudanças outorgaram à comunicação uma posição central, sobretudo nas vivências sociais, a ponto de instituí-la como fundamento de uma “nova forma” de exercer a cidadania. Em se tratando de um mundo globalizado, as consequências não se limitaram a esses fatores, foram além, provocando até mesmo uma reconfiguração do sistema midiático-tecnológico digital.

A partir desse contexto, concomitantemente ao desenvolvimento da cidadania comunicativa, a interpretação do que seria a esfera pública também sofreu alterações, exigindo a (re)leitura de vários autores, devido à relevância de tal espaço na contemporaneidade, no papel de fonte geradora de toda a vida política de uma comunidade: “a esfera pública, enquanto mundo comum reúne-nos na companhia uns dos outros e, contudo, evita que colidamos uns com os outros, por assim dizer” (ARENDDT, 2007, p. 62). A autora influenciada pela antiguidade clássica, especialmente pela matriz aristotélica, compreende que esse ambiente é qualquer lugar onde os homens agem coletivamente, não remetendo a qualquer ideia de um espaço físico específico e institucionalizado, mas um local passível à condição humana: à expressão da liberdade, igualdade e pluralidade, enfim, da totalidade da prática política, da coletividade, não possibilitando brechas aos interesses individuais.

Não distante da linha de pensamento da filósofa, Habermas (2003) entende o conceito como um local de argumentação e troca de opiniões a respeito das coisas públicas, integração e sociabilidade, por meio da compreensão mútua e racional. Em suas palavras:

Na perspectiva de uma teoria da democracia, a esfera pública tem que reforçar a pressão exercida pelos problemas, ou seja, ela não pode limitar-se a percebê-los e identificá-los, devendo, 'além disso, tematizá-los, problematizá-los e dramatizá-los de modo convincente e eficaz, a ponto de serem assumidos e elaborados pelo complexo parlamentar (HABERMAS, 2003, p. 91).

Observa-se que em Habermas (2003) esse espaço desempenha uma função mediadora entre Estado e o mundo da vida⁸², que deve ser uma instituição presente na administração das decisões. O alerta do filósofo é quanto aos perigos da substituição do contexto do mundo da vida pelo controle dos meios comunicacionais e digitais:

À medida que simplificam a comunicação linguística e a substituem por uma generalização simbólica de prejuízos e ressarcimentos, o contexto do mundo da vida, em que os processos de entendimento estão inseridos, é desvalorizado em benefício de interações controladas por meios, e, como consequência, a coordenação das ações não necessita mais do mundo da vida (HABERMAS, 2012, p. 331-330).

É importante inferir que tanto Arendt como Habermas possuem em comum a compreensão que, na vida pública, para a ação política é imprescindível a participação dos indivíduos. Nessa arena discursiva, a *visibilidade* figura-se entre os aspectos primordiais dos dos agentes sociais contribuindo a uma nova significação da cidadania, como: “um modo específico de aparición de los individuos en el espacio público, caracterizado por su capacidad de constituir-se en sujetos de demanda y proposición em diversos ámbitos vinculados con su experiencia” (MATA, 2002, p. 66).

Especificamente quanto à definição de *público*, em outro ponto da temática, Caletti (2007), em diálogos com Habermas, Arendt e Richard Sennet (1988), observa a prevalência da tradição jurídica que, em sua visão, omite o ponto central da problemática, desde o início da Modernidade, a emergência da sociedade em redefinir suas relações com o Estado até o ponto de redefini-lo. Para tanto, o autor identifica elementos que passaram a integrar esse novo *locus* de debates, no caso: “a) a condição de visibilidade; b) a condição de autorrepresentação⁸³ do

⁸² “Ora, se prescindirmos dos conceitos da filosofia da consciência, que Husserl utiliza para tratar da problemática do conceito mundo da vida, poderemos apresentar racionalmente o mundo da vida como uma reserva de padrões de interpretação, organizados linguisticamente e transmitidos culturalmente” (HABERMAS, 2012, p. 254).

⁸³ Stuart Hall (1997, p. 21) entende a representação como produção de significados por meio da linguagem, a partir dos conceitos em nossas mentes: “o significado não está nas coisas, é construído, produzido por um sistema de representações”.

social; c) sua tecnologicidade, d) sua politicidade; e) sua condição heterogênea, polimorfa, fruto da combinação de formas de socialidade superpostas” (BONIN, 2011, p. 157).

Sendo assim, Caletti (2007) trabalha a noção de *espaço público* como instância que supõe e faz possível a viabilização da sociedade por si mesma, sendo a esfera da vida em comum, por isso é essencial: “refletir as condições em que se realiza esta visibilidade quando as mídias se instituem como lugares chave de articulação deste espaço, nas condições concretas dadas pelo processo de midiaticização” (BONIN, 2011, p. 158). Esse espaço midiaticizado é formado pelas hibridizações discursivas, textuais e imagéticas que, conforme Muniz Sodré (2006), é responsável pela formação de um *ethos* contemporâneo, um *bios* virtual com fins mercadológicos.

Esse novo espaço de discussão das pautas sociais permite que as condições elencadas por Caletti (2007) estejam presentes, em outras palavras, é um lugar de domínio comunicacional que atua como formador e/ou formatador de uma espécie de representação de cidadania, ou daquilo que a mídia queira dizer que é. Conforme Ianni (2001), o sistema midiático, em especial a televisão (Príncipe Eletrônico), ocupa esse papel formativo: “Hoje, quem forma a opinião pública⁸⁴ é a mídia. E nem sempre a mídia expressa os pontos de vista dos partidos e muito menos os pontos de vista dos diferentes setores sociais. Então, vivemos um quadro que é realmente novo, diferente e problemático”⁸⁵.

Nesse raciocínio, tanto Ianni como Eugênio Bucci (2004) defendem que o espaço público nacional brasileiro se forjou a partir do alicerce dado pela centralidade exercida pela TV. Bucci (2004, p. 234) enfatiza ainda que: “é o mesmo que dizer pela centralidade da Globo. Ela se tornou o fórum de excelência para a tematização dos assuntos que constituem com o seu fluxo o próprio imaginário social”.

O gênero telenovela é um exemplo. Martín-Barbero (2001) enfatiza a necessidade de compreender sua atuação como coparticipante, em períodos históricos e políticos dos povos latino-americanos. Diz o autor que a TV interfere na construção cultural latino-americana ocupando posição determinante nas discussões e demandas sobre política, economia, sociedade, enfim, em todos os aspectos possíveis, o Brasil que o diga.

⁸⁴ “A opinião pública se forma na luta dos argumentos em torno de algo, não sem crítica, na aprovação ou rejeição, seja ela ingênua ou plebiscitariamente manipulada, em relação a pessoas, através do *commom sense*” (HABERMAS, 1984, p. 85).

⁸⁵ IANNI, Octávio. Globalização e Poder midiático. Autor de “O Príncipe Eletrônico”. Programa Roda Viva. TV Cultura. 26 de novembro de 2001. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GB5ty__EBVM. Acesso em: 06 ago. 2020.

Impossível saber o que a televisão faz com as pessoas, se desconhecemos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e os modos como elas se alimentam de, e se projetam sobre, as representações da vida social oferecidas pela televisão (...) essa, se constituiu em ator decisivo das mudanças políticas, em protagonista das novas maneiras de fazer política, ao mesmo tempo que é nela que o permanente simulacro das sondagens suplanta a participação cidadão e onde o espetáculo trapaceia até dissolver o debate político (MARTÍN BARBERO; REY, 2001, p. 40-41).

Nesse sentido, García Canclini (2019) reflete sobre as formas como o algoritmo aprisiona o cidadão neste espaço público moderno: altera as possibilidades de participação social, fragmenta os padrões culturais radicalmente, vendendo opções exclusivas para cada cidadão em verdadeira sintonia com a programação da lógica algorítmica, o que se apresenta é uma configuração sociocultural e política que conduz um acúmulo de mensagens, ruído comunicacional e repetida obsolescência.

Ele lembra-nos de que os meios de comunicação, como as empresas multinacionais que controlam a internet, estão mais fortes que os Estados, como agentes transnacionais do intercâmbio cultural. Desse modo, os cidadãos, “decepcionados com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, recorrem ao rádio e à televisão para obter o que as instituições não oferecem: serviços, justiça, reparações ou simples atenção” (CANCLINI, 2019, p. 47, tradução nossa).

A partir desse cenário, são enfatizados novos comportamentos aos *neossujeitos* (DARDOT; LAVAL, 2018), que deslocaram, obrigatoriamente, o foco para a questão do *reconhecimento*, em outras palavras, do “deslocamento da luta pela representação para a demanda do reconhecimento” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 108). É assim que um sujeito anônimo é convertido em protagonista das narrativas, compartilhando praticamente tudo, desde o corpo, a intimidade, a sexualidade, a família, a saúde, a alimentação entre outros (WINOCUR, 2002).

Especialmente no Brasil, conforme apontado por Brittos e Bolãnos (2008) e por Bucci (2004), a *Rede Globo de Televisão (RGT)* passou a ocupar esse *locus* de demandas e debates e ser um palco de “reconhecimento”, comportando-se como a “porta-voz” dos brasileiros, por meio de produtos (telejornais, telenovelas, publicidade), gramática própria, discursos, acerca do que quer que seja considerada prática cidadã, sob o seu ponto de vista. Nesse ínterim, o “carimbo” *Globo* vai legitimando um dos maiores conglomerados de comunicação da América Latina e a definição própria, midiática, de cidadania.

3.6 Cidadania a gente vê por aqui: a Globo como porta-voz dos brasileiros

O slogan “a gente vê por aqui” é referência em várias campanhas publicitárias que a *Globo* fez, enfatizando temas sociais, incluindo a pauta da cidadania. De 2011 a 2014, nomeou um programa de “Globo Cidadania” com reportagens e pautas sociais voltadas à Educação, Meio Ambiente, Direitos Humanos, Segurança Alimentar, Eleições e tantos outros, atualmente com o nome “Como será?” ainda é veiculado, nas manhãs de sábado, na grade de programação.

No circuito do sistema midiático, esse tipo de ênfase aos temas sociais mencionados é visto, pela própria *Globo*, como contribuição dada à sociedade, em outras palavras, o tal do *merchandising* social televisivo (DOURADO, 2008). Nos dizeres de Tanner (2008)⁸⁶, significa difundir conhecimentos, promover valores e princípios éticos, estimular a adoção de novos comportamentos, frente a assuntos de interesse público, promover a crítica social e pautar questões por meio dos programas e produtos do referido sistema midiático. Essa definição de uma funcionária do *Grupo*, dá o tom do aparato elaborado pela *Globo* em relação ao que chama de relevante, o que é prioritário, o que é cidadania sob o seu ponto de vista. Mas, em obras de ficção, o social também entra com o objetivo de entreter, mesmo que a temática tenha relevância, como, por exemplo, campanhas de doação, etc. Explica ela que:

A telenovela e a minissérie são obras de ficção, cujo objetivo é o entretenimento, não tendo compromisso irrestrito com a realidade - e assim são compreendidas pelo telespectador, que entende com clareza onde estão os limites. Sendo assim, não há qualquer interferência na criação artística. Cabe ao autor e à direção artística a decisão de incorporar o *merchandising* social na trama. A razão é óbvia: assegurar a integridade da obra e a finalidade de entreter. Cabe à divisão de projetos sociais da Central Globo de Comunicação conduzir o relacionamento com a sociedade, o contato com organizações da sociedade civil, especialistas etc. e coordenar o processo que resulta no encaminhamento ao autor de sugestões de abordagem, ressalvas e informação qualificada, útil para a abordagem na trama. Quando a iniciativa parte do próprio autor - que, em geral, conta com apoio de pesquisador, para atender a necessidades diversas -, a CGCOM busca apoiar da mesma forma (TANNER, 2008).

Eis uma das estratégias de mercado da *Globo* que é inserida na teledramaturgia, em programas de entretenimento, em telejornais e em mensagens com conteúdos ficcionais ou reais, corroborando na assertiva de que: “a Globo é, por assim dizer, um espaço público que ela mesmo delimita. Ela soube forjar uma gramática universalizante através da combinação de melodrama (a novela) com o telejornal, num repertório dinâmico em que a nacionalidade se reconhece e se reelabora” (BUCCI, 2004, p. 221).

⁸⁶ Viviane Tanner, em entrevista à tese citada, em 2008, na época, responsável pelo Globo Universidade.

Em concordância com Bucci (2004), a pesquisadora Jacqueline Dourado conclui que, no caso específico da *Globo*, existem conteúdos que promovem o sentido da *cidadania* ainda que “de modo limitado, porque restringe o aspecto da informação e não avança nas discussões temáticas sobre a vida dos cidadãos e suas relações com os outros, com o Estado, com as instituições e com o mercado” (DOURADO, 2008, p. 148). Assim:

A Rede Globo se autorreferencia como local de encontro da cidadania na sua programação, isso reflete a posição da emissora como conformadora de um espaço público, pelo qual os cidadãos participam, em alguma medida, do debate sobre as questões sociais. Um espaço público que, como tal, se caracteriza por promover o exercício da cidadania, apesar das precariedades, advindas do fato de ser organizado por um agente privado. (...) Essa cidadania e como ela é tematizada na programação se configura como prática capitalista, ou seja, é uma forma de administração do capital (DOURADO, 2008, p. 149).

Sendo assim, existe a necessidade de dar conta sobre o modo com os cidadãos se tornam visíveis no espaço midiático, de analisar quais são as representações de cidadania que os meios constroem, “e como se autorrepresentam, contudo, os espaços de ‘cidadanização’, isto é, como espaços de visibilidade e como espaços de produção de direitos e deveres” (MATA, 2006, p. 8). Nos dizeres de Mattelart (2004), em um cenário de concentração é necessário a criação de um marco regulatório que garanta a democratização do acesso e da produção da comunicação, tornando condição básica para os direitos políticos.

A força do discurso da *Globo* é histórica, desde a polêmica referente a concessão para o seu primeiro canal de TV, a RGT é inserida em contextos de aproximações e diálogos com a política e com grupos políticos brasileiros. Em anos de eleições, em seus telejornais, é comum a criação de novos quadros para entrevistas e debates com candidatos à presidência da República e/ou governadores nos estados (afiliadas), sobretudo no *Jornal Nacional (JN)*.

A *Globo* propôs vários quadros e séries de reportagens no *JN*, de 2002 a 2018, anos de eleições gerais, abordando temáticas sociais, caso, por exemplo, de: *JN Cidadania (2002)* composto de matérias jornalísticas que descreviam as funções dos Três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário). De acordo com o editor-chefe do *JN*, Willian Bonner⁸⁷, a ideia era mostrar um levantamento dos principais assuntos que interessavam ao cidadão brasileiro naquele período (MEMÓRIA GLOBO, 2002). As pautas classificadas como relacionadas à cidadania transitavam em: saneamento básico, segurança, educação, mas nesta série a

⁸⁷ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-2002/series-de-reportagens/>. Acesso em 16 abr. 2020.

centralização ficou no direito ao voto explicado, pedagogicamente, conforme a chamada do *JN* a seguir:

O Jornal Nacional também teve a preocupação de apresentar reportagens de serviço, ensinando o eleitor a votar, explicando o papel de um deputado e de um senador, esclarecendo o que é um projeto de lei e uma emenda constitucional. Uma semana antes do segundo turno, o repórter Marcelo Canellas, na reportagem intitulada *O Poder do Presidente*, explicou as relações entre o Poder Executivo e o Congresso, os limites do cargo de presidente, os problemas da política econômica, entre outras coisas (MEMÓRIA GLOBO, 2002).

A narrativa exposta acima ressoa nos dizeres de Dourado (2008) em uma tendência didática instrutiva da Globo: “cuja programação serve como espaço de formação e educação para a audiência, por meio de programas produzidos em padrões de alta qualidade técnica e estética” (DOURADO, 2008, p. 248).

Na sequência, o telejornal exibiu o *Caravana JN* (2006), no qual um ônibus-estúdio percorria o Brasil por diferentes rodovias do país, sob o comando de Pedro Bial. Depois do ônibus, utilizaram o avião, tipo jato executivo, com o *JN no ar* (2010), que levava o jornalista Ernesto Paglia em visitas, elaborando reportagens em diversas cidades e estados do país, sem passar pelas capitais. Na sequência, a série de reportagens “*Eleições*” (2014), até chegar, em 2018, com o “O Brasil que eu quero”, nosso objeto de referência midiática, criado pelo Núcleo de Eleições da RGT. O quadro era exibido diariamente em todos os telejornais com a função de ser “porta-voz” da população e “dar um recado” aos políticos brasileiros.

Dessa maneira, neste espaço de fala, cada cidadão poderia expressar seus anseios, críticas e sugestões, norteados pela temática proposta, ou seja, falar para o político (respondendo à provocação da pergunta: Que Brasil você quer para o futuro?) em tempos de eleições. Para tanto, o cidadão deveria expressar-se por meio de um vídeo, feito a partir de um suporte midiático móvel (celular), com duração de 15 segundos, que, se escolhido pela Globo, seria exibido em seus telejornais. Observa-se que o questionamento proposto ao cidadão se tornou também um dos fios condutores na cobertura da *TV Globo* às eleições de 2018, ficando aos presidenciáveis a tarefa de respondê-lo.

A série de reportagens especiais elencando os desejos dos cidadãos brasileiros no *JN* aqueles mais pedidos⁸⁸ foram em ordem sequencial: Saúde, Educação, Saneamento Básico, Menos Corrupção, Cidadania e Voto com responsabilidade, exibidos na semana que antecedeu as Eleições do primeiro turno de 2018.

⁸⁸ Dados apresentados no JN de 29/09/2019.

Especialmente no cotejo do vídeo que tratou do tema *cidadania*⁸⁹, exibido no *JN*, a jornalista lembra na narrativa que entre os milhares de materiais audiovisuais recebidos, uma quantidade grande apresentava mensagens de cidadania, que, segundo ela, era de brasileiros inconformados com a intolerância, racismo e homofobia, neste caso, o espaço público midiático oferece muitas vezes palco a assuntos que são considerados tabus e representam minorias que clamam por voz, certamente com olho na audiência. Ratificando a ideia de que “a promoção da cidadania está vinculada ao direito social, políticos e econômicos. Isto embora esta cidadania, muitas vezes, ocorra somente como uma possibilidade de proposta” (DOURADO, 2008, p. 249).

Para Fausto Neto (2018, p. 2), há na televisão brasileira relações estratégicas com o funcionamento do discurso político que ultrapassam as lógicas da noticiabilidade, pois “a presença da televisão assume o protagonismo crescente e a midiáticação das eleições aponta para situações que revelam como a televisão semantiza o discurso político”. O autor, em artigo publicado nos Anais da Compós 2018, faz uma análise sobre a proposta de “O Brasil que eu quero”, chamando a atenção para o papel da TV no “protagonismo” estimulado restrito à sua própria gramática.

De olho no capital por ela construído, a tevê ao se colocar como uma das instituições centrais nas discussões sobre questões do país, e tensionada pelos efeitos da crise de credibilidade que tem afetado largamente, instituições não só as de natureza midiática -, a televisão mostra suas apreensões sobre o destino da sua própria “vocação mediadora”. Sua sensibilidade mercadológica a desperta para com o destino de “exércitos de expectadores atores sociais” situados na periferia e nos grotões. E radicaliza a sua condição de um ator social, indo além, através de práticas inerentes as clássicas funções atribuídas às mídias. Já como uma instância de gestão da vida social, desponta como um lugar de escuta que propõe a circulação da palavra destes coletivos a que se faz alusão acima. Para tanto, opera via “modalidades de contato”, no caso regras, lógicas e gramáticas do próprio campo televisivo que se constituiriam no principal dispositivo de enunciação. A televisão se coloca então como organizadora de um protocolo de escuta da sociedade, através de uma campanha institucional lançada pela Rede Globo no início de 2018, a partir de pergunta dirigida ao universo da recepção através de seus suportes de meios: “Que Brasil você quer para o futuro?”. Colocando os atores sociais co-protagônicos no centro de um processo interacional. (FAUSTO NETO, 2018, p. 3).

Nos caminhos percorridos, até o momento, desde o *JN Cidadania* (2002), a RGT fala e representa em discursos a sua *cidadania*, restrita a direitos e deveres dos cidadãos. A mesma se coloca como a representante da população e como detentora da função de mediação política – discorre sobre direitos civis, sobre a liberdade do regime democrático, o ato de reivindicar, mas faz isso com a nebulosidade de vários elementos que integram e se correlacionam, vale-se da

⁸⁹ Em 05 de outubro de 2019, com duração de mais de 8 minutos.

mediatização, do espaço público e imaginário coletivo para reafirmar o seu ecossistema midiático, por meio de mecanismos que passam pela padronização, os vários suportes ofertados e a circulação.

4 REDE GLOBO DE TELEVISÃO: QUE BRASIL A GENTE VÊ AQUI?

4.1 O mercado Globo: a indústria cultural televisiva

Na esfera da indústria cultural⁹⁰, o *Grupo Globo*⁹¹ é considerado mundialmente um conglomerado econômico, de comunicação e de entretenimento, em site oficial, se autorreferencia como *o maior conglomerado de mídia e comunicação no Brasil*. Conseqüentemente, os produtos midiáticos produzidos pelo conjunto de empresas que compõem tal *Grupo* atendem ao consumo dos mercados internacional e nacional. Desse modo, na lógica do capital financeiro, a inserção das *marcas Globo*⁹² nos programas, na publicidade, pautas e reportagens é pensada para corroborar com o seu crescimento mercadológico, até mesmo, quando, obrigatoriamente, tratar de *responsabilidade social*. Nesse sentido, o discurso de Sérgio Valente⁹³, diretor de comunicação da *Globo*, em reportagem à revista *Meio e Mensagem* (2017), comprova a visão de concordância com os interesses de mercado até mesmo ao propor pautas sociais. Em suas palavras:

A Globo tem consciência da penetração que tem. Não se trata de filantropia, mas sim de uma crença íntima de que, colaborando com o crescimento do entorno, conseguimos até impulsionar o crescimento do mercado e, indiretamente, nosso próprio crescimento (VALENTE, 2017, n.p).

Sendo assim, o fato é que, desde sua origem, com a fundação de *O Globo* (1925), por Irineu Marinho, que, anteriormente, era um dos proprietários de *A Noite*, o *Grupo Globo* nasceu como uma empresa privada, inserida no molde capitalista. Do ponto de vista teórico e metodológico, as discussões e análises apresentadas nesse texto serão a partir do período em que a *Globo* (com o jornal e a rádio) passa a ter a concessão de canal de televisão. O mercado brasileiro incentiva a entrada do aparelho de televisão no país, em 1956, no governo de Juscelino Kubistchek (JK), e é nesse momento que a TV começa a ocupar lugar de destaque e *passa a ser encarada como indústria, inclusive, com importações clandestinas* (FERREIRA,

⁹⁰ Para Bolãnos (2000) é uma criação do capital e do Estado e que realiza o trabalho de mediação simbólica entre as instâncias de poder e as massas de eleitores e consumidores, em oposição a outras instâncias psicológicas e sociais do público que devem ser satisfeitas.

⁹¹ Como as Organizações Globo passaram a se denominar a partir de 2018.

⁹² Globo (TV Globo, Globo Sat, Globo.com, Globo Corporativa), Editora Globo, Sistema Globo de Rádio (SGT), Globo Ventures, criada em 2019, empresa responsável pelos acionistas do Grupo e Fundação Roberto Marinho (FRM). Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/>. Acesso em: 01 abr. 2022.

⁹³ O publicitário deixou a Globo em dezembro de 2020.

1995). Nesse mesmo ano, o Poder Executivo tenta impor limites à mídia com o projeto de *Lei de Imprensa*, mesmo assim o jornalista Roberto Marinho continuava a pedir uma concessão de TV.

No ano seguinte, em 1957, o presidente JK permite a concessão à TV Globo do Rio de Janeiro, Canal 4, que seria destinada à Rádio Nacional, por meio do Decreto nº 42.946/57. Mesmo assim, somente quase oito anos depois, em abril de 1965, é que acontece a primeira transmissão da TV Globo. Caparelli (1982) lembra que a entrada do capital estrangeiro, a partir de 1964, e a escolha da televisão para a divulgação de produtos de consumo, agora fabricados no Brasil, começa a ganhar consistência. Desse modo, em pouco tempo, a Globo passa a dominar como *oligopólio*⁹⁴ o mercado televisivo brasileiro:

O que vai acontecer a partir de 1965 e principalmente a partir dos anos 1970 é um processo acelerado de concentração. A partir da entrada da Globo, em dois anos o mercado se estrutura como um mercado oligopolizado extremamente concentrado. A partir de 1970 começa a constituição da Rede Nacional e o predomínio da Globo se estabelece nesse momento e nunca mais desaparece (BOLAÑO, 2004, p. 136).

Nesse sentido, no capitalismo contemporâneo os produtos culturais são apropriados como indústria cultural tornando-se essenciais à manutenção desse sistema, principalmente, após a Segunda Guerra Mundial (1945). Em tal contexto, a televisão teve papel fundamental para a consolidação desse modelo empresarial de produtos culturais, tanto pela propagação da ideologia das classes dominantes, como para publicizar com os programas, a um público que consome cada vez mais esse tipo de conteúdo. O capital internacional conquista espaço com o apoio da mídia:

A indústria cultural e os grandes sistemas de comunicação de massa fazem parte do conjunto de inovações trazidos pela nova estrutura hegemônica do capitalismo internacional, sob o comando dos Estados Unidos, e sua função é realizar a mediação entre os interesses sistêmicos do capital e do Estado e o mundo da vida das mais amplas camadas da população, ao cumprir as funções publicidade e propaganda, a serviço respectivamente, da acumulação capitalista e da legitimação do sistema (BOLAÑOS, 2011, p. 9).

Com esse contexto, o poder ideológico da indústria cultural cresce. Em *Sobre a Televisão*, Pierre Bourdieu (1997) sustenta que o conflito é a marca das sociedades capitalistas. O autor argumenta que a dominação acontece por meio da ideologia, atualizada por estratégias simbólicas. Bourdieu (1997) defende que o jornalismo é um instrumento de poder, uma das

⁹⁴ Ver: BRITTOS, Valério Cruz. Oligopólios Midiáticos: a televisão contemporânea e as entradas de barreiras. Caderno IHU Ideias. São Leopoldo, Universidade Vale do Rio dos Sinos, Unisinos. Ano 1 – Nº 09 – 2003.

bases da dominação simbólica, além de reprodutor de valores dominantes. Ele sustenta que o jornalismo promove uma censura invisível, ou seja, mostra e oculta matérias, por meio de seus critérios de noticiabilidade, valorando o pitoresco, a polêmica, o espetáculo. Debord (1997, p. 138) já dizia que “o espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo o sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real”.

Para Ianni (1999), é inegável tanto o poder de influência como de manipulação do sistema midiático:

O que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e reprodução do capital; e operando decisivamente na formação de "mentes" e "corações", em escala global. (IANNI, 1999, p. 17).

Essa nova função da posição da comunicação, na transição para o modelo de gerenciamento global, a transformou em ferramenta de gestão estratégica (MARTTELART, 2002). O neoliberalismo, o neossujeito e a correlação com a mídia ampliaram o domínio de conglomerados midiáticos, como o Grupo Globo. Em portal oficial sua função é vinculada à tríade: informação, entretenimento e esporte, como apoio à cultura e educação, além de autodenominar-se *o maior conglomerado de mídia e de comunicação do país*. Em outras palavras:

Formado por um conjunto de empresas que cria, produz e distribui conteúdos de qualidade, em todas as plataformas. Sua produção nas áreas de Jornalismo, Esporte e Entretenimento atinge 99,6% da população e a programação de seus canais lineares fala com mais de 100 milhões de brasileiros todos os dias (...). O Grupo Globo tem uma atuação ampla em todas as plataformas e conhece profundamente o público brasileiro, com quem estabelece uma relação direta e para quem oferece variadas experiências, produtos e serviços (GRUPO GLOBO, 2022, online).

Desde 2018, o *Grupo Globo* passa por reestruturação, por meio do Programa *Uma só Globo*, promovido com apoio da empresa de tecnologia *Accenture*, entre as alterações promovidas, desde janeiro de 2020, a *TV Globo*, se juntou a outras empresas do grupo, passando a se chamar apenas *Globo*.

A Globo passou a ser uma empresa única, resultado da integração da TV Globo, Globosat, Globo.com e Gestão Corporativa que reúne os canais de TV aberta e de TV por assinatura, além de produtos e serviços digitais, conjugando a capacidade de produzir conteúdo com distribuição em várias plataformas, como a TV Globo, canal de TV aberta; seus 26 canais de TV por assinatura; o Globoplay no streaming; seus

produtos digitais de jornalismo, G1; esporte, GE.globo; entretenimento, Gshow, entre outras. (GRUPO GLOBO, 2022, online).

Em nova etapa, os produtos e serviços digitais são distribuídos em várias plataformas, nesse sentido, desde 2021, o *Grupo Globo* em parceria com a *Google*, passa a desenvolver modelos para aproveitar novas oportunidades de negócio para as empresas de mídia e a cadeia logística de produção e distribuição de conteúdo também têm ganho de escala, com utilização do ambiente digital do *Google*. “Além de otimização de custos, a troca entre as empresas tem por objetivo encontrar novos modelos e oportunidades de negócio, em qualidade de produto e publicidade” (G1, 2021, online).

4.1.1 Grupo Globo – aquisições de empresas

Em relação à aquisição de empresas, a Tabela 5 traz uma síntese adaptada de cada década e aquisições ou vendas do *Grupo*. Quanto à distribuição de conteúdo e programação da TV, os números mais atualizados das afiliadas (Tabela 6) evidenciam o alcance da *Globo*, 99,44% da população brasileira. Em site⁹⁵, a antiga *TV Globo* informa possuir cinco geradoras e 120 afiliadas espalhadas pelo Brasil.

Tabela 5 – Síntese de aquisições ou vendas do Grupo Globo

ANO	GRUPO GLOBO	
Década de 1920	1925	Lançamento do jornal “O Globo”.
Década de 1930	1931	Roberto Marinho torna-se presidente de “O Globo”.
Década de 1940	1944	Inauguração da Rádio Globo, no Rio de Janeiro.
Década de 1950	1952	Roberto Marinho funda a Rio Gráfica e Editora.
	1957	O presidente Juscelino Kubitschek concede concessão à TV Globo.
Década de 1960	1965	Em 26 de abril de 1965, é inaugurada a TV Globo, canal 4, no Rio de Janeiro.
	1969	O Jornal Nacional é lançado.
Década de 1970	1971	A gravadora Som Livre é criada.
	1972	Inauguração da TV Globo Recife.

⁹⁵ Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/paginas/brasil.aspx>. Acesso em: 30 mar. 2021.

	1977	Criação da Fundação Roberto Marinho.
Década de 1980	1986	Rio Gráfica compra a Editora Globo, se torna a Editora Globo S.A
Década de 1990	1991	Inauguração da Globosat A primeira programadora de TV por assinatura do Brasil. Inicialmente com quatro canais (GNT, Top Sports – que logo passam a se chamar SporTV, Multishow e Telecine).
	1997	Inauguração da CBN/ Criação da Net Brasil/Inauguração da Globo News Lançamento do Jornal Extra;/ Lançamento da Revista Época; Criação da Globo Filmes
Década de 2000	2006	Lançamento da Globo.com/ Lançamento do jornal Valor Econômico Lançamento do Diário Expresso (RJ)/ Lançamento do G1
Década 2010-2020	2016	Grupo Globo torna-se único proprietário do Valor Econômico Inauguração do Módulo de Gravação 4
2010-2020	2018	Reformulação Programa Uma Só Globo

Fonte: Adaptação História Grupo⁹⁶.

Tabela 6 – Dados da cobertura da TV Globo – Nível Nacional (05/03/2021)

Emissoras de TV	120	
Cobertura	98,37% do país 99,44% da população	91?? sem cobertura (1,63%)
Globo	209.460.740 milhões hab.	5.479 municípios
Brasil	210.634.989 milhões hab.	1. Municípios??

Fonte: Negócios Globo (março, 2021, última atualização).

4.1.2 As exibidoras da Globo (12.03.2021 - última atualização)

A seguir, é possível identificar as exibidoras da *Globo* no país e respectivas regiões. A partir da leitura do mapa, destacamos que em Mato Grosso do Sul (azul/Centro-Oeste), a *Rede Globo* conta com três afiliadas que são: a *TV Morena* de Ponta Porã, de Corumbá e de Campo Grande.

⁹⁶ Disponível em: <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/1925-1964/>. O site disponibiliza no ícone História do Grupo Globo desde 1925 até o momento. Acesso em: 04 maio 2022.

Figura 5 – Mapa das exibidoras da Globo (2021)



Fonte: Negócios Globo⁹⁷.

Em 2017, foi considerada a segunda maior televisão aberta do mundo (INTERVOZES, 2017). O *Grupo Globo* figura no *ranking* dos trinta principais proprietários de mídia do mundo, o *Zenith Top Thirty Global Media Owners*, publicado desde 2007. Na edição de 2017, desse *ranking*, que leva em consideração apenas uma parte da receita dos conglomerados, sua receita de publicidade, o grupo ocupou a 19ª posição do *ranking*, abaixo da 14ª posição que ocupou em 2016, e da 17ª em 2015.

O infográfico a seguir, na Figura 6, com dados de 2016, demonstra as relações entre os produtos e programas do *Grupo Globo*. Destacamos em relação à televisão que 36,9% de telespectadores brasileiros estão sintonizados na *TV Globo*, enquanto a TV por assinatura

97

Disponível

em:

https://negocios8.redeglobo.com.br/PDF/Mapa%20exibidoras_123_emissoras%20com%20cabecalho.pdf. Acesso em: 20 ago. 2020.

(Globo News) apresenta 16,5 milhões de assinaturas, a Rádio Globo é a quarta mais ouvida do Brasil, a CBN Rádio é a sétima e o Portal G1 é o quinto site mais acessado do país, entre outros produtos.

Figura 6 – Dados e relações entre os produtos e programas do Grupo Globo



Fonte: Media Ownership Monitor Brasil 2017⁹⁸

<http://brazil.mom-gmr.org/es/hallazgos/concentracion/>

Conforme o infográfico, em relação aos conglomerados, o *Grupo Globo* encontra-se na 19ª escala mundial dos maiores no setor de mídia, pertencente à família Marinho, exemplo da configuração do fenômeno de concentração dos meios comunicacionais tanto no Brasil como na América Latina, que aconteceu rapidamente devido à estrutura econômica-político-social. Sem contar que “quase todos os países tiveram em algum período governos autoritários, que se

⁹⁸ Disponível em: <http://brazil.mom-gmr.org/es/hallazgos/concentracion/>. Acesso em: 10 set. 2021.

materializou em um ecossistema-midiático-comunicacional que existe em tal continente” (REBOUÇAS, 2018).

É pertinente dialogar com os estudos sociopolíticos da comunicação para análise da situação, que estão divididos em duas linhas: a geográfica e a econômica. Sendo a geográfica, aquela que centraliza na produção, distribuição e consumo, e a econômica que está relacionada a conflituosa conexão entre o poder político, econômico os proprietários dos meios (MASTRINI, 2006).

Segundo Lima (2012), quem controla a mídia brasileira são os oligopólios privados e não o Estado, que se omitiu de seu papel regulador desde a promulgação da Constituição (1988). A solução neste sentido seria regulamentação de normas e princípios descritos em termos de Comunicação Social. Assim, ao adotar o sistema liberal de concessões o Estado criou uma peculiar situação nessa vertente de exploração, pois em vez de diversidade criou concentração, “uma única rede, a Rede Globo, detém o virtual monopólio da televisão, consolidado e expandido, durante o regime autoritário” (LIMA 2012, p. 148).

A globalização da comunicação também contribuiu, passou a exigir grande visibilidade das empresas comunicacionais que se transformaram em protagonistas políticos (MATTELART, 2002, p.128), tal como o *Grupo Globo*, nesse caso, a relação com o sistema político aconteceu por encontrar nesse grupo social a abertura necessária para ampliar os seus negócios e lucros, por isso as aproximações entre a *Globo* e a política brasileira que compõem a história política.

4.2 Aproximações históricas entre sistema midiático e político

Venício Lima (2009) enfatiza, do ponto de vista político, que o papel central da mídia, em especial da *Rede Globo de Televisão (RGT)*, foi reconhecido pelo Estado militar durante o regime autoritário, por duas razões primordiais: *a ideia de segurança, integração nacional e de mercado*. Em sua visão, a posição da RGT, como sistema midiático mercadológico e privado, estabeleceu apoios e desafetos em relação ao sistema político brasileiro, que contribuíram tanto para o crescimento como empresa, como para torná-la hegemônica na indústria cultural brasileira.

Nos lembra Kehl (1986) que, em pleno período ditatorial, o ideal de unificar o país, não como um povo, mas como um público, por meio de uma mesma linguagem e gramática, fez com que a população brasileira se integrasse a uma nova ordem do capitalismo, sobretudo pela *Globo*. Segundo a autora, apesar de termos, de um lado, uma minoria do povo em condições de

participar dos bens produzidos pelo sistema financeiro, de outro, mais de dois terços dos brasileiros faziam parte apenas em “nível imaginário”, fomentado pelo espetáculo televisivo, “momento em que a mercadoria ocupou toda a vida social, não se consegue ver nada além da mercadoria – o mundo que se vê é o seu mundo” (DEBORD, 1997, p. 30).

A reflexão mostra que o aperfeiçoamento dos meios de comunicação na fabricação de objetos/produtos organizadores da vida das pessoas, seja pela identificação e desejo, seja pela alienação, fez com que a TV transformasse, cada vez mais, os trabalhadores em “consumidores” senão dos produtos, em si, das imagens que esse mercado televisivo produzia para o lazer.

A televisão, a publicidade e outros produtos da cultura industrializada dispensam os sujeitos de pensar, pelo menos enquanto eles ocupam a condição de expectadores. O binômio diversão/distração é a realização de um modo de ocupação do tempo livre que, sendo a continuidade da lógica do tempo do trabalho alienado, não solicita o trabalho do pensamento (KEHL, 2004, p. 57).

Nas telas da *Globo*, nos anos de 1960 e 1970 o que se via nas telenovelas, programas, propaganda, era a inexistência de conflitos sociais, repressão ou pobreza, o retrato era de belas paisagens e fartas mesas elitizadas entre famílias. Ou seja, com sua convivência, o sistema midiático divulgava o conceito de desenvolvimento e “milagre econômico” (LIMA, 2001). *Em Televisão e Presidência da República: a soberania em disputa de 1950 a 1964*, Nilo André Piana de Castro (2011, p. 117), afirma que “no caso do presidente Juscelino Kubitschek, não existiam mais dúvidas: as concessões foram utilizadas como uma arma para a barganha política e a contenção de adversários”. Ele que fez a concessão à Globo (1957). Para Neves (2008, p. 34), “o presidente concedeu à família Marinho para evitar que os veículos das organizações Globo, continuassem com críticas ao seu governo”.

Esse ambiente de troca de favores entre a *Globo* e o sistema político é evidenciado em outros momentos, um deles foi o editorial de *O Globo*, de 2 de abril (ano?), com o título: *Ressurge a democracia*. O texto exaltava as Forças Armadas que, de acordo com o jornal, ajudaram a *salvar o Brasil* sem que os direitos e liberdade dos brasileiros fossem afetados e termina com agradecimento à providência divina, tal feito. Por isso, “o Golpe durante muito tempo foi chamado de ‘Revolução’ pelo *O Globo* e patrocinadores” (FICO, 2014).

A seguir, trechos do editorial.

Vive a Nação dias gloriosos. Porque souberam unir-se todos os patriotas, independentemente de vinculações políticas, simpatias ou opinião sobre problemas isolados, para salvar o que é essencial: a democracia, a lei e a ordem. Graças à decisão e ao heroísmo das Forças Armadas, que obedientes a seus chefes demonstraram a falta de visão dos que tentavam destruir a hierarquia e a disciplina, o Brasil livrou-se do Governo irresponsável, que insistia em arrastá-lo para rumos contrários à sua vocação

e tradições. Como dizíamos, no editorial de anteontem, a legalidade não poderia ser a garantia da subversão, a escora dos agitadores, o anteparo da desordem. Em nome da legalidade, não seria legítimo admitir o assassinio das instituições, como se vinha fazendo, diante da Nação horrorizada.

Agora, o Congresso dará o remédio constitucional à situação existente, para que o País continue sua marcha em direção a seu grande destino, sem que os direitos individuais sejam afetados, sem que as liberdades públicas desapareçam, sem que o poder do Estado volte a ser usado em favor da desordem, da indisciplina e de tudo aquilo que nos estava a levar à anarquia e ao comunismo.

Poderemos, desde hoje, encarar o futuro confiantemente, certos, enfim, de que todos os nossos problemas terão soluções, pois os negócios públicos não mais serão geridos com má-fé, demagogia e insensatez (...) Mais uma vez, o povo brasileiro foi socorrido pela Providência Divina, que lhe permitiu superar a grave crise, sem maiores sofrimentos e luto. Sejamos dignos de tão grande favor (O GLOBO, Editorial, 1964).

O reconhecimento de sua postura chamada de “erro” pelo conglomerado midiático aconteceu, publicamente, devido às pressões das manifestações de rua em 2013 que criticavam a RGT. A resposta veio por meio de outro editorial: “Apoio ao Golpe de 1964 foi um erro” de O Globo, nas palavras do, então, presidente das Organizações Globo Roberto Marinho (2013): “[...] Nos vinte anos durante os quais a ditadura perdurou, O Globo, nos períodos mais agudos da crise, mesmo sem retirar o apoio aos militares, sempre cobrou deles o restabelecimento, no menor prazo possível, da normalidade democrática”.

No tocante ao episódio histórico, documentos, pesquisas, dissertações e teses foram feitos por diversos autores, tal como Edwaldo Costa que conclui que “ao se pensar no papel exercido pelo jornal O Globo na construção e reconstrução da ditadura (...) contribuiu para manipular a História, subverter valores daqueles que se opunham ao regime militar e omitir informações” (COSTA, 2014, p. 259). Desse modo, o período que compreende entre 1961 a 1964 foi marcado pelo crescimento da televisão não apenas como meio de comunicação, cada vez mais presente na vida do brasileiro, mas como plataforma de debates sobre as questões políticas mais importantes da época (CASTRO, 2011).

Em 1965, ocorreu a inauguração da *TV Globo* (RJ) e a assinatura do contrato com a norte-americana *Time-Life*, fator substancial para a transformação rápida e crescimento da *Globo* no mercado televisivo brasileiro, de acordo com Bolaño (2015). Segundo ele, tal padrão importado de fazer TV inovou a grade de programação, produção, distribuição de conteúdo/produtos e de infraestrutura da *Globo*.

Daniel Herz (1984), em *A história secreta da Rede Globo*, mostrou que a RGT recebeu de julho de 1962 a maio de 1966, uma quantia um pouco maior do que US\$ 6 milhões. Para se ter ideia do valor, correspondia a 30 vezes o capital nacional que a *Globo* dispunha na época.

Herz (1987) destaca ainda que esses *contratos foram elaborados inconstitucionalmente entre as Organizações Globo e o grupo norte-americano Time-Life*.

Segundo Herz (1987), tal parceria do *Grupo Globo* com a *Time-Life* não foi bem vista pelo jornalista Carlos Lacerda, crítico do acordo. Tanto que houve até a instauração de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), mas, o processo foi arquivado 1967, no governo do presidente Marechal Humberto Alencar de Castello Branco.

Em 1969, entra no ar ao vivo, o *Jornal Nacional (JN)*, o primeiro telejornal em rede nacional em momento de plena ditadura militar, não apenas no Brasil, como em vários países da América Latina, por consequências do cerceamento ao direito de comunicação, da falta de liberdade de expressão, tudo em meio à opressão, violência, perseguições e mortes, ratificando os perigos de alianças que “os Estados estabelecem com os grupos da mídia, por meio de acordos, resultam em obstáculos tanto à diversidade comunicacional como com a própria democracia” (MATTELART, 2009).

Como vimos, a *Globo* apropriou-se dos recursos financeiros vindos de capital estrangeiro (*Time-Life*), o que lhe garantiu inovações e estratégias, agora, não apenas como meio de comunicação, mas, como um empreendimento comercial, que produz e vende bens culturais. Para tanto, adotou o *padrão globo de qualidade*, que incluiu a substituição de vários profissionais provenientes do meio artístico, por especialistas renomados da publicidade e do *marketing*, a telenovela passou a ser a produção de referência, em diversos territórios latino-americanos, caso do “grupo brasileiro Globo (o nome lhe cai bem) e o mexicano Televisa, cujos seriados e telenovelas são exibidos muito além de seus países de origem” (MATTELART, 2002, p. 134).

Além do consumo externo, internamente, a RGT, como lembra Kehl (1986), alinhada à Doutrina de Segurança Nacional e Plano Nacional de Cultura, 1976, validava o discurso de que a política deveria estar *entrelaçada com as ações de segurança e desenvolvimento*. Assim, *servindo ao regime autoritário por meio de distorção, omissão e promoção de informação, a Rede Globo servia a si mesma, trabalhando para consolidar seu virtual monopólio e o conglomerado de empresas ao qual pertencia* (LIMA, 2009).

A *hegemonia* da RGT foi tão ampla que o espaço público midiático brasileiro a teve como referência, impondo um modelo brasileiro de TV: “aquele que informa, entretém e, acima de tudo, pacífica onde há tensões e une onde há desigualdades” (BUCCI, 2004, p. 223).

Bucci (2004) reforça que a televisão brasileira, a *Globo*, se tornou o *fórum por excelência* para a tematização dos assuntos que constituíam o imaginário nacional, à telenovela coube a função de síntese dessa realidade, houve a construção de uma nova esfera pública,

privatizada, no qual os atributos de cidadania se transformaram em bens de consumo, à *televisão fica cada vez mais com o papel de organização do consenso e expansão da sociedade de consumo* (BOLAÑO, 1998).

Com a aquisição de novas concessões, no final da década de 1970, e crescimento de afiliadas o sistema midiático *Globo* é reconhecido internacionalmente, a partir de quatro elementos: padrão de qualidade, estratégia comercial, investimento em tecnologia e influência no meio político. É dessa forma que ocupa espaços entre os mediadores dos poderes do Estado e do capital financeiro, a partir da junção de elementos essenciais do circuito comunicativo: *a publicidade, a propaganda e o programa*, sem esquecer do público de sujeitos comunicantes.

A partir desse mecanismo, o *Grupo Globo* ampliou o domínio e a supremacia televisiva no país, tanto em relação aos setores dominantes, quanto à propagação dos discursos políticos e publicização de bens de consumo. A proximidade com o meio político brasileiro e os “acordos” estabelecidos pelo crescimento e lucratividade da RGT, como empresa “permitiram”, *entre aspas*, concessões de canais de TV e rádio.

No amparo legal, o artigo 54 da Constituição Federal (1988) proíbe deputados federais e senadores de serem proprietários de meios de comunicação e o parágrafo 5º do artigo 220, afirma que: “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”.

Entretanto, a Lei Magna não foi suficiente para a prática “ilegal” de concessão continuar a ser disseminada entre grupos políticos no Brasil. Tanto que, muitos adquiriram seja por pressão política e “favores”, afiliadas da Globo, até mesmo por autorizações de Presidentes da República. Essa ação de domínio da mídia que pactua “obrigações” entre políticos e empresas de comunicação, passou a ser chamada de “Coronelismo Eletrônico”.

4.2.1 Afiliadas controladas por políticos - “O coronelismo eletrônico”

Nesta tese, a proposta de explicar sobre as empresas de televisão, afiliadas da RGT, pertencentes a grupos de políticos chamado de *coronelismo eletrônico*⁹⁹ (SANTOS e CAPPARELLI, 2005; LIMA, 2005; GARCIA, 2006; SANTOS, 2006 e 2008) nas várias regiões do Brasil, possui, única e exclusivamente, a intenção de subsidiar argumentos sobre o

⁹⁹ O uso inicial da expressão ocorreu na pesquisa de jornalismo Célia Stadnik (1991) na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS), e não tinha o mesmo rigor, porque o objetivo da proposta era outra, ainda que já se relacione ao vínculo entre mídia e política.

quanto a interferência dessa prática social, herdada do processo de formação histórica do país, dificulta e fragiliza, sobremaneira, o processo de fortalecimento da democracia.

Tais fatores solidificam o *Grupo Globo* na arena de “jogos de poderes instituídos”, mantendo uma codependência entre os sistemas midiático e político, ações enraizadas que impedem a cidadania plena (CORTINA, 2005) e o alcance da *cidadania comunicativa* (implica educar nos meios e com os meios para a mudança), pois os locais menos assistidos pelos conglomerados de comunicação, possibilitam o vislumbre de novas imagens sobre o espaço e territorialidades em que estão inseridos, “criação de modos de vida social humanos (...) e novas estruturas sociais, culturais, política e comunicativa” (MALDONADO, 2011, p. 5).

Para compreensão do fenômeno do *coronelismo eletrônico*, não podemos esquecer que a existência do *coronel e coronelismo* (LEAL, 2012) é resultado de um processo histórico no Brasil. De modo que é preciso trazer, ainda que brevemente, alguns componentes originários do processo de colonização pelos portugueses para entender a relação entre poderes de famílias e políticas locais, que deram origem às *oligarquias brasileiras*. Na compreensão do termo, Norberto Bobbio, em seu *Dicionário de Política* (2007), conceitua, etimologicamente, *oligarquia*, como “governo de poucos, com definição feita a partir de vários pontos de vista.

(...) o poder supremo está nas mãos de um restrito grupo de pessoas propensamente fechado, ligadas entre si por vínculo de sangue, de interesse ou outros, e que gozam de privilégios particulares, servindo-se de todos os meios que o poder pôs ao seu alcance para os conservar (BOBBIO, 2007, p. 835).

Não apenas Bobbio, mas, Gilberto Freyre, autor de clássicos como *Casa Grande e Senzala* (2000), trouxe contribuições à definição das oligarquias brasileiras. Ele explica que a família foi a unidade colonizadora que mais contribuiu para a *formação patriarcal do país*, em outras palavras, *o patriarcalismo*, possibilitando aos senhores de engenho dominar os territórios local e regional, tomando todo o poder dos municípios. Constata-se que, do ponto de vista histórico, a relação entre o sistema midiático e grupos políticos, comandados ou pertencentes a famílias com tradições oligárquicas, permanece cada vez mais próxima a interligação entre o privado e o público, o *coronelismo eletrônico* (LEAL, 2012).

O pesquisador Venício Lima entende que os vínculos entre as grandes empresas comunicacionais no Brasil e políticos, em favorecimento ou desfavorecimento, são reflexos desse coronelismo eletrônico

Atualmente, diversas instituições, sobretudo o Ministério Público, a imprensa alternativa e internacional, com correspondentes no país, está publicando e denunciando uma série de reportagens e investigações, sobre casos de vínculos entre os donos de meios de

comunicação e políticos. É o caso da série especial *Proprietários da Mídia no Brasil*, coletânea de artigos frutos da parceria entre o *Coletivo Brasil de Comunicação Social – Intervezes*, *Repórteres Sem Fronteiras* e *Le Monde Diplomatique Brasil*.

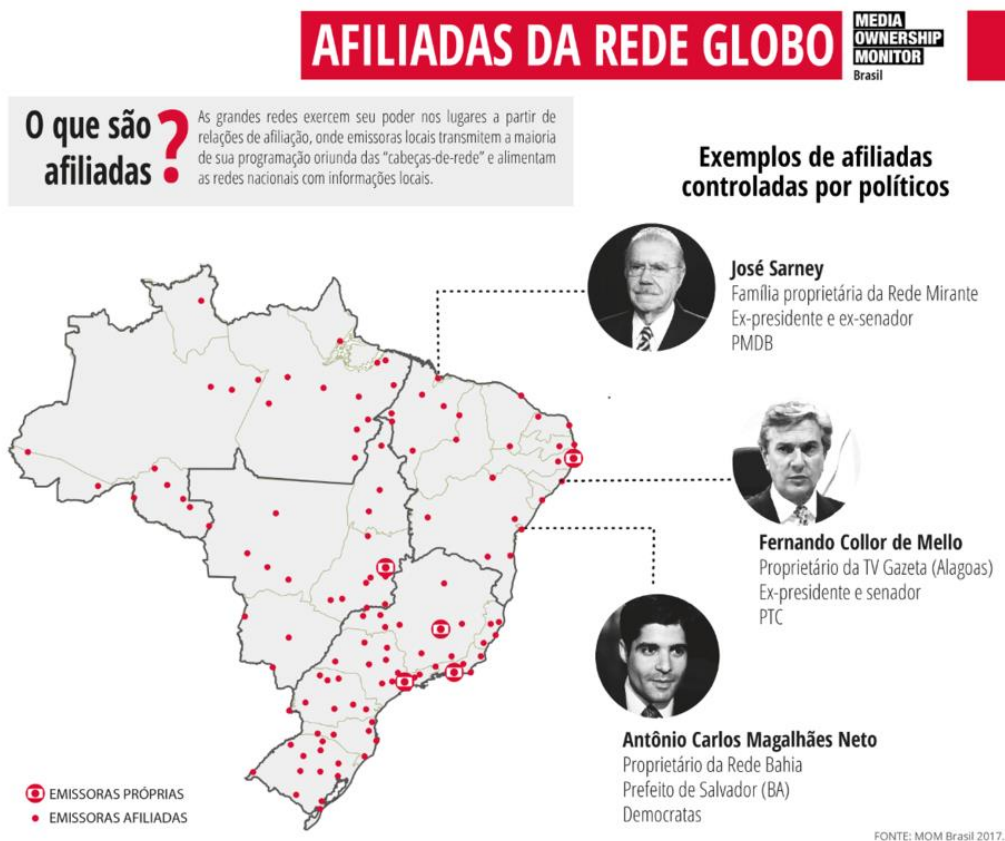
De acordo com o levantamento feito por esse grupo (2019), o Brasil possui um número representativo de políticos donos ou acionistas de meios de comunicação. Até a *última atualização em fevereiro de 2019, no Congresso Nacional, por exemplo, 32 deputados federais e 8 senadores da 55ª legislatura (2015-2019) eram proprietários de rádio e TV*. A mídia hegemônica é citada, entre elas, o *Grupo Globo*. A reportagem *Afiliações políticas* (2019) relata que:

Embora não tenha políticos entre seus donos ou com algum vínculo familiar, Roberto Marinho manteve relações próximas com quase todos os governos presidenciais e estaduais. No primeiro governo federal civil, em 1985, indicou o ministro das Comunicações de José Sarney, o político Antônio Carlos Magalhães, que depois também seria parceiro comercial do grupo na Bahia. Depois, o ex-presidente Sarney se tornou, ele mesmo, sócio de Marinho como afiliado no Maranhão (INTERVOZES, 2019, online).

O texto enfatiza também que a Rede Bahia (que possui a TV Bahia, afiliada da Rede Globo, e o jornal Correio da Bahia), controlada pela família Magalhães, integrada pelo na época prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto, e que teve como principal figura o ex-senador Antônio Carlos Magalhães; das Organizações Arnon de Mello (que possuem a TV Gazeta Alagoas, afiliada da Rede Globo, o jornal Gazeta de Alagoas e a rádio Gazeta 94 FM), chefiadas pelo ex-presidente e ex-senador Fernando Collor de Mello. Nesse sentido, a matéria jornalística ressalta ainda sobre os exemplos citados que *Rede Bahia e das Organizações Arnon de Mello, que as famílias controlam meios de comunicação há décadas*.

Ademais, outros políticos não possuíam participação no mercado de comunicação e passaram a controlar veículos depois de receberem outorgas como premiação por algum favor político ao longo dos anos. O infográfico a seguir, na Figura 7, demonstra as cinco geradoras da RGT que alimentam as afiliadas, entretanto, somente aquelas afiliadas dos três políticos na região Nordeste (José Sarney, Fernando Collor e Antônio Carlos Magalhaes Neto) retroalimentam e atingem um número alto da população.

Figura 7 – Geradoras e afiliadas da Rede Globo e suas relações com políticos



Fonte: MOM Brasil 2017.

Em relação às afiliadas, não há nada no site *Negócios Globo* que descreva quem seriam os proprietários. Em defesa das acusações, pela proximidade com políticos, no site oficial *Memória Globo*, por meio do ícone *acusações falsas*, é possível encontrar a versão e os argumentos da *Globo* sobre as concessões recebidas durante o período militar.

Ao longo dos anos, a Globo tem sido acusada de adotar posturas questionáveis diante da sociedade brasileira. Essas acusações são infundadas. Nesta seção, o *Memória Globo* expõe a posição da direção das Organizações Globo sobre cada uma dessas denúncias. Revela que, ao contrário das críticas, as coberturas e acordos considerados suspeitos foram feitos dentro dos princípios éticos da gestão responsável e do jornalismo independente (MEMÓRIA GLOBO, 2021, online).

Ao que parece, o *coronelismo eletrônico* não preocupa o *Grupo Globo* com altas projeções no mercado, um conjunto de empresas que vende entre outros produtos a comunicação. Historicamente, desde Adam Smith (1776), a relevância de informação, comunicação e cultura indicavam que essa tríade serviu de sustentação do capitalismo industrial: “o capitalismo se caracteriza desde sua origem pela crescente importância da

informação, da comunicação e da cultura nos processos de acumulação do capital” (HERNANDEZ, 2004, p. 15).

A simbiose entre o *coronelismo eletrônico* na inter-relação do sistema midiático e político foram alvos de inúmeras críticas e análises, principalmente em determinados programas e telejornais, caso, por exemplo do *JN* da *Globo* (desde o lançamento). Após o período de redemocratização brasileiro, desde a primeira eleição direta, em 1989, em anos eleitorais, o telejornal é palco de debates, elabora bancadas de entrevistas, séries de reportagens especiais e quadros específicos para o período. Sendo assim, por meio de análises dos quadros no *JN*, desde 2002, até o último criado, em 2018, *O Brasil que eu quero* (nosso objeto de referência midiática), a rigor, nos interessa a compreensão de como o sistema midiático *Globo* apresenta a pauta da cidadania.

4.3 JN e as eleições (2002 a 2018)

A cobertura jornalística do *JN* em períodos eleitorais é debatida por diversos pesquisadores, por isso, nossa proposta, a partir de agora, será apenas contextualizar alguns períodos que vão ao encontro e fornecem subsídios no tocante à nossa pesquisa. Assim, nos desobrigamos de análises cronológicas do *JN* sobre todos os pleitos eleitorais.

Em 1º de setembro de 1969, compondo a bancada Cid Moreira e Hilton Gomes, estreou ao vivo, em rede nacional, o mais famoso telejornal da televisão brasileira: o *Jornal Nacional (JN)*. O *JN* nasceu com o *slogan*: *um serviço de notícias integrando o Brasil novo*, em meio à realidade política ditatorial que o país vivia, não tratando dessa maneira o período, tal como fez no editorial de *O Globo (1964)*, confirmando o pacto da *Globo*, com o discurso de integração nacional, proposto pelos militares no poder.

Inicialmente, as telas dos televisores com imagens em preto em branco evidenciavam a inovação tecnológica da RGT, que apresentava câmeras portáteis, nova linguagem, formato, produção técnica e estúdio, inspirados no telejornalismo norte-americano. No site *Memória Globo*, a informação do propósito da *Globo*: *ser a primeira rede de televisão do país*. Esse processo foi iniciado com a inauguração do *JN* e pela concordância com o pensamento dos militares no governo, a escolha do momento de realização do evento foi estrategicamente planejada.

Foi o ponto de partida de um projeto que pretendia transformar a *Globo* na primeira rede de televisão do Brasil (...). Na edição de estreia, uma reviravolta na política era o principal assunto. O país seria entregue a uma junta militar por causa de um

problema de saúde do presidente Costa e Silva. O anúncio foi feito pelo ministro Delfim Neto e exibido, em filme, durante 46 segundos (MEMÓRIA GLOBO, 2013, s/d).

Ainda no site digital, o texto relata que o *JN* foi criado para competir com o *Repórter Esso*¹⁰⁰, da TV Tupi, que foi o primeiro noticiário de radiojornalismo do Brasil, que, recebia conteúdo informacional de uma agência internacional de notícias americana, patrocinada pela *Standard Oil Company* (Esso do Brasil). O programa era transmitido em 14 países do continente americano, por 59 estações de rádio, constituindo-se na mais ampla rede radiofônica mundial.

A par de toda a evolução técnica que O Repórter Esso – até hoje parâmetro às principais sínteses noticiosas do País - trouxe para o radiojornalismo brasileiro, a informação por ele divulgada não era apenas notícia, mas se constituía, também, em informação dirigida, em propaganda político-ideológica, produzindo e construindo sentido e com alvo certo: o governo e determinados segmentos da sociedade brasileira. O noticiário, - que estreou em 28 de agosto de 1941 na Rádio Nacional do Rio de Janeiro e, um ano depois, já era irradiado por outras quatro rádios brasileiras -, logo conquistou credibilidade e respeito no meio radiojornalístico (KLOCKNER, 2001, p. 2).

No Brasil, a síntese noticiosa, com duração de cinco minutos¹⁰¹, foi irradiada nos cinco principais centros de decisão política do país, de 1941 a 1968, as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Recife e Porto Alegre. A primeira transmissão ocorreu na Rádio Nacional (RJ), em 28 de agosto de 1941. Foi nesse programa que o deputado federal (PTB) Rubens Paiva¹⁰² fez o famoso discurso contra o Golpe¹⁰³, no dia 1º de abril de 1964, convocando os estudantes e sindicalistas a resistirem ao golpe militar.

A história durante muito tempo ocultou os posicionamentos discutíveis e nebulosos do sistema midiático Globo, em vários episódios da política brasileira, seja estimulando e até mesmo opinando sobre suas preferências por meio de seus produtos, jornais, rádio e sobretudo pela programação televisiva, que, em vários momentos, conseguiu contribuir decisivamente em resultados eleitorais a partir da estratégia de ocultar a realidade do país, exemplos não faltam,

¹⁰⁰ Ver: KLOCKNER, Luciano. O Repórter Esso na história Brasileira. Dissertação de Mestrado. 1998. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS).

¹⁰¹ “Ter apenas cinco minutos, o Repórter Esso desenvolveu uma nova linguagem e estilo de apresentação da notícia no rádio”. KLOCKNER, Luciano; OLEGÁRIO, Leandro. A síntese noticiosa 75 anos depois de O Repórter Esso: um modo que permanece. Intercom- XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: 2016.

¹⁰² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/01/assassinato-de-rubens-paiva-na-ditadura-faz-50-anos-com-punicao-ainda-sob-debate-na-justica.shtml>. Acesso em: 06 maio 2022.

¹⁰³ Informações disponíveis em: <https://memoriasdaditadura.org.br/biografias-da-resistencia/rubens-paiva/>. Acesso em: 24 abr. 2022.

como o citado editorial de *O Globo*, em 1964.¹⁰⁴ Outro exemplo, objeto de inúmeros estudos e pesquisas, foi a cobertura do *JN* na *Campanha das Diretas Já*, em 1984, movimento que pedia o fim da ditadura e eleições diretas para Presidente da República. Diversos autores, pesquisadores e jornalistas criticaram o posicionamento do telejornal global, alegando que o *JN* em vez de noticiar o comício do Movimento, noticiou uma suposta comemoração de aniversário da cidade de São Paulo, que nunca existiu. Em *Sobre ética e imprensa*, Bucci (2000) discute sobre essa conduta do telejornal, diz ele:

No dia 25 de janeiro de 1984, o 'Jornal Nacional' tapeou o telespectador. Mostrou cenas de uma manifestação pública na Praça da Sé, em São Paulo, e disse que aquilo acontecia em virtude da comemoração do aniversário da cidade. A manifestação era real: lá estavam dezenas de milhares de cidadãos em frente a um palanque onde lideranças políticas discursavam. Mas o motivo que o 'Jornal Nacional' atribuiu a ela não passa de invenção. Aquele comício nada tinha a ver com fundação de cidade alguma. A multidão estava lá para exigir eleições diretas para Presidência da República. O Jornal Nacional enganou o cidadão naquela noite — e prosseguiu enganando durante semanas a fio, ao omitir as informações sobre a campanha por eleições diretas. *Para quem só se inteirasse dos acontecimentos pelos noticiários da Globo, a campanha das diretas não existia* (BUCCI, 2000, p. 29, grifos nossos).

A afirmação de Bucci (2000) foi respondida pela *Globo* em artigo: *A Globo não fez campanha; fez bom jornalismo*¹⁰⁵, escrito por Ali Kamel, na época diretor executivo de jornalismo da RGT, publicado no jornal *O Globo*. Além de citar Eugênio Bucci e a reflexão acima, Kamel não fica restrito a este autor, menciona também passagens de outras obras e autores, tais como: Mário Sergio Conti, Luiz Felipe Miguel e até o Dicionário Histórico Biográfico da Fundação Getúlio Vargas, todos manifestaram publicamente sobre o posicionamento da RGT. O fato é que, em 1999, anos depois, José Bonifácio Sobrinho, o Boni, ex-diretor da RGT, após sair do Grupo Globo, ao ser questionado em entrevista para a *Folha de S. Paulo*¹⁰⁶ sobre a situação, confirmou o fato: *No campo do conteúdo o erro mais grave foi ignorar a Campanha das Diretas Já*. Em outra questão Boni afirma que a implantação do *JN* era óbvia como atitude empresarial e oportunidade de mercado, ratificando a mercadoria audiência e o interesse em expandir a RGT no âmbito midiático comercial.

Em 1989, a relação entre o *JN* e as eleições no Brasil parecem se estreitar ainda mais. Citamos outro “erro” posteriormente confirmado pela própria cúpula do sistema Globo: trata-

¹⁰⁴ Ver item 4.2 Sistema midiático e político.

¹⁰⁵ Disponível em: <http://www.alikamel.com.br/artigos/a-globo-nao-fez-campanha-fez-bom-jornalismo.php>. Acesso em: 16 fev. 2020.

¹⁰⁶ SOBRINHO, José Bonifácio. Entrevista. Folha de S. Paulo. 28.ago.1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq28089908.htm>. Acesso em: 19 abr. 2022.

se da famosa edição do debate entre os presidentiáveis Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Melo no JN, revelando a força do telejornal e o caráter manipulativo do sistema midiático Globo, diversos autores apontam também a participação de outros meios de comunicação. Luiz Felipe Miguel (1999) defende que o apoio da mídia viabilizou o aparecimento de Fernando Collor como alternativa dentro do campo conservador e, em seguida, manteve sua campanha.

Em relação a Collor, não apenas a atribuição ao papel que a TV em especial da Globo teve em sua eleição, mas, a questão de sua cassação também teve a contribuição da televisão, de acordo com a obra: *O impeachment da televisão: Como se cassa um presidente*, do pesquisador Fausto Neto (1995), que destaca que *a televisão também construiu, antecipadamente, o seu impeachment*. Segundo o autor, a intenção era tomar para si o espaço do diálogo político, assumindo, como *simulacro*, o lugar do parlamento. Dessa maneira, o *setting* televisivo é o lugar que se apresenta como instância que rouba do espaço parlamentar o papel de agenciador do debate dos problemas da sociedade, enfim, atuando como *esfera pública midiática* (BRITTOS; BOLAÑO, 2008).

Após o *impeachment* de Fernando Collor, o então presidente das *Organizações Globo*, jornalista Roberto Marinho, admitiu, em entrevista ao *Jornal da Tarde*, em abril de 1992¹⁰⁷, que reconheceria o favorecimento da RGT a Fernando Collor: “Sim, nós promovemos a eleição do Collor e eu tinha os melhores motivos para um grande entusiasmo e uma grande esperança de que ele faria um governo extraordinário”, afirmou.

Após 10 anos, a cobertura midiática das eleições de 2002 passou a ser um marco na atuação do JN. Os números comprovam: *a RGT ocupa 29,4% do tempo do JN com a cobertura eleitoral, durante 14 semanas, em 84 edições, inseriu dois ciclos de entrevistas ao vivo no estúdio* (MIGUEL, 2003). A especulação recai sobre as razões que originaram tal mudança são questões de natureza jornalística, empresarial ou política – ou, provavelmente, ao que tudo indica, uma combinação das três.

Sendo assim, a partir do pleito eleitoral de 2002, há um resgate e/ou até inovação, na formatação de quadros no JN sobre a temática das eleições, relacionado à política brasileira, seja por meio de edições especiais, seja por expedições de reportagens pelo país e até envio de material comunicacional pela população – possibilitando a participação cidadã sobre questões de ordem política, econômica, social e de cidadania, como veremos a partir do próximo item.

¹⁰⁷ Essa e outras frases pronunciadas em declarações para a Folha de S. Paulo estão disponíveis em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0708200327.htm>. Acesso em 25 fev. 2020.

4.4. Série Eleições 2002 – Tema: Cidadania

Willian Bonner¹⁰⁸, editor-chefe do *JN*, discorre que o especial de matérias jornalísticas *Eleições 2002* (com oito séries de seis reportagens cada uma) *sobre os maiores problemas brasileiros* valeu-se da comparação de dados (Censo) sobre a situação do país em diversos aspectos entre 1999 e 2000. De acordo com o site digital, *Memória Globo*, a apropriação dos dados era para afastar ao máximo o subjetivismo na avaliação das políticas públicas (MEMÓRIA GLOBO, 2002). E, por fim, apresentar levantamento sobre os principais assuntos de interesse público, desde que, em sintonia com as pautas do sistema midiático *Globo*.

Na exibição da série, nota-se um resgate histórico sobre os 10 anos de vida política do país, em outras palavras, a partir do *impeachment* de Fernando Collor de Mello em 1992. Tais discussões chegavam em tom didático (pedagógico) e descreviam os papéis de todos os três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e de cargos políticos (deputados, senadores etc.) até mesmo da função do Presidente da República. Comprova-se com o discurso apresentado pelo *JN*: “O Jornal Nacional também teve a preocupação de apresentar reportagens de serviço, ensinando o eleitor a votar, explicando o papel de um deputado e de um senador, esclarecendo o que é um projeto de lei e uma emenda constitucional” (MEMÓRIA GLOBO, 2002).

Dessa maneira, as descrições relatadas entre as temáticas das reportagens são formas encontradas pela RGT, o Príncipe Eletrônico, para atuar como *agente pedagógico, pois além das informações, vale-se do que classifica como ‘contrabando’ da interpretação, habilidade, que já vem pronta ao telespectador* (IANNI, 2001). O que vemos, nesse cenário, é que ora como ator político, ora como ator midiático, ora como professor, conforme a reflexão de Ianni (2001), a narrativa midiática perpassa o limite e interpreta/edita o mundo à sua maneira, de certo modo, até mesmo lacunas deixadas pelo Estado são “transferidas”, discursivamente, à população, sob a interpretação imposta pela mídia como “exercício da cidadania”.

Em relação ao discurso pedagógico apropriado pelo *JN*, na série *Eleições 2002*, quanto às pautas, ainda que partindo de uma concepção liberal, Bobbio (2000) critica a democracia por não cumprir uma que deveria estar entre as suas principais metas, a educação política. Em sua teoria democrática, enfatiza a transparência, legalidade e legitimidade das regras do jogo político. *Segundo Bobbio, a efetivação da democracia depende da formação de indivíduos para o exercício pleno da cidadania, que passa por processos contínuos de “educação política”,*

¹⁰⁸ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-2002/series-de-reportagens/>. Acesso em 16 abr. 2020.

“educação cidadã”, “letramento político”. Conforme pontua Maldonado (2011), o processo de reconstrução do conceito de cidadania torna necessária a subversão da ideia de cidadania liberal que a reduz aos marcos da vida jurídico, político, burguesa, moderna e capitalista. O autor defende a inserção de componente cultural para enriquecer a noção de cidadania.

A partir das reflexões postas, retomamos a discussão da primeira série de reportagens com o título: *O poder do cidadão* exibida em 05/08/2002 no JN. Sob o comando do jornalista Edney Silvestre, essa edição enfatizava a luta dos cidadãos pelos seus direitos, de maneira a contribuir com a legislação e escolher melhor seus representantes, a partir do ensino sobre cada função.

O contexto narrativo gira em torno de quatro amigos empresários, bem-sucedidos, de São Paulo, evidenciando que foram pobres, que saíram da cidade de Ribeirão Bonito (SP) em busca de uma vida melhor. Eles, diante do sucesso profissional decidiram juntos colaborar, retribuir à sociedade, formando uma associação a qual juntou-se um quinto integrante, amigo do grupo, que reside da cidade, *o discurso da meritocracia*¹⁰⁹.

A união em prol da causa fez com que começassem a reformar o local, para a Associação, transformando em uma escola, uma creche, o problema foi em relação a liberação de verbas para se manter com apoio do poder público. Mas, o valor destinado à merenda das crianças atendidas nunca chegava. Denúncias feitas por empreiteiros de que o valor destinado a entidade não estava sendo repassado pela prefeitura local.

Os cinco amigos resolveram investigar e descobriram que o dinheiro estava sendo desviado pelo Poder Executivo, pelo prefeito, de acordo com provas e reportagens locais. Eles então, não se calaram, mobilizaram mais a população e patrocinaram uma ação contra o prefeito até que a Câmara criou uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) e, em resumo, o prefeito foi cassado. Veja trechos do texto de abertura e de fechamento da reportagem.

Fátima Bernardes: Esta primeira semana de reportagens especiais nós vamos dedicar a uma *espécie de vacina contra a maior parte dos problemas nacionais*. Você vai ver como todos os cidadãos têm sim um poder nas mãos que não se esgota na escolha do candidato e na hora do voto. O repórter Edney Silvestre vai mostrar que *você pode e deve exercer o seu direito de eleitor por completo mesmo depois das eleições*. (JN, 05/08/2002, grifos nossos).

Edney Silvestre (repórter/off): Os amigos *patrocinaram uma ação contra o prefeito*. A Câmara de Vereadores criou uma Comissão de Investigação. O prefeito tentou

¹⁰⁹ Ver: <https://brasil.elpais.com/economia/2021-07-18/a-meritocracia-e-uma-armadilha.html>. Acesso em: 06 maio 2022.

evitar o impeachment renunciando. Não adiantou. Em 12 de junho deste ano, Buzzá¹¹⁰ teve os direitos políticos cassados e a prisão decretada. *Os honestos venceram* (JN, 05/08/2002, grifos nossos).

Edney Silvestre comenta sobre a série de matérias, sob a temática da cidadania, em vídeo disponibilizado no site *Memória Globo*. Explica ele que:

O poder do cidadão quando eu falo de cidadania que hoje é um clichê, o resgate da cidadania, o poder da cidadania, coisas que o cidadão pode fazer e que não sabe. Não sabe por exemplo que você tendo seu título de eleitor, você tem um poder em suas mãos que vai muito além do voto. Essas pessoas que eu tive a chance de mostrar nessa série cidadania são brasileiros comuns, novamente, voltando, não há pessoas comuns todo o ser humano é extraordinário de alguma forma (SILVESTRE, MEMÓRIA GLOBO, 2002).

As outras séries sobre as eleições, do JN 2002, abordaram: *As Contas do Governo*, comandada por Tônico Ferreira; *Concentração de Renda*, por Marcelo Canellas; *Educação e Emprego*, por Sônia Bridi; *Saúde e Saneamento* pelo Vinícius Dônola; *Desigualdades Regionais*, novamente por Marcelo Canellas; e *Meio Ambiente e Grandes Cidades*, por William Waack. A última – *O Valor do Voto*, com Ernesto Paglia – foi exibida na semana da eleição.

Dourado (2008)¹¹¹ afirma que a cidadania defendida pela RGT tem vinculação com o *marketing social*, promovendo pelo temas relacionados à reivindicação de direitos e deveres: sociais, políticos e econômicos. Ela alerta ainda *que esta cidadania é muitas vezes, apenas como uma possibilidade de proposta*. As análises de nossa pesquisa possibilitaram algumas aproximações com os diálogos exibidos na Série do JN, na cobertura das eleições de 2002, quanto ao tema cidadania. Normalmente, tal assunto é vinculado ao direito ao voto, como representação do poder do cidadão, aos valores, desejos e necessidades dos eleitores, pela incompetência do Estado, desse modo, nas eleições de 2002 o destaque é sobre *a importância da honestidade e de ser um cidadão honesto*.

Coincidentemente, 16 anos depois, em 2018, agora, com nosso objeto de referência midiática, OQBRQ, no JN, a temática permanece. Diante do exposto, em nossa mensuração quantitativa¹¹² os sujeitos comunicantes também afirmaram esperar do Brasil que eles querem,

¹¹⁰ O jornalista Hélio Gaspari comenta sobre o caso de corrupção do prefeito em Ribeirão Bonito. A bela história de decomposição de um prefeito corrupto. Folha de S. Paulo, abril, 2002. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2804200211.htm>. Acesso em: 22 abr. 2022.

¹¹¹ Em discussão apresentada no Capítulo 2. “Estudo das estratégias da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania” de Jacqueline Lima Dourado, Tese de Doutorado. Unisinos, 2008. Disponível em: <https://www.livrosgratis.com.br/ler-livro-online-109995/estudo-das-estrategias-da-rede-globo-de-televisao-na-esfera-da-cidadania>. Acesso em: 05 out. 2021.

¹¹² Pesquisa quantitativa sobre OQBQQ realizada na região Centro-Oeste (Campo Grande, Três Lagoas, Dourados e Corumbá).

primeiramente, a *honestidade* (51,5% - 521 pessoas), seguida de *menos corrupção* (47,7% - 482 pessoas). A semelhança com a série de reportagens no mesmo telejornal impressiona. Outra semelhança refere-se aos eixos discursivos¹¹³ dos telespectadores que participaram do quadro televisivo de 2018 (*ver Tabela 7, abaixo*), enviando um vídeo, também vão ao encontro da discussão apresentada sob o tema da cidadania em 2002.

Vislumbra-se que a construção da ideia de cidadania desenhada pela *Globo*, atuando como esfera pública, continua reduzida a direitos e deveres, aos aspectos jurídicos, ao combate à corrupção por parte dos políticos, a tirar os políticos corruptos, a exercer o voto correto, a denúncia de obras inacabadas e/ou abandonadas, enfim, reivindicações. Dando prosseguimento à reflexão, a *Globo* atribui a si própria a posição de regente das eleições: seja pela fixação do espaço do politicamente aceitável e a cobrança de posicionamentos garantida via televisão de promessas de campanha, no *JN*, ao apresentador Bonner, como garantia, em rede nacional. (MIGUEL, 2002).

Tabela 7 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: Eixos discursivos

Eixos discursivos	Qtde.	Definição
Eleições/Corrupção/Voto	55	Combate à corrupção dos políticos, honestidade por parte dos políticos, renovação política, voto correto.
Obras públicas inacabadas/ Serviços públicos de valor	40	Obras sem terminar há anos, abandono (necessidade de terminar o que se começou, dinheiro desperdiçado). Educação, Saúde e Segurança de qualidade. Necessidade de uma educação e saúde melhores.
Valores/desejos	25	Desejo de melhorias, sobretudo em relação à zona rural (agropecuária, agricultura, produtor rural).
Meio ambiente	15	Poluição dos rios, praias e necessidade de preservação.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Retomando a questão da conduta jornalística do *JN* na cobertura das eleições de 2002, Lima e Guazina (2004) analisam e afirmam, em consonância com Dourado (2008), que a noção de *responsabilidade social*, desenvolvida pelo produto midiático, é um dos fatores novos em relação aos pleitos eleitorais anteriores nas reportagens do telejornal. A série de reportagens da *Globo* sobre cidadania entra nessa nova postura. “Bonner identifica um papel pedagógico para o jornalismo da *Globo*, mesclado de coberturas didáticas e incentivo à construção da cidadania” (LIMA e GUAZINA, 2004, p.12). Após a série de reportagens, a cobertura do *JN* agradou em grande parte a crítica. E, no pleito eleitoral de 2006 resolveu inovar em outro projeto especial a *Caravana JN*.

¹¹³ Análise dos vídeos exibidos no mês de julho de 2018 no JN – OQBQQ (mensurando os eixos discursivos, gênero dos participantes dos vídeos, quantidade de vídeos).

4.5 Caravana JN - 2006

Em maio de 2005, inicia-se uma crise na política brasileira, com reportagens e denúncias de corrupção, esse clima continua no ano seguinte. Desse modo, em 2006, a cobertura midiática apresenta um número considerável de matérias jornalísticas negativas sobre o governo e ministros do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, candidato à reeleição (COLLING e RUBIN, 2006); (JACKOBSEN, 2006). Diante do cenário crítico, a RGT se posicionou contra a reeleição de Lula (LIMA, 2006), fez extensa cobertura midiática sobre a compra de um dossiê, às vésperas do 1º turno das eleições no *JN*, na qual fotos do dinheiro apreendido com pessoas supostamente ligada ao Partido dos Trabalhadores (PT) “foram expostas sem qualquer questionamento pelo telejornal” (LIMA, 2006, p.18).

Rubin (2009) destaca que entre as marcas das eleições de 2006 está, sem dúvida, a atuação da mídia¹¹⁴. Segundo ele, a grande mídia fez críticas às candidaturas de Lula e do PT, quando não em posição contrária. Para o autor, essa partidarização dos sistemas midiáticos coloca sérias questões para o aprofundamento da democracia brasileira, assim como a avaliação dos resultados eleitorais, afinal, esse tipo de intervenção político-eleitoral não pode ser menosprezado.

Diante de tensa configuração política, a RGT lança um projeto inédito para cobrir as eleições de 2006, chamado de *Caravana JN*¹¹⁵. A inspiração veio de um projeto norte-americano da rede televisiva ABC, na cobertura das eleições de 1950, quando o jornalista Peter Jennings percorria os locais a bordo de um ônibus.

É a partir dessa proposta que nasce no Brasil, em 2006, a *Caravana JN resultando* na série *Desejos do Brasil*, exibida entre julho e outubro. Tal como na América do Norte, aqui, as reportagens aconteciam a bordo de um ônibus, *motorhome*, o “Priscillão”, como foi batizado em referência ao filme “Priscilla, a rainha do deserto”. Entretanto, até um barco foi usado em determinados locais da Amazônia, na região Norte. É dessa maneira que a *Globo* atravessou as cinco regiões do Brasil sob o comando do repórter Pedro Bial e uma equipe de 15 profissionais da comunicação. O grupo de jornalistas e equipe técnica da *Globo* percorreram, durante 62 dias,

¹¹⁴ Disponível em: <https://teoriaedebate.org.br/2009/03/17/midia-politica-e-eleicoes-de-2006/>. Acesso em: 12 abr. 2020.

¹¹⁵ A *Caravana JN* foi reconhecida internacionalmente com a indicação de finalista na categoria de Jornalismo do Emmy Awards 2007, o prêmio mais importante da televisão norte-americana, que é concedido pela Academia Internacional de Televisão, Artes e Ciências, comparado ao “Oscar da televisão”.

mais de 16 mil quilômetros, produzindo mais de 52 reportagens, além de seis ancoragens *in loco* realizadas pelos apresentadores Willian Bonner e Fátima Bernardes.

Em entrevista¹¹⁶, Bial relatou a expectativa antes da Caravana ir à estrada.

Serão reportagens *sobre a nação e não sobre campanha política*. No meu entusiasmo pessoal e profissional, acho que a experiência pode servir para no futuro virar um documentário ou quem sabe um livro, pois mantereí um diário de bordo - contou. - Existe um Brasil não coberto, ou coberto de maneira irregular, e é exatamente isso que nós vamos mostrar. Vamos buscar o que as famílias destes lugares esperam, *não deste ou daquele governante, mas do Brasil como nação* (BIAL, 2006, GP, on-line, grifos nossos).

Conforme depoimento, Bial resgata um conceito relevante no imaginário da população brasileira, a ideia de nação, que a *Globo* apresentou muito com a produção de telenovela, agora, com o jornalismo de caráter cidadão, em que o público telespectador participa, ao vivo, ainda que seja aqueles que a *Globo* escolhe, seleciona e permite, assim, se coloca como um espaço público, que, literalmente, interliga o país e consegue chegar até onde os políticos não alcançam ou não enxergam. Em relação ao discurso do jornalista, a ideia de Nação e brasilidade fazem parte do universo dos produtos midiáticos da RGT, *as pessoas passam a se tornar cidadãos à medida que passavam a se sentir parte de uma nação* (CARVALHO, 2002).

Um parêntese necessário: nos dois meses de viagens pelo Brasil, no primeiro turno, a região Centro-Oeste, especificamente, o estado de Mato Grosso do Sul recebeu a *Caravana* em uma única cidade, no caso Corumbá – que por sinal compõe com outras três cidades¹¹⁷ nosso contexto investigativo. No município sul-mato-grossense, a matéria do telejornal apresentou imagens destacando a tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Bolívia, as belezas naturais do Pantanal, as aves e peixes da região em pauta: a precariedade da educação. Dona Isulina, 81 anos, entrevistada por Pedro Bial, revelou que seu desejo na hora de votar era sobre o desamparo das crianças: “*quero que vejam a parte das crianças, tem muitas crianças desamparadas*”.

A preocupação com a melhoria educacional relatada por dona Isulina, em 2006, reapareceu na amostra de nossa investigação. Em 2018, os corumbaenses apontaram que no Brasil do futuro esperam, em primeiro lugar: *menos corrupção e maior honestidade*. Na terceira colocação foi uma *educação melhor*, entre as preferências dos 201 respondentes do questionário em Corumbá (MS). Um índice que chamou a atenção foi a escolaridade dos participantes: 18%

¹¹⁶ Pedro Bial, Fátima e Bonner exploram o Brasil na Caravana do Jornal. Gazeta do Povo. Jornalismo. Nacional. Curitiba. (PR), 24/07/2006. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/pedro-bial-fatima-e-bonner-exploram-o-brasil-na-caravana-do-jornal-nacional-.a4vk1ioqfisv15m48fahrgfv2/>. Acesso em: 23 abr. 2022.

¹¹⁷ Campo Grande, Dourados e Três Lagoas (MS).

tinham o Ensino Fundamental incompleto ou eram analfabetos. Em outra questão sobre política governamental, a importância de *melhor administração* ocupou o 4º lugar entre os corumbaenses. Insatisfeitos com a administração local na época, 25% dos pesquisados a desaprovavam, maior índice de desaprovação entre as outras três cidades analisadas.

Em tons de denúncia, as reportagens da série exibiram temas relacionados a cultura, economia, desemprego, educação, falta de infraestrutura, geralmente, a insatisfação era manifestada nas palavras dos moradores e/ou no discurso do apresentador Pedro Bial. Inclusive, Bial foi criticado por vários pesquisadores pela imagem caricata de anos no comando do *Reality Show Big Brother Brasil* (BBB).

Um eleitor mais maduro, é assim que Bial descreveu o contato com os cidadãos brasileiros nas cinco regiões do país, de acordo com o *Memória Globo* (2006). Outra característica sobre as discussões das matérias em relação a pauta da cidadania, na *Caravana JN*, é a diluição do tema em várias reportagens, geralmente, naquelas que remetiam à noção de responsabilidade social, a propósito, cidadania ficou evidenciada explicitamente na passagem por Brasília, Distrito Federal, última cidade a ser visitada, dois dias, antes do primeiro turno das eleições, mesmo assim a temática sempre esteve vinculada à imagem do voto, dos direitos e deveres, enfim, aos aspectos jurídicos.

Na capital do Brasil, a equipe de Bial entrevistou o cientista político Ricardo Caldas, Universidade de Brasília (UNB), que explicou pontos diferenciais sobre as principais questões abordadas na *Caravana* com o cuidado de diferenciar as responsabilidades de gestão, seja do Estado como do Governo Federal. A atitude do pesquisador indiretamente era uma resposta à própria *Globo* sobre as críticas que a série estava recebendo, inclusive, de outros canais de televisão como: Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Rede Bandeirantes (BAND) e jornais de grande circulação: *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo*.

O ponto alto da entrevista, na edição em Brasília, foi a análise feita por Caldas (2006) entre o voto e o exercício da democracia. O pesquisador enfatiza que só votar não é suficiente, o cidadão precisa ir além, verificar as ações dos governantes, se organizar enquanto grupo e exigir a aplicação correta dos recursos. Ele demonstra claramente seu descontentamento com a vinculação do voto ao exercício e ao bom andamento do sistema democrático, por sinal, parte da mensagem construída pela RGT durante toda a série, nas poucas cidades em que entra no assunto ou menciona diretamente a cidadania. Diz ele: “a democracia não se resume ao voto. As pessoas pensam que democracia é votar, é ir ou fazer campanha, não, democracia é um processo, ele não tem fim” (CALDAS, 2006).

Em relação às críticas à *Caravana JN*, temos, de um lado, os argumentos sobre o espetáculo midiático apresentado pela cobertura jornalística de Bial e equipe, em um período tão importante à democracia, as vésperas de uma eleição. Bem como, as viagens do ônibus às cidades do interior do país possibilitando ao cidadão comum ficar ao vivo com âncoras do *JN*, William Bonner e Fátima Bernardes, em plena praça pública, fato que levou multidões às ruas. Por outro lado, alguns pontos falhos foram algumas ausências de apurações e pesquisas de informações ligadas às responsabilidades do poder público, assim como dados sobre os municípios percorridos, que geraram vários desconfortos dos repórteres, vários desses erros, posteriormente, foram corrigidos por Bonner no *JN*.

Na perspectiva acadêmica vários estudos tiveram a *Caravana JN* como objeto, em diferentes linhas de pesquisa, é o caso da tese doutoral de Carla Montuori Fernandes (2009). Tal investigação mapeou contrapontos de todo projeto *Caravana JN* pelas cinco regiões do Brasil. A análise foi sobre 52 programas produzidos, os conteúdos foram confrontados com os dados apresentados no ‘Atlas da exclusão social no Brasil: classes sociais’, organizado por Ricardo Amorim e Márcio Pochmann.

Fernandes (2009) cruza as informações relacionando cada cidade com os partidos dos candidatos que concorriam ao cargo de Presidente da República, constatou que nas cidades em que a administração era do Partido dos Trabalhadores (PT), do, então, presidente Luiz Inácio Lula da Silva as críticas das reportagens se davam indiretamente. E naquelas em que os governantes eram do Partido Social Democracia Brasileira (PSDB) do, então, candidato Geraldo Alckmin, principal concorrente, o discurso sobre os problemas e necessidades da população esbarravam em menções ao Governo Federal. Desse modo, o favorecimento ou desfavorecimento de candidatos ficou evidenciado na conclusão do trabalho da pesquisadora, os reflexos segundo ela estão nos discursos construídos e pautas jornalísticas do *Caravana JN*.

Coincidências à parte, a *Globo* não divulgou e não respondeu os critérios quanto à seleção das cidades que receberam a *Caravana JN*¹¹⁸. Concluindo, Fernandes (2009) afirma que houve desequilíbrio na escolha dos municípios ficando as regiões Norte e Nordeste do Brasil representadas por um discurso do *JN* que enfatizava os baixos índices de desenvolvimento humano (IDH), socioeconômico, educacional, entre outros, a partir da exibição de imagens e entrevistas que reforçavam estereótipos sociais, caricaturas, contextos de miséria, de modo que as problemáticas sempre estavam direcionadas aos governantes da região, reduto do PT, conforme descreve a pesquisadora.

¹¹⁸ A mesma atitude terá, em 2018, sobre OQBRQ, quando enviamos documentação sobre esta pesquisa.

Em consonância com a tese, Anielle Moraes (2009, p. 108), em sua dissertação de mestrado *Telejornalismo e Cultura: Os sistemas representacionais na região Nordeste no Caravana JN*, identificou que “a pobreza é frequentemente tematizada dando a entender que o que define o contexto social do Nordeste é a luta pela sobrevivência (...) como é de conhecimento, geral, o já presidente e candidato a reeleição, naquela época, Lula, é nordestino”.

Retomando Fernandes (2009), as cidades escolhidas das regiões Sul e Sudeste, e até mesmo a Centro-Oeste do país, por onde a *Caravana JN* passou eram consideradas fortes: economicamente, nesses locais os cenários exibidos pela RGT eram belos e valorizados. Ela reafirma a parcialidade política do *Caravana JN* nos temas propostos e discursos que, muitas vezes, deslegitimavam programas sociais do governo, como o Bolsa Família, ProUni etc. Outro ponto importante de análise foi o *blog* da *Caravana JN* que servia para que os telespectadores e moradores exibissem seus comentários nas matérias, sugerissem pautas e/ou fizessem reivindicações, em suas palavras:

Não o bastante, como espaço de mediação, o *Blog da Caravana JN* projetou o incômodo que a quantidade exaustiva de imagens negativas das cidades causou na população local, que expôs por diversas vezes seu descontentamento com o projeto. O tema enquadramento repercutiu inclusive na voz dos próprios telespectadores e moradores das regiões (FERNANDES, 2009, p. 243).

Crítico da proposta, o professor de jornalismo, Laurindo Leal Filho, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), no artigo *Que tal uma caravana JN esse ano?*¹¹⁹, do Observatório de Imprensa, recomendou a leitura da tese doutoral citada sobre os contrapontos da *Caravana JN* e aproveitou para reafirmar que:

a região sul-sudeste seguia maravilhosa para a Caravana em contraste com a beira do inferno encarnada no norte-nordeste. Nada como o reforço de bons estereótipos para garantir a audiência. E mais, segundo a pesquisa, para não mostrar os avanços sociais que já eram visíveis em regiões menos favorecidas (LEAL FILHO, 2010, online).

Existem vários estudos que examinam a participação dos entrevistados na *Caravana JN* nas cidades da região Sul e Sudeste, como das cidades de São Miguel das Missões, Rio Grande do Sul e de Ouro Preto e Tiradentes, em Minas Gerais. Nos relatos, os moradores das cidades históricas descreviam o espetáculo televisivo, ao vivo, com o *JN* e as presenças de Willian Bonner, Fátima Bernardes e Pedro Bial em praça pública.

¹¹⁹ FILHO, Laurindo Leal. Que tal uma caravana JN? Observatório de Imprensa, jun.2010. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/entre-aspas/agencia_carta_maior__39904/. Acesso em 20 ago. 2021.

O mesmo não aconteceu na região Nordeste, no tocante às representações sociais, um estudo semiótico-discursivo de Anielle Morais, que considera a prática jornalística como uma prática discursiva, identificou formas de jogos políticos, representacionais e identitários, na passagem do projeto da *Globo* em Petrolina, interior de Pernambuco.

Na cidade pernambucana, a equipe da *Caravana JN*, entrevistou Ana das Carrancas, personagem-típico, conhecida na região, a investigação apontou implicações ideológicas que o telejornal construiu reforçando na narrativa uma nordestina que sai do sertão bruto, como trataram no *JN*, para lutar pela sobrevivência em Petrolina. Em resumo, sobre a ‘nordestinidade construída’ pela *Caravana JN*:

Das representações sociais sobre o Nordeste, na Caravana do Jornal Nacional, decorrem significações sociais que podem ressoar, no contexto brasileiro mais amplo, como tipificações, classificações e perceptível manutenção de estereótipos sociais. Essas significações são produzidas pela seleção de signos, manifestados na linguagem (verbal, visual e sonora) do programa, descortinando o modo de operação cultural e, com isso, as visões de mundo e os juízos de valor sobre este lugar (MORAIS, 2018, p. 125).

Conforme a reflexão posta, o reforço aos estereótipos sociais e a chamada *dramaturgia do telejornalismo* (COUTINHO, 2005), uma das características do discurso televisivo exemplificado no texto: *Caravana leva circo para dentro da TV* no qual o jornalista Fernando Barros e Silva, editor do Caderno Brasil, *Folha de S. Paulo*, tece críticas¹²⁰ ao formato que a RGT conduziu a cobertura da campanha eleitoral de 2006 ao propor a *Caravana JN*.

Barros e Silva (2006) *questiona a espetacularização*, do que se propõe o jornalismo, exibir fatos e conflitos reais, a representação imagética construída pelos entrevistados a partir de narrativas, enquadramentos, cenários, nos dizeres dele: *não mais como cidadãos, mas como personagens de uma telenovela*. Dessa maneira, a função do cidadão e da política são descaracterizados e relegados a segundo plano, quando na verdade o oposto é que deveria ocorrer. O artigo confirma o que a tese de Fernandes (2009) afirma sobre a proposta do *JN* ser cópia do projeto político *Caravana da Cidadania* do, então, candidato Luiz Inácio Lula da Silva, nas eleições de 1994, e vai além, conforme trechos abaixo:

(...) "Quais são os desejos dos brasileiros?", nos pergunta o mesmo Pedro Bial, agora à frente da "Caravana JN". É o nome do ônibus azulão que desde a última segunda-feira começou a percorrer o país na condição de vedete da emissora para a cobertura da campanha eleitoral deste ano.

¹²⁰ SILVA, Fernando Barros e. Caravana leva circo para dentro da TV. Crítica. Folha de S. Paulo. 06/08/2006. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0608200615.htm>. Acesso em: 22 abr. 2022.

A escolha do nome talvez venha trair a promessa tão diligente da Globo de isenção jornalística. "Caravana" é uma palavra que no repertório político recente está associada à Caravana da Cidadania, como Lula batizou suas andanças por pequenas localidades do país entre 1993 e 1994. Até a chegada da "Caravana JN", a cobertura da Globo centrava-se no compromisso de exibir no telejornal, com tempos cronometrados, todos os candidatos à Presidência - fruto de um acordo entre eles e a emissora que a libera de incluir os nanicos nos seus debates. O cidadão da "Caravana JN" fica reduzido a sua representação folclórica, vira personagem típico, e a política, por sua vez, fica desencarnada, como se não tivesse sujeitos e conflitos reais. A naturalização da história é uma das mágicas da Globo (BARROS E SILVA, FSP, 2006).

Na realidade paralela criada pelo discurso jornalístico, a escolha por determinadas cidades em detrimento de outras, segundo Mário Marona¹²¹ (2009), ex- editor chefe do JN, prova que “a Caravana jornalística é uma ideia marqueteira já que, como uma rede que dispõe de mais de cem equipes de telejornalismo por todo país, a Globo não precisaria de um ônibus para mostrar o Brasil real”. Uma atitude política de sua editoria.

O ônibus do JN é uma tomada de posição, um gesto político e editorial. Mas trata-se apenas de uma correção de rumo. O maior telejornal do país quer apenas olhar para o interior e dizer: – Nós não esquecemos de vocês. – Tinha esquecido, sim, infelizmente (MARONA, 2009, p. 2).

Marona (2009) relembra as consequências geradas pela cobertura das eleições de 2006, tanto em relação a proposta da *Caravana JN* como ao telejornalismo do Grupo Globo no JN na cobertura dos presidenciais e governadores. *As polêmicas geradas nos bastidores resultaram na demissão do repórter Rodrigo Vianna*. A atitude desafiadora de Vianna sobre o posicionamento do sistema midiático Globo. Em longo relato, enviado por e-mail (carta/desabafo) a todos os funcionários da sucursal de São Paulo.

Nomeado de *Lealdade* faz um *mea culpa* ao descrever com rigor discursivo situações vividas por ele, nos bastidores do telejornal, da maior rede de televisão do país, o texto é repassado por *e-mail* aos colegas, apesar da tentativa de bloqueio de seu correio eletrônico e crachá.

Estamos apresentando, portanto, um cotejo de trechos pertinentes à nossa discussão. Vianna¹²² detalha ações, pedidos, ordens dos diretores (chefões) da *Globo* intervindo nas coberturas das eleições de 2006, assim como, nas interpretações dos contextos políticos. Ele

¹²¹ MARONA, Mário. Jornal Nacional tenta retomar o caminho. De ônibus. Observatório de Imprensa. Ago.2006. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/jornal-nacional-tenta-retomar-o-caminho-de-onibus/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

¹²² O texto “Repórter da Globo denuncia parcialidade na cobertura das eleições de 2006” foi publicado na Revista “Carta Maior” em 19 dez. 2006. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Reporter-da-TV-Globo-denuncia-parcialidade-na-cobertura-das-eleicoes-de-2006/4/12406>. Acesso em 13 abr. 2020.

chega a revelar o pedido de ocultamento de vários fatos, que não interessava à RGT, *como denúncias claras em relação ao Partido da Social-Democracia Brasileiro (PSDB) em São Paulo e interior omitidas pela RGT em favorecimento a políticos como José Serra, conforme carta.*

Quando entrei na TV Globo, os amigos, os antigos colegas de Faculdade, diziam: "você não vai agüentar nem um ano naquela TV que manipula eleições, fatos, cérebros". Agüentei doze anos. E vou dizer: costumava contar a meus amigos que na Globo fazíamos - sim - bom jornalismo. Havia, ao menos, um esforço nessa direção (...) Parecia uma virada. Infelizmente, a cobertura das eleições de 2006 mostrou que eu havia me iludido. O que vivemos aqui entre setembro e outubro de 2006 não foi ficção. Aconteceu. (...) Também não vi (antes do primeiro turno) reportagens mostrando quem era Abel Pereira, quem era Barjas Negri, e quais eram as conexões deles com PSDB. Mas vi várias matérias ressaltando os personagens petistas do escândalo. A Globo, infelizmente, não foi "leal" com o público. Nem com os jornalistas. Vai pagar o preço por isso. É saudável que pague. Em nome da democracia! (...) Nunca, nem na ditadura (dizem-me os companheiros mais antigos) tivemos na Globo um jornalismo tão centralizado, a tal ponto que os repórteres trabalham mais como bonecos de ventríloquos, especialmente na cobertura política! Por que o JN não deu no dia 29 de setembro? Levou um furo? Não. Furada foi a cobertura da eleição. Infelizmente (...) (VIANNA, 2006, on-line, s/p.).

Vianna não foi o único jornalista a ser demitido pela Globo. Outros que também se recusaram a assinar o abaixo-assinado divulgado entre os funcionários, em defesa da cobertura feita pela empresa na campanha presidencial de 2006, após as eleições, isentando sua parcialidade. Caso do *editor de economia, Marco Aurélio Mello*¹²³ que chegou a assinar o documento, mas depois, ao perceber que o texto seria usado politicamente, pediu a Mariano Boni, da chefia de redação do Jornal da Globo, para retirar seu nome.

Na ocasião, outras quatro pessoas fizeram o mesmo pedido. Boni teria dito "*quem não estiver satisfeito com a cobertura da Globo que pegue o chapéu e vá para a Record*" (MELLO, 2006, s.p.).

Considerando os motivos relatados e divulgados pelos dois jornalistas demitidos, trata-se do velho ditado popular *faça o que eu falo e não o que eu faço*, é exatamente assim que acontecem as práticas de ocultamento da realidade, já tão condenadas, em passado não tão longínquo do telejornalismo, do *JN*.

Os jornalistas do telejornal foram testemunhas oculares de fatos que marcam a história. O cidadão, sujeito comunicante, muitas vezes, é iludido pelo espetáculo televisivo, pelas narrativas multifacetadas, que aparentemente incentivam a exigência de ações dos cidadãos, bem como a fiscalização dos poderes públicos, o reforço a estereótipos, evidenciando assim

¹²³ Matéria Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Globo-demite-editor-de-economia-do-Jornal-Nacional/4/13030>. Acesso em: 24 abr. 2022.

preconceitos e desigualdades, que legitimam e outorgam os produtos da mídia, a exemplo do *JN*, a função de narradores, estes se apresentam como o *Grande Irmão*, habilitado para defendê-lo, e a cidadania vai se limitando às denúncias, reivindicações de direitos e deveres, ou melhor, a um discurso que a Globo elabora e vende como tal, em sintonia com o que a empresa jornalística necessita naquele contexto eleitoral, a ponto de garantir seus negócios. Com isso, a cobrança externa da RGT perante a sociedade é, antes de tudo, aquilo que a Globo não vem praticando internamente no *JN*.

Dessa forma, passamos da manipulação, estágio primitivo da dominação das mentes, e da ‘servidão voluntária’, degrau superior da manipulação, à imersão total (MACHADO, 2007, p. 32). As condições apresentadas até o momento permitem reafirmar que *o Príncipe Eletrônico (IANNI, 1999) está mais vivo e reinando como nunca, seja na dimensões psicossociais, socioculturais e político-econômicas que podem polarizar-se em atividades e imaginários de indivíduos e coletividades (...) também pode ser traduzido em:*

opções, convicções e ações políticas, em geral influenciadas pela mídia eletrônica e impressa, destacando-se a televisiva. Há, portanto, toda uma vasta e complexa rede de articulações corporativas envolvendo mercados e ideias, mercadoria e democracia, lucratividade e cidadania (IANNI, 1999, p. 24).

Apesar do relato, nas próximas eleições, em 2010, a RGT criará um novo produto, no período eleitoral, o *JN no Ar* a ser descrito a seguir.

4.6 JN no Ar - 2010

Kehl (2004) nos lembra que *a televisão é uma tradução espetacular da indústria cultural, espaço em que o telespectador contempla a tradução da vida em imagens no meio televisivo e é um consumidor de espetáculos*. A partir dessa reflexão entendemos que os projetos como a *Caravana JN* de 2006, desenvolvido pela RGT, em que uma equipe de comunicadores percorreu o Brasil, por meio de um ônibus, e até um barco em regiões mais longínquas da região Norte, e, em 2010, a nova série eleições seguiu a mesma linha editorial, com o diferencial do transporte: os aviões *Falcon 2000 (médio porte) e Caravan (pequeno porte)*.

Tais produções, equipadas com tecnologias especiais do telejornalismo da *Globo*, trazem propostas de modo a ouvir os moradores/cidadãos das localidades brasileiras ao mesmo tempo em que oferecem elementos que subsidiam o espetáculo televisivo, transitam pelo cotidiano, pelo comum, como forma de aproximação com o público telespectador que nutre a expectativa de ver ao vivo os repórteres em sua cidade.

Desse modo, o *JN no Ar que percorreu o Brasil sob o comando jornalístico de Ernesto Paglia compondo a série Eleições 2010* foi pensada, a partir de pesquisa exclusiva à Globo, elaborada pelo IBOPE, com mensuração dos assuntos mais pedidos pelos brasileiros, no caso: *saúde, educação, segurança, emprego e salário e custo de vida*. No projeto, a participação de outros nomes da Globo como: os repórteres Marcelo Canellas, Lilia Teles, Tonico Ferreira, José Roberto Burnier e Sandra Moreyra que se dividiram pelas regiões do país para escutar diferentes opiniões sobre esses temas. Os critérios de seleção dos municípios participantes foram divulgados, tratou-se de sorteio realizado na véspera da viagem, na bancada do *JN*, os locais sorteados precisavam comprovar população superior a 40 mil habitantes, além de ter aeroporto localizado a no máximo uma hora e meia da cidade.

Depois das críticas sobre a superficialidade e parcialidade das matérias da *Caravana JN*, em 2006, o *JN no Ar* ampliou o espaço das reportagens de cerca de dois minutos para cinco, *incluiu mais fontes e trouxe dados gerais que caracterizavam de forma mais consistente e comparável a realidade de cada município* (OMETTO; DOMINGOS, 2011).

A equipe de jornalistas percorreu em *cinco semanas, os 26 estados do Brasil* e o Distrito Federal, com o propósito de investigar o que os moradores da cidade sorteada, na véspera da viagem, na bancada do *JN*, gostariam de melhorar em sua região. E, além disso, o que eles achavam que podia servir de exemplo para outras localidades do país. Nas palavras do comunicador a série pretendia realizar: *“Um check-up, uma radiografia da realidade econômica, política, social e cultural dos lugares por onde passou”* (PAGLIA, 2011, p. 1).

A estreia do *JN no Ar* foi no dia 23 de agosto de 2010, quando o apresentador William Bonner ancorou o telejornal direto da Fortaleza de São José de Macapá, no Amapá, diante de um público de aproximadamente *sete mil pessoas*. Bonner anunciou qual seria a primeira cidade a ser visitada pelo *avião do Jornal Nacional*, escolha feita através de um sorteio. Logo após o anúncio, Ernesto Paglia embarcou com a equipe rumo a Igarassu, em Pernambuco. A última parada do *JN no Ar* foi em Rio Grande, no Rio Grande do Sul.

O estado de Mato Grosso do Sul, novamente como a proposta anterior da *Globo*, contou com a participação de apenas um município sorteado para receber a equipe do *JN no Ar*, que *foi a Ponta Porã que faz divisa com o Paraguai*. Na passagem de Paglia pelo território sul-mato-grossense, a experiência (mais de 4 minutos) de apresentar a *miscigenação cultural* do local, a começar pelo idioma falado, *guarani, espanhol e português* revelou dados do Censo e números enfatizando um estado com o menor PIB do Centro-Oeste, *com 82% de falta de saneamento básico*, com ruas por asfaltar, tal como a que ele fez a gravação que dividia o Brasil com o país vizinho pisando na terra.

Além de reportar a localidade como ponto de passagem do tráfico de drogas e a facilidade de transitar pela fronteira, dessa maneira, pela edição das imagens, *houve no site da própria Globo inúmeros comentários criticando a forma que Ponta Porã foi retratada na visão de moradores* com apenas os aspectos negativos e entrevistas e imagens do Paraguai. Nessa visão, “o espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos” (DEBORD, 1997, p. 171).

A construção midiática da ideia de cidadania no *JN no Ar*, em 2010, passou por uma consulta à população feita pelo Instituto de Pesquisa (IBOPE), como forma de ratificar que a indústria televisiva estava refletindo os desejos e necessidades dos eleitores/cidadãos do país naquele momento, em que antecedia o pleito eleitoral, entretanto, a fala de Ernesto Paglia (2010) diz muito sobre a operacionalização da Globo sobre a temática: “*O Brasil tem os mesmos problemas de Norte a Sul: saneamento básico, educação, segurança. O desafio era procurar assuntos novos, não podíamos contar histórias iguais em 38 municípios*”.

A explicação dada pelo coordenador do *JN no Ar* ao *Memória Globo* só corrobora a forma que a temática da cidadania é inserida entre as estratégias de audiência e publicitária da RGT, na medida em que, como produtora de conteúdos culturais, a *Globo* aproveita-se do *marketing* e *merchandising* social (DOURADO, 2018) ao propor temáticas vinculadas aos direitos sociais, políticos e econômicos, restringindo-se ao aspecto da informação, com a característica didática de educar sua audiência. Contudo, tal atitude lhe garante a consolidação da imagem pública de uma empresa responsável, conforme se comprovou em tese doutoral de Jacqueline Lima Dourado (2008).

Seguindo a lógica do capitalismo neoliberal, o oligopólio midiático é dependente da comercialização de seus produtos e, caso não atendam às regras mercadológicas globalizadas que agradam tanto ao público de patrocinadores como de consumidores, os prejuízos financeiros são certos. Sendo assim, a menção de Paglia quanto a *procurar assuntos novos* para além da prática jornalística significa o mesmo que dizer, *criar outros vieses*, inserindo temas mesmo que não estejam entre aqueles solicitados pela população, de acordo com o IBOPE. Mas, garantem a audiência ao mesmo tempo que possibilitam a entrada financeira por peças publicitárias, das empresas patrocinadoras, afinal, trata-se de valores monetários altos que no *ranking* de produtos com a marca do *Grupo Globo*, só é menor do que a telenovela das 21h.

*Retomado a questão do JN no Ar, após as eleições de 2010*¹²⁴, torna-se quadro fixo na programação do JN com reportagens especiais, indo até 2012. Tanto que, no dia primeiro de janeiro de 2011, dia da posse da presidenta Dilma Rousseff, o avião decolou do Rio de Janeiro em direção a Brasília para levar o apresentador William Bonner, que fez a ancoragem do noticiário diretamente da capital federal.

*Ainda em janeiro de 2011, o JN no Ar retorna à Mato Grosso do Sul, em Dourados*¹²⁵, na *Reserva Indígena*, com o repórter André Luiz Azevedo para mostrar a situação precária dos postos de saúde da região, decorrência do mau uso do dinheiro público e para apurar o destino de quase dois milhões de reais destinados pelo governo federal à prefeitura da cidade para a área de saúde indígena no município. Apesar de a União ter repassado R\$ 1,8 milhão à prefeitura ao longo de pelo menos três anos (2009, 2010 e 2011), *os quatro postos de saúde das aldeias Bororó e Jaguapiru encontravam-se em situação degradante*. O Ministério Público Federal (MPF) tinha dado prazo de 48 horas, a partir do pedido de informações, para a prefeitura se manifestar.

A reportagem da RGT mostra uma das funções do cidadão comum, discurso constantemente usado no *JN no Ar* antes das eleições, a de pressionar o governo local a se posicionar e mostrar à opinião pública o caráter de fiscalização relacionado a construção de cidadania que o sistema midiático vem construindo nesses períodos eleitorais.

Por tratar de um município que compôs nosso contexto de pesquisa, em 2018, verificamos que foi, entre os outros três, o local que mais se exigiu o reconhecimento de valores como honestidade, caráter e do pedido de menos corrupção, de acordo com os 203 respondentes, em resposta à pergunta: *Que Brasil que eles queriam para o futuro*, os resultados mensurados foram: honestidade (59% - 113 pessoas) ficando em 1º lugar e menos corrupção (54% - 110 pessoas) ocupando a segunda colocação.

Em 2010, o país vive um momento econômico diferenciado, o ex-presidente Lula deixa o governo com mais de 86% de aprovação e com índices consideráveis em diversas pautas das políticas públicas, retratadas por pesquisas do IBOPE e reportagens inclusive da *Globo*¹²⁶.

¹²⁴ O projeto se transformou no livro: *O Diário de Bordo do JN no Ar*. PAGLIA, Ernesto. São Paulo: Editora Globo, 2011.

¹²⁵ Em dezembro de 2010, uma reportagem do *Fantástico* da Globo mostrou a prisão de políticos, prefeitos, assessores e vereadores acusados de esquemas de corrupção. Dourados é uma das cidades que compõem o contexto de nossa pesquisa de campo (2018).

¹²⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em: 06 maio 2022.

Desse modo, nas eleições de 2010 Dilma Rousseff (PT) é eleita a primeira mulher presidenta do Brasil.

4.7 Série Eleições - 2014

Em pleno ano eleitoral, a divulgação da *Pesquisa Brasileira de Mídia*¹²⁷ (BRASIL, 2014), em fevereiro de 2014, evidenciava a dupla potência: a televisão e a *Globo*. Os dados demonstravam que entre os hábitos de consumo dos brasileiros, em relação à mídia, o domínio era da TV que alcançava, devido ao consumo e abrangência no país, 97% da população brasileira. Desse modo, assistir à televisão era “um hábito que unia praticamente todos os brasileiros, com independência de gênero, idade, renda, nível educacional ou localização geográfica” (BRASIL, 2014, p. 7).

A pesquisa revelou ainda que a TV, da família Marinho, aparecia também como o canal televisivo mais influente do Brasil, de acordo com a abrangência e audiência. Assim, um de seus principais produtos midiáticos o Jornal Nacional (JN) ocupava a liderança da audiência. Todavia “assume o primeiro lugar não só na categoria telejornal mais assistido no país, mas também aparece como o mais citado em resposta à pergunta espontânea: ‘Que programa de TV aberta ou paga o(a) sr(a). mais assiste de segunda a sexta-feira?’” (BRASIL, 2014, p. 28). Os números revelavam o domínio do *JN*, inclusive nas diversas faixas etárias, níveis de escolaridade, porte do município e renda.

Em agosto daquele ano, o *JN* exibiu uma série de reportagens sobre os problemas que mais afligiam os brasileiros, a *escolha das pautas resultaram de pesquisa do Instituto Datafolha*, no caso: *Saúde Pública* feita pelo repórter Tônico Ferreira; César Menezes mostrou os principais problemas na área de *Segurança*; coube a Marcelo Canellas tratar das questões que envolvem *Trabalho e Emprego*; a repórter Cristina Serra revelou quais são os principais desafios da *Educação*; a situação dos transportes foi abordada por Paulo Renato Soares; e o repórter Fábio Turci fechou a série tratando da *inflação e seus efeitos*.

Os cinco repórteres mencionados, das emissoras da *Globo*, com apoio de jornalistas das afiliadas, foram mobilizados para acompanhar o dia a dia dos candidatos. Ainda em agosto, no dia seguinte de sua entrevista ao *JN*, o candidato à presidência *Eduardo Campos (PSB) sofre*

¹²⁷ BRASIL, 2014. Pesquisa Brasileira de Mídia. Disponível em: file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Livro%20Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mídia_INTERNET.pdf. Acesso em: 25 abr. 2022.

um trágico acidente de avião que matou os sete ocupantes da aeronave: ele, quatro assessores, o piloto e o copiloto.

Para além das tradicionais entrevistas, houve uma série de reportagens exibidas no *JN*, em agosto de 2014, que diziam sobre os maiores problemas enfrentados pelos brasileiros, de acordo com a amostra do *Instituto Datafolha* encomendada pela *Globo*. Com isso, em uma breve análise das matérias observamos “neutralidade discursiva” diante das pautas apresentadas (entrevistados e repórteres não apresentavam conflitos), se comparados aos materiais das séries dos anos anteriores.

Em compensação, percebemos a tendência dos jornalistas do *JN* em enfatizar com certa frequência, durante as narrativas jornalísticas, *um culpado* para a situação apresentada tanto que, em vários momentos, *o Governo Federal* era constantemente citado de maneira direta ou indireta nos desfechos dos episódios.

Ao nosso ver, a cidadania, não mencionada diretamente na série, foi representada por trechos interligados em duas matérias jornalísticas da série, sendo uma sobre a *Saúde Pública* (1º lugar entre as temáticas mais pedidas) e outra acerca da *Educação* (4º lugar). Nessa última temática, a ideia de cidadania estava relacionada a direitos, à Constituição, o exemplo mencionado tratava-se do *artigo sobre o direito a educação pública de qualidade*. Mediante análise exposta, Lima (2009, p. 18) assegura que a interface entre mídia (conjunto de instituições que usa tecnologias específicas para realizar a comunicação humana) e política (no sentido de atividade pública, visível e democrática) requer diálogos e análises criteriosas, para tanto desenvolve sete teses a respeito, que são:

A primeira tese é sobre a centralidade da mídia e seu poder na construção da realidade. A segunda é que não há política nacional sem mídia a política nos regimes democráticos é, ou deveria ser, uma atividade eminentemente pública e visível, o conceito de público se altera pela mediação. A terceira tese trata da atuação da mídia como partido político e adapta várias de suas funções tais como: a) construção de agenda pública; b) gerar e transmitir informações políticas; c) fiscalizar as ações do governo; d) exercer as críticas das políticas públicas e e) canalizar as demandas da população, quarta tese: a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais; a quinta tese: mudanças eleitorais causadas pela mídia que se transformou em atores com interferência direta no processo político; sexta tese: as características históricas específicas do sistema de mídia no Brasil potencializam seu poder no processo político e sétima tese: as características específicas da população brasileira historicamente potencializaram a característica da mídia no processo político, sobretudo, no processo eleitoral. (LIMA, 2009, p. 19-29).

Carvalho (2014) é outra autora que analisou as entrevistas ao vivo e gravadas dos candidatos à presidência de 2014, pelos âncoras do telejornal. Segundo ela, *o predomínio dos*

temas ético-moral e político-partidário foram indicativos que reforçavam a preferência por desqualificar os candidatos.

Percebe-se, com essas considerações, um posicionamento do JN com a pretensão de deslegitimar a posição do político e candidato perante o veículo de comunicação que o questiona. “A participação dos jornalistas se sobressaiu a dos candidatos, o que reforça a influência e o poder do meio de comunicação sobre o campo político” (CARVALHO, 2015, p. 24). Em conformidade com esse pensamento, a tese doutoral *Flutuações do Ethos da Globo na Cobertura das eleições presidenciais* de Vanessa Amin (2019) fez uma análise discursiva do cenário eleitoral de 2014, em especial, das entrevistas com os presidenciáveis no JN.

Amin (2019) critica a condução dos jornalistas da Globo, na bancada do JN, segundo a pesquisadora desvirtuaram o formato e o propósito maior das entrevistas, dando-lhe aparência de um debate sem rumo, rompido por várias interrupções, ironias, expressões corporais e faciais, mudanças no tom voz, ao que chamou de “espetáculo de constrangimento”, da parte dos apresentadores. Em suas análises conclusivas, um verdadeiro “bate-boca” com os candidatos. “Revelando o ethos de autoritária por parte da Globo (...) é evidente que as forças foram maiores quando do outro lado do ringue ou melhor na outra ponta da bancada estava a candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) - Dilma Rousseff” (AMIN, 2019, p. 203).

Finalizando a discussão do pleito de 2014, outras análises, agora, de todas as edições do JN e alguns capas de *O Globo*, durante todo o período eleitoral, foram feitas pelos pesquisadores Feres Junior e Sassara (2016). Eles entenderam que o *Grupo Globo* apresentou aos seus telespectadores *imagem bastante negativa do grupo político que tentava a reeleição, no caso, Dilma Rousseff (PT), adotando estratégias diferenciadas em dois de seus principais meios de comunicação, assim,*

enquanto a cobertura do JN, sob escrutínio direto da regulação do TSE por tratar-se de TV aberta, manteve um equilíbrio de neutras para os candidatos e um viés antipetista forte nas contrárias, mas que se dilui um pouco na superioridade numérica de neutras sobre contrárias, *O Globo, gozando de maior liberdade regulatória, fez uma abordagem sem sutilezas e veementemente contrária à candidata Dilma Rousseff, e, principalmente, ao seu partido e ao seu governo* (FERES JUNIOR; SASSARA, 2016, p. 54).

Após as eleições de 2014, *em 2016, ocorreu o Golpe que destituiu a presidenta Dilma Rousseff, o espetáculo político-midiático* (NUNES, 2019) teve como ponto de partida as *manifestações de junho de 2013*¹²⁸ nas ruas motivadas por denúncias de corrupção,

¹²⁸ Em resumo, as manifestações de rua ocorridas em junho de 2013 foram oriundas da insatisfação da população com a qualidade dos serviços públicos, principalmente com os transportes, com a crise política no governo, alguns

descontentamento com a qualidade dos serviços públicos, tarifas de transporte, decomposição da base do governo no Congresso Nacional, que dominaram os jornais daquela época, com momentos tensos e até brutais de agressões contra a imprensa que se seguiram até a oficialização do Golpe¹²⁹, em agosto de 2016. Conforme afirmou em entrevista o sociólogo Boaventura Sousa Santos (2016), *o impeachment foi um Golpe Parlamentar*, pois não conseguiu demonstrar as responsabilidades por crimes que o justificassem, ato que *agravou ainda mais o frágil sistema democrático*, não apenas no Brasil, mas em todo o continente sul-americano.

A pesquisadora Maria Eduarda da Mota Rocha (2019), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no artigo *O Jornal Nacional e o rito de destituição de Dilma Rousseff*, analisou as coberturas midiáticas que a *Globo* e o *JN* passaram a realizar e que foram, em sua visão, muito importantes, na elaboração de uma narrativa de destituição, a partir do material oferecido pelas outras instâncias, no caso os Poderes Judiciário e o Legislativo. Rocha (2019) analisou cinco edições do *JN* correspondentes aos passos do Golpe, em sua etapa final, por meio de análise de estrutura.

A autora sustenta que se o espaço onde se deu o Golpe de 2016¹³⁰ foram as duas casas do Congresso, seu principal poder simbólico foi a bancada do JN. Ela argumenta acerca do contrato de leitura (FAUSTO NETO, 1996) proposto pelo telejornal aos seus telespectadores. *E nos momentos mais tensos do Golpe, lembra a pesquisadora, o JN trazia uma marca melodramática, a perspectiva moralizadora, despolitizada, da crise política que o Brasil atravessava.* Diz ela: “uma negação da política em nome de um ideal de pureza moral a Globo e as demais instâncias de poder, que chancelam o golpe parlamentar” (ROCHA, 2019, p. 377).

Após dois anos, as eleições de 2018 trarão outras modificações na proposta da mídia tradicional, como esfera pública, e inaugurará *uma nova fase na matriz de circulação das ações comunicativas*, um novo contexto, obriga a grandes reestruturações discursivas, técnicas e de infraestrutura nos canais televisivos e radiofônicos em concorrência às tecnologias digitais.

movimentos “convocavam” os cidadãos pelas redes sociais digitais para irem à rua. O assunto ocupava grande parte das grades de programações do telejornalismo, que dedicava edições inteiras de seus telejornais a coberturas dos protestos em todo o país.

¹²⁹ Entrevista concedida ao periódico uruguaio *La Diaria*. A entrevista é de Diego León Pérez e Gabriel Delacoste, publicada por *La Diaria* e reproduzido por *Outras Palavras*, em 10/05/2016. Tradução de Antonio Martins. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/554872-boaventura-chegou-a-hora-de-uma-nova-esquerda>. Acesso em: 11 out. 2019.

¹³⁰ Descrita na contextualização das eleições de 2018, capítulo 2.

4.8 Eleições 2018: O quadro O Brasil que eu quero (OQBRQ)¹³¹

Em relação às eleições, o cenário do contexto político brasileiro, entre 1982 até 2014, apresentou um crescente fortalecimento nas relações entre as operações midiáticas televisivas e a política. O *JN* ocupou em vários momentos tanto nas coberturas como nos projetos especiais, nos anos eleitorais, a função de “mediador” entre a população e o poder público, conforme descrições anteriores.

*O ano de 2018 foi simbólico na política do Brasil refletindo acontecimentos atípicos em outros anos de pleitos eleitorais¹³², a começar em abril pela prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), a ausência do então candidato Jair Bolsonaro (PSL) na segunda rodada de entrevistas com os presidentiáveis no *JN*, demonstrando insatisfação com a RGT e com a mídia tradicional, principalmente com os jornalistas, sem contar na polêmica “facada” etc. Neste movimento histórico-social, observa-se também que novas estratégias comunicacionais (redes sociais, dispositivos) conquistam cada vez mais espaços, deslocando a centralidade da TV, de “elos de contato” entre os eleitores e candidatos/governantes, devido a novos *modus operandis* da matriz de circulação que, valendo-se da disseminação de um *discurso de combate*, define um novo estágio da midiatização da política (FAUSTO NETO, 2019).*

As novas formas de ações comunicativas se manifestaram com força durante a campanha de 2018, indicando o enfraquecimento dos velhos meios de comunicação e o fortalecimento dos novos no ambiente digital, que ganharam mais espaço com o candidato Jair Bolsonaro e se fortaleceram ainda mais a partir de sua posse, em 2019, como Presidente da República em Brasília. Com o discurso de: “Cheguei ao poder, graças às mídias sociais” (JB, UOL, 01/11/2018), JB em desconhecimento ou mesmo redução das antigas formas de mediações, inaugura um novo momento vivido pela mídia tradicional hegemônica, assim:

O universo das redes sociais aparece como um cenário que arquiteta novas formas de interação, submetendo os campos sociais a novas condições de interfaces e de interpenetração, através de estratégias de contato. A referência mais presente é a própria campanha presidencial de 2018, quando fundamentos desta nova “pedagogia” são ofertados e postos em ação, especialmente pelo viés de redes sociais, mediante “estratégias de combates” que foram consideradas alternativas às utilizadas por campanhas anteriores, qualificadas como formas de mediação (FAUSTO NETO, 2019, p. 13).

¹³¹ Os critérios seletivos de OQBRQ não foram revelados. Tentamos de todas as formas, com documentação junto ao Globo Universidade, ligações, e-mail, a resposta de um funcionário do Grupo Globo é que a devolutiva dos números apresentados no Programa Fantástico em 30/09/2018 seriam suficientes.

¹³² Descrição mais aprofundada feita no Capítulo 2.

Particularmente, mediante o novo tempo comunicacional, a televisão luta para manter o seu espaço e não perder seu poder de mediação, ainda que esteja em vias de *limitação* (FAUSTO NETO, 2018), *ousando manter sua hegemonia na relação entre sistema midiático e político brasileiro, a RGT apresenta um novo projeto de cobertura das eleições: O Brasil que eu quero (OQBRQ)*¹³³, durante sete meses, em todos os telejornais (e portais digitais), inclusive, no *Globoplay* (serviço de *streaming* de vídeos) sob o comando do *Grupo Globo*. Sendo assim, na tentativa de dialogar com o ambiente virtual, OQBRQ permite a interface a partir do uso do audiovisual, os dispositivos e plataformas virtuais, a TV se apresenta como uma orientadora, pelo estabelecimento de um protocolo, dos *desejos dos brasileiros* a partir da escuta de reivindicações, angústias, necessidades, operacionalizadas pela elaboração individual de vídeo-resposta à pergunta: *Que Brasil você quer para o futuro?*

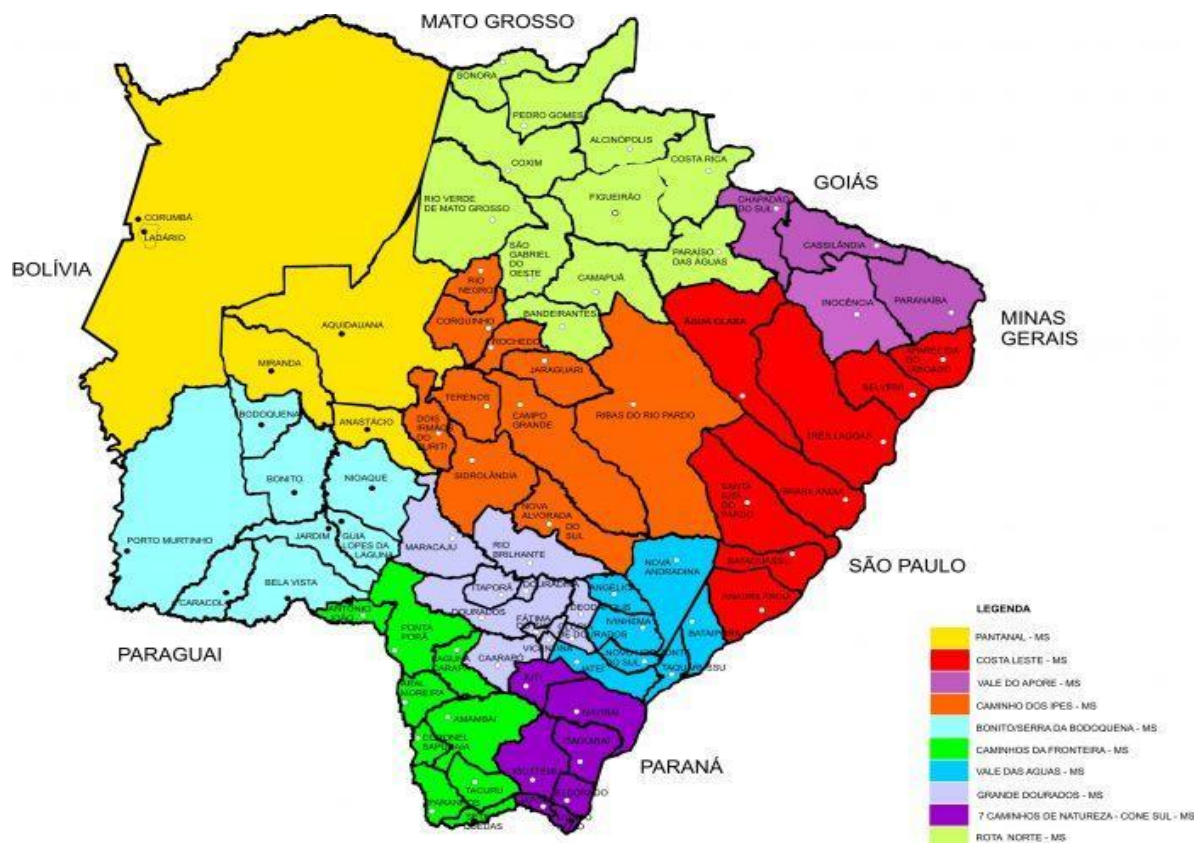
Diante da proposta de OQBRQ, nosso objeto de referência midiático, analisamos o quadro no *JN* nos quatro municípios¹³⁴ sul-mato-grossense (Três Lagoas - divisa com o estado de São Paulo, Campo Grande, capital, Dourados e Corumbá - Pantanal, divisa com a Bolívia) no contexto da pesquisa exploratória¹³⁵ com 1.010 respondentes. Ver mapa na Figura 8.

¹³³ Descrito minuciosamente como objeto de referência midiático, Capítulo 2.

¹³⁴ Participantes: Campo Grande (401 pessoas); Dourados (203); Três Lagoas (205) e Corumbá (201).

¹³⁵ Análise a ser apresentada, posteriormente, em perspectivas transmetodológicas.

Figura 8 – Mapa do Mato Grosso do Sul



Fonte: PantanalMS¹³⁶

A seguir, na Tabela 8 – Mensagens dos participantes (vídeos), as mensagens dos vídeos dos “porta-vozes” das cidades¹³⁷. Incluímos, posteriormente, entrevista em profundidade com o sujeito comunicante de Jaraguari (MS), a 44km da região de Campo Grande.

Tabela 8 – Mensagens dos participantes (vídeos)

<p>Jane dos Santos Três Lagoas, MS 09/03/2018 Jornal “Bom dia Brasil”</p>	<p>“O Brasil que a gente quer, um Brasil digno, de líderes, que entrem pra representar o nosso país, pra enriquecer uma nação e não a si próprio. Esse é o Brasil que a gente quer, saúde e educação.”</p>
---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹³⁶ Disponível em: /www.pantanalms.com.br/mapa-do-mato-grosso-do-sul-ms-brasil-turismo. Acesso em: 30 abr. 2022.

¹³⁷ Estas cidades possuem características diferentes e posições geográficas diversas no Estado, sendo as quatro maiores em densidade populacional e com matrizes econômicas distintas. Segundo os dados do IBGE, 2017, Campo Grande, a capital, possui 874.250 habitantes, seguida por Dourados, que é uma cidade universitária e ao mesmo tempo cidade polo/referência da produção agrícola do MS, com 218.069 habitantes, marcada por constantes conflitos entre produtores rurais e a população indígena de diversas etnias, tais como: os Guarani, Terena e Kaiowá; Três Lagoas, fronteira com São Paulo, é polo industrial, onde se concentram as maiores fábricas/indústrias do Estado, com 117.477 habitantes; Corumbá, cidade no coração do Pantanal, banhada pelo rio Paraguai, é a cidade mais antiga do Estado e faz fronteira com Paraguai e Bolívia, às margens do rio Paraguai, tendo 109.899 habitantes.

Ronilço Guerreiro Campo Grande, MS 14/03/2019 Jornal da Globo	<i>“Acredito que somente através da Educação poderemos ter um país melhor, porque onde não tem investimento na área cultural, a violência vira espetáculo.”</i>
Guilherme Regenold Corumbá, MS 15/03/2019 Jornal “Bom dia Brasil”	<i>“Eu queria pedir em prol da nossa classe de enfermagem. Para que o Brasil pudesse ter uma enfermagem valorizada em todo canto desse Brasil. E mais humanização no atendimento ao público.”</i>
Paulo Rodrigo Benites Dourados, MS 26/03/2018 Jornal “Bom dia Brasil”	<i>“Quero representar aqui minha linda cidade. Quero um Brasil menos preconceituoso com os negros, com os indígenas, e uma sociedade que possa amar uns aos outros.”</i>
Jackson José Rosa da Silva Jaraguari, MS 14/05/2018 Revista Eletrônica Fantástico	<i>“Eu sou o Jackson, da cidade de Jaraguari, Mato Grosso do Sul, e o Brasil que eu quero é um país onde haja respeito entre as pessoas, um país que lute por uma educação de qualidade, justa e igualitária. Para que nós tenhamos orgulho de dizer “eu sou brasileiro”.</i>

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Tabela 8, com as mensagens apresentadas pelos representantes de cada cidade, evidencia que a pauta da saúde precisa de apoio. Em nossa pesquisa exploratória, *uma saúde melhor* ocupava o 2º lugar na lista de pedidos dos moradores dos quatro municípios, sendo Três Lagoas aquele com porcentagem mais elevada de pessoas solicitando melhorias (22%¹³⁸). Entretanto, tal município foi apresentado nas reportagens especiais do *JN*, na primeira semana de outubro (2018), como aquele que oferta excelente qualidade na saúde, comparando-o com outro município de Mato Grosso do Sul, no caso, a pequena Fátima do Sul (MS), que possui uma excelente rede de saúde pública.

A narrativa da primeira reportagem especial¹³⁹ (feita pela jornalista Graziella Azevedo), que ficou mais de nove minutos no ar, iniciava-se na bancada com a âncora Renata Vasconcellos (2018) dizendo que “saúde foi uma das maiores preocupações dos mais de 50 mil cidadãos que mandaram vídeo para a gente”, e finalizada por William Bonner (2018): “Aqui no *JN*, nesta semana, o que nós queremos mostrar é que alguns desses desejos¹⁴⁰ são

¹³⁸ Em relação a 205 participantes.

¹³⁹ Trecho retirado da decupagem da reportagem.

¹⁴⁰ Atentamos ao fato da apropriação do verbete “desejo” no discurso (tele) jornalístico da Globo, para referir-se ao que na verdade nada mais são que as reivindicações dos cidadãos brasileiros, por meio de “O Brasil que eu quero”, na relação com o cenário sociopolítico local e nacional.

perfeitamente realizáveis, em alguns casos, o Brasil que todos nós queremos até já existe”. Faltou completar: e depende de sua atitude cidadão, em novos movimentos estruturantes de mediação *através da argumentação do que podemos fazer sozinhos* (FAUSTO NETO, 2019).

O JN, durante a semana que antecedeu as eleições, exibiu uma série de reportagens especiais sobre os pedidos mais solicitados, pelos sujeitos comunicantes ou como a Globo denominou “porta-vozes”, no caso: Saúde, Educação, Saneamento Básico, Menos Corrupção, Cidadania e Voto com responsabilidade, em vídeos de 15 segundos apresentados pelo OQBRQ. A marca do quadro apareceu nas entrevistas dos presidentiáveis, na bancada do telejornal, que, em 2018, terminava com a mesma pergunta feita aos cidadãos para enviarem o vídeo. No caso do candidato à presidência, a resposta deveria ser em um minuto, olhando para a câmera central.

Na exploratória, retomando as mensagens dos sujeitos comunicantes, outros temas ficaram evidentes entre as preferências dos moradores sul-mato-grossenses, destacam-se: a Educação (Educação de qualidade – 3º lugar) e a Cidadania (tratada em reportagem do *JN*), no tocante às minorias, negros e indígenas, caso do representante de Dourados, cidade que possui a maior população indígena do estado de Mato Grosso do Sul, que, por sinal, é o 2º maior estado em população indígena do Brasil (IBGE/2010).

A valorização da Educação e da Cultura foram as pautas elencadas na mensagem do porta-voz de Campo Grande, Ronilço Guerreiro¹⁴¹, um sujeito nada desconhecido da mídia televisa local da capital morena, observe trechos da entrevista.

Pesquisador: Você teve esse *start*, fez e já mandou e você ficou sabendo já quando foi ao ar? Não teve nenhum contato prévio?

Ronilço: Nada, nada não. Contato nenhum, nenhum; é assim que funciona meu. Ou seja, várias pessoas mandam e de repente aparece você lá. Eu não sabia, eu não tenho ninguém dentro da Rede Globo. Ah, você, como já participou da Globo lá, o pessoal te conhece, não. (Entre a gravação, envio e publicação no Jornal da Globo foi menos de um mês).

Pesquisador: Você acha que o fato de já ter sido personagem de alguns programas ajudou?

Ronilço: Não, não ajudou nada. Porque na verdade eles têm até alguns vídeos muito estranhos ali dentro né, uns vídeos com erros de português gritante, “menas corrupção” eu vi o pessoal falar, então assim, na verdade eu acho que eles pegaram e misturaram todo mundo assim, não tem nada não.

Pesquisador: Por que você resolveu mandar um vídeo para “O Brasil que eu Quero”?

Ronilço: Foi assim, foi um sábado, o pessoal da minha casa saiu todo mundo e eu fiquei morrendo de vontade de comer um peixe. Aí eu peguei e deixei o carro próximo à Praça das Araras (em frente a essa praça, que é um dos cartões postais da Cidade, com três gigantescas esculturas de araras, fica o restaurante mais tradicional no cardápio de peixes – Casa do Peixe) e pedi um marmitex. Eu vi as Araras e lembrei d’O Brasil que eu Quero, e eu falei assim, gente, eu queria mandar um vídeo, até pra falar um pouco da cultura, aí eu peguei e fiz o vídeo, rapidinho, gravei uma vez só, e

¹⁴¹ Ronilço Guerreiro foi eleito vereador (Podemos) para o mandato de 2021-2024 pela Câmara de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Site disponível em: <https://www.souguerreiro.com.br/>. Acesso em: 06 maio 2022.

falei assim: “O Brasil que eu quero é com cultura e educação, porque o lugar onde não tem cultura a violência vira espetáculo”. Só isso, pequei e mandei.

A mensagem do representante da capital do estado, Campo Grande, apareceu no *Jornal da Globo*. Tais narrativas não foram exibidas no *JN*. Três municípios foram apresentados no telejornal matutino *Bom dia Brasil*, e a mensagem do porta-voz de Jaraguari foi apresentada no *Fantástico*, neste caso, a pedido da própria RGT ao participante Jackson José. Conforme já mencionado, o jovem docente foi escolhido por uma afiliada da *Globo*, a *TV Morena*, para ser o “porta-voz” de Jaraguari, município de 6.414 habitantes (IBGE, 2011), localizado a 44 quilômetros de Campo Grande. O contexto discursivo está nos trechos da entrevista, explicitando que o aplicativo *WhatsApp* foi o suporte que a RGT usou para selecionar o participante e para receber o vídeo elaborado, a partir das orientações recebidas pelos produtores locais.

Pesquisador: Jackson, me diz uma coisa, o que motivou você a fazer um vídeo para a proposta de “O Brasil que eu quero”?

Jackson: “Então, na verdade *foi muito engraçado. Porque foi por indicação. Né.* Então, eu não tinha contato nenhum com ninguém da TV Morena, o pessoal que me procurou, mas, *peessoas da cidade de Jaraguari me indicaram* para essa jornalista. Ela entrou em contato, primeiro contato *dizendo que precisava de alguém da cidade*, que fosse alguém que tivesse um *contato bom com as pessoas*, que pudesse falar e enviar para eles. Eles que me indicaram e passaram meu contato para ela. Daí eu achei a ideia bacana né” (grifos nossos).

P: Você se lembra como foi esse contato dela com você? Você não lembra o nome dela?

J: Não, não lembro. Não me recordo. Foi por *whatsapp*, ela entrou em contato comigo, falou da onde que era, se apresentou e daí *disse da proposta do vídeo*. Se eu tinha interesse, sobre como seria, e que as pessoas haviam me indicado para fazer o vídeo. Eu disse vamos fazer, vamos lá (grifos nossos).

P: E você ficou surpreso com essa indicação?

J: “Sim, eu fiquei surpreso, por conta de pessoas, ou várias pessoas me indicarem. Me senti até com uma certa responsabilidade em falar algo em 15 segundos que é um tempo muito curto. Mas, *representar* em uma fala o que que é “O Brasil que eu quero” (Jackson Silva, Entrevista, 2019, grifos nossos).

Em dado momento da narrativa do quadro, Bonner afirma que o Brasil que muitos desejam no futuro já existe no presente, isso para iniciar a reportagem sobre saúde nas cidades de Mato Grosso do Sul, Fátima do Sul e Três Lagoas, respectivamente. Em análise aprofundada sobre a proposta de OQBRQ, de maneira geral, os questionamentos discorriam sobre os interesses da TV ao propor o quadro, logo após o primeiro anúncio de lançamento, sobre ser ano eleitoral, entre outros apontamentos que contribuíram para reconstrução de sentidos e interpretações.

Fausto Neto (2018), ao analisar OQBRQ¹⁴², logo após o lançamento (14/01/2018), observa que a proposta apresentada pela *Globo* não foi compreendida da mesma forma pelos sujeitos comunicantes, tanto que, ao analisar a repercussão sobre o objetivo e o protocolo normativo estabelecido pelo sistema midiático, o pesquisador enumera um conjunto de observações que se materializaram, em diversos níveis, a partir dos comentários deixados na rede social da *Globo* (*Facebook*) em 19/01/2018. Tais apontamentos acabaram repercutindo em outras manifestações, disseminadas em: a) vários tipos de sites; b) leituras das mídias sobretudo jornalísticas sobre OQBRQ; c) comentários de atores, jornalistas e outros intermediários na divulgação da campanha; e d) comentários específicos sobre as respostas dadas pelos atores sociais.

Tendo a pergunta central: *Que Brasil você quer para o futuro?*, a malha de sentidos gerada promoveu outras semantizações e reverberações, trazendo à superfície o que Fausto Neto (2018) definiu como *os limites da mediação televisiva*, evidenciados pela verificação de cinco pontos: *o primeiro* é acerca do *tema da campanha* em que os comentários indicam uma certa recusa no enunciado “que futuro você quer para o Brasil?”. Argumentos, como, por exemplo, “porque não filma comunidades carentes passando fome”, tal como: “O Brasil que você não quer?” etc.

O segundo item observado é a *pauta programativa* na qual os destinatários se tornam comentaristas e, ao dirigir perguntas a outros comentaristas, os transformam em uma espécie de “micro-comunidades de opiniões: vou mandar a prefeitura de Içara tanta corrupção lá dentro, vou mandar um vídeo bombástico, reunir a população em frente à prefeitura onde cada um vai poder passar suas angústias com os problemas da cidade” (FAUSTO NETO, 2018, p. 6).

O terceiro ponto apontado por Fausto Neto (2018) seria: *contestando regras*. Neste caso, o motivo alegado pelo público foi a abordagem dos ângulos sugeridos (descrição dos modos de fazer) e o curto tempo para gravação do vídeo, a crítica sobre o local era que a *Globo* pedia um local turístico, um cartão postal. Atores sociais então questionaram que, ao invés disso, deveria ser mostrada a realidade com os problemas enfrentados, questão que após o início do quadro nos telejornais foi sendo modificada.

O quarto foco trata-se dos *sintomas de descrenças sobre a mediação midiática*. As questões coletadas pelo autor estavam direcionadas sobre quais os objetivos da *Globo* com esses

¹⁴² FAUSTO NETO, Antônio. *Nos limites da mediação: Que Brasil você quer do futuro? Quero o Brasil do Presente*. Anais: Compós, Belo Horizonte, 2018. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho ‘Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos’ do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

vídeos: “eu quero que os meios de comunicação em massa como vocês parem de maquiagem e manipular o que está acontecendo no Brasil”, “a Rede Globo dá início a sua campanha política” ou, ainda, o desencanto com a política, “se deseja um país sem políticos corruptos e golpistas”, “um país de políticos honestos e trabalhadores e não de políticos ricos que querem ficar mais ricos roubando os pobres trabalhadores honestos” (FAUSTO NETO, 2018, p. 8).

Conforme relatado, os vídeos exibidos nos telejornais de OQBRQ eram disponibilizados no portal de notícias *GI*, na plataforma *Globoplay* e nas redes sociais (*Facebook e Twitter*) dos telejornais, esses dois últimos tornaram-se *suportes midiáticos* para armazenamento. Tal interface indicava o processo de descentralização dos velhos meios comunicacionais, caso da televisão, para os novos, ou seja, para os ambientes digitais, e, concomitantemente, ao processo de mudanças que a *Globo* tinha dado início.

O encerramento da campanha da *Globo* se deu no dia anterior ao primeiro turno da eleição de 2018, marcada pela desinformação e pelo intenso uso da comunicação digital. Com a eleição de Jair Bolsonaro, Fausto Neto (2019) atenta que o fenômeno da midiaticização emerge em um novo cenário de circulação, em que os sujeitos comunicantes estabelecem contatos via protocolos de redes digitais, a partir de fluxos diretos de “contratos de leitura” enfraquecendo a dependência até então dos velhos meios como a TV para se discutir política.

Particularmente na esfera da comunicação política, na medida em que as condições de acesso e de manejo discursivos geram profundas marcas sobre as lógicas mass midiáticas. Interações no seio das campanhas eleitorais, entre candidatos e eleitores, ou na esfera da governabilidade, entre presidente e cidadãos, passam a ser tecidas diretamente sem a intervenção midiática, até então exercida pela gestão técnico-discursiva das chamadas antigas mídias (FAUSTO NETO, 2019, p. 12-13).

Nessa linha de pensamento, no tocante ao poder das narrativas formadas no ambiente digital, encontramos a dissertação *Engajamento em redes sociais online na construção de universo transmídia: O Brasil que eu quero, para além da Globo*, de Adriano Austeclínio Pádua dos Santos (2020), que demonstrou como os processos de engajamento (EVANS, 2019)¹⁴³ são marcados por apropriação e ressignificação dos conteúdos originais da proposta da *Globo*. Os resultados mostram que as atividades do público no *YouTube* e *Twitter* efetuaram a ressignificação da mediação jornalística “moldando de forma imprevisível, um universo narrativo paralelo constituído por uma rede heterogênea de significados nessas plataformas centrada no humor e no deboche ao projeto televisivo” (SILVA, 2020, p. 91). A rigor, o recorte

¹⁴³ Para a autora, engajamento, no contexto da cultura transmídia, consiste na combinação de três componentes baseados nas ações do público: um tipo de comportamento, uma forma de resposta e um custo, podendo repercutir em um valor agregado à indústria midiática, pode configurar como algo financeiro, artístico e de reputação.

empírico feito de janeiro a outubro de 2018 apontou a proliferação de novos formatos de conteúdo caracterizados como figuras de linguagem, paródias, que geraram mais de 60 milhões de visualizações.

O *tweet* (mensagem publicada) com maior número de interações da amostra foi a do candidato à presidência da República, em 2018, Cabo Daciolo que aparece na simulação em uma suposta cidade que seria a sede da Havan em Santa Catarina, dizendo *este é o país que eu quero*. Esse *tweet* no Twitter chegou a 1.624.938 visualizações.

O engajamento do público motivado pelos conteúdos televisivos se estabeleceu em processos de apropriação da ideia original, do projeto editorial, a qual foi ressignificada em novas narrativas constituídas a partir de experiências pessoais e variados pontos de vista acionando os sentidos (SANTOS, 2020, p. 92).

Esses estudos vêm apontando a urgente necessidade de reconfiguração do conteúdo midiático televisivo e da mídia tradicional, por meio de outras plataformas digitais. Assim, entram em consonância com as análises de Fausto Neto (2019, p. 22-23), quando profere que “na dinâmica dos processos de circulação de sentidos, muitas disrupções podem surgir desses processos, cujas bordas de contenção não dão conta de vazamentos e de fluxos em descontinuidades”. No âmbito dos estudos, outro trabalho de conclusão de curso (TCC), *O Quadro o Brasil que eu quero: Um estudo acerca do Brasil e do neoliberalismo*, de Samuel Henrique Senra Campos Silva (2019), defende que, a partir da análise de OQBRQ, as narrativas aparentemente coerentes e bem elaboradas são propagadas em razão de uma disputa macroeconômica e política por poder. Silva (2019) explica ainda que, nesse quadro, por exemplo, debate-se com pouco aprofundamento um país menos desigual, em que se combata o privilégio de determinadas classes e setores da sociedade, como é o caso do setor financeiro.

Dessa forma, a indignação contra a classe política e judiciária acaba servindo de estímulo para se chegar a uma espécie de combustão, o estágio em que negar a política, a democracia e o Estado de Direito passam a ser alternativas. As pessoas são incitadas a se rebelarem com o Estado (...) É sempre um Estado ineficiente, é a confiança do mercado que precisa ser retomada e conquistada com medidas e reformas – impopulares – necessárias. (SILVA, 2019, p. 78).

Neste sentido, sobre os problemas estruturais da sociedade, é perceptível que o brasileiro sente que há algo de errado com o país, porém ele externa esse seu sentimento sincero, como, por exemplo, OQBRQ, “em meio a uma reverberação de simulacros – que legitimam, sem que ele se dê conta, o que apregoa diariamente a grande mídia, as elites financeiras e o mercado” (SILVA, 2019, p. 78).

Em outras palavras, os cidadãos não confiam nos políticos do país, conforme *relatório do World Economic Forum*¹⁴⁴, o *Índice de Competitividade Global 2018*, que *coloca o Brasil em último lugar entre 137 países pesquisados*. Outro dado é em relação ao *ranking* dos países, de acordo com a confiança pública em políticos, a partir da pergunta: *No seu país, como você avalia os padrões éticos dos políticos?* A resposta deve ser entre o número 1 (extremamente baixo) e 7 (extremamente alto). A média brasileira foi 1,3, evidenciando a baixíssima confiança dos brasileiros com a classe política.

A descrença na classe política brasileira e no papel que o *JN* desempenhou em diversas eleições provocou alterações no telejornal a partir dos anos 2000. Lima (2004) descreve que até as eleições de 2002, era consenso na literatura disponível que, desde sua estreia, em 1969, o *JN* tem uma tendência ao ponto de vista oficial. Entretanto, observa o pesquisador que, a partir de 2002, o comportamento editorial do telejornal se transformou em “solidariedade social”, não à toa, por conta de crise financeira que o sistema midiático *Globo* atravessava, concomitantemente, negociações com a equipe do candidato Luiz Inácio Lula da Silva.

Desse modo, como descrito até o momento, a partir desse período, o *JN* nas eleições passou a elaborar séries e programas especiais, envolvendo temáticas vindas da população, e a pauta da cidadania ocupa espaço.

4.9 Síntese: eleições JN e projetos eleitorais

O Brasil que a gente vê nas telas do *Grupo Globo* é marcado pela influência do mercado nacional e sobretudo internacional, por inovações comandadas pela nova estrutura hegemônica capitalista sob o comando dos Estados Unidos da América (EUA). O recebimento de verba pela multinacional norte-americana *Time-Life* abriu vantagens estruturais para a empresa brasileira, em 1967. O conglomerado midiático de tradição familiar nasceu como uma empresa privada, com foco no entretenimento e informação, como consequência os seus produtos foram criados para o atendimento de públicos consumidores de diversos segmentos e que, até mesmo nas pautas originárias de demandas sociais, a responsabilidade social é pensada a suprir as necessidades da indústria cultural.

Desse modo, o sistema midiático *Globo*, em diversos períodos históricos no Brasil, valeu-se da aproximação com a política do país, inclusive em períodos ditatoriais, as

¹⁴⁴ The Global Competitiveness Report 2017-2018. Disponível em: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/?doing_wp_cron=1532988984.8242220878601074218750#topic=data. Acesso em 05 abr. 2019.

negociações com os militares despertaram críticas em momentos importantes do país, como nas *Campanha das Diretas Já* (1984), em que não mostrou o movimento real na Praça da Sé, em São Paulo, e na contribuição dada à eleição para presidente que elegeu Fernando Collor de Mello (1989) e, depois, pelo *impeachment* comportamentos criticado por diversos autores.

Observa-se que a aproximação entre mídia e política no país é datada desde antes da ditadura, entretanto, a partir dos anos de 2002, como vimos, a *Globo* manterá um ritual de criar um produto pelo jornalismo que tratará, exclusivamente, da temática das eleições, seja com quadro específicos, seja por reportagens especiais. Retomemos:

Em 2002, a cobertura jornalística da *Globo* é motivo de elogios de pesquisadores da área, pela preparação, pelo tempo dedicado ao tema e apuração. A eleição de Luiz Inácio Lula da Silva traz ao jornalismo temas relevantes que reaparecem nas discussões, como a cidadania. Dando prosseguimento, Miguel (2002) alerta que a *Globo* atribui a si própria a posição de regente das eleições: pela fixação do espaço do politicamente aceitável e a cobrança de posicionamentos garantida via televisão de promessas de campanha no *JN*, onde o apresentador Bonner atesta a garantia em rede nacional.

Em 2006 cria o Caravana JN, inspirado no projeto norte-americano da rede televisiva ABC, na cobertura das eleições de 1950, quando o jornalista Peter Jennings percorria os locais a bordo de um ônibus. É a partir dessa proposta que nasce a *Caravana JN*, resultando na *Série Desejos do Brasil*, exibida entre julho a outubro daquele ano. Tal como na América do Norte, aqui, as reportagens aconteciam a bordo de um ônibus, *motorhome*, o “Priscillão”, como foi batizado. Entretanto, até um barco foi usado em determinados locais da Amazônia, na região Norte. Diversos especialistas apontam que a cobertura midiática, de maneira geral, inclusive da *Globo*, apresenta um número considerável de matérias jornalísticas negativas sobre o governo e ministros do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, candidato à reeleição (COLLING e RUBIN, 2006).

Com o JN no ar em 2010, a ideia de cidadania passou por uma consulta à população feita pelo Instituto de Pesquisa (IBOPE), como forma de ratificar que a indústria televisiva estava refletindo os desejos e necessidades dos eleitores/cidadãos do país naquele momento, em que antecedia o pleito eleitoral. Entretanto, conforme mencionado anteriormente no item 4.6, a fala de Ernesto Paglia (2010) diz muito sobre a operacionalização da *Globo* sobre a temática: “O Brasil tem os mesmos problemas de Norte a Sul: saneamento básico, educação, segurança. O desafio era procurar assuntos novos, não podíamos contar histórias iguais em 38 municípios”.

Em 2014, com a *Série Eleições*, além das tradicionais entrevistas, houve uma série de reportagens exibidas no *JN*, em agosto de 2014, que diziam sobre os maiores problemas enfrentados pelos brasileiros, de acordo com a amostra do *Instituto Datafolha* encomendada pela *Globo*. Em compensação, de acordo com texto do item 4.7, percebemos a tendência dos jornalistas do *JN* em enfatizar com certa frequência, durante as narrativas jornalísticas, *um culpado* para a situação apresentada, tanto que, em vários momentos, *o Governo Federal* era constantemente citado de maneira direta ou indireta nos desfechos dos episódios. Ao nosso ver, a cidadania, não mencionada diretamente na série, foi representada por trechos interligados em duas matérias jornalísticas da série, sendo uma sobre a *Saúde Pública* (1º lugar entre as temáticas mais pedidas) e outra acerca da *Educação* (4º lugar).

Após as eleições de 2014, em 2016, ocorreu o *Golpe que destituiu a presidenta Dilma Rousseff*. *O espetáculo político-midiático* (NUNES, 2019) teve como ponto de partida as *manifestações de junho de 2013*¹⁴⁵ nas ruas, motivadas por denúncias de corrupção, descontentamento com a qualidade dos serviços públicos, tarifas de transporte e decomposição da base do governo no Congresso Nacional, que dominaram os jornais daquele período. No ano de 2017, foi considerada a segunda maior televisão aberta do mundo (INTERVOZES, 2017), a noção de essência da *Globo*, que inclui a ideia de brasilidade, é retomada em 2018 com as reformulações implantadas pelo conglomerado.

Em 2018, finalmente, a *Globo* apresenta o quadro *O Brasil que eu quero (OQBRQ)*. *Nosso objeto de referência midiática* é apresentado, conforme descrição e aprofundamento no Capítulo 2.3. O quadro foi elaborado pelo Núcleo de Eleições do sistema midiático e consistia na gravação de um vídeo de até 15 segundos, pelo sujeito comunicante, para ser enviado à TV pelo portal digital *GI*. Na mensagem ele teria que responder ao questionamento central, proposto pela *Globo*: *Que Brasil você quer para o futuro?*

4.9.1 JN nas aproximações com o objeto referência midiática

Em 2022, os números mensurados por institutos de pesquisas comprovam que, apesar de todas as transformações, com a inserção do *streaming*, redes sociais, ambiente digital, a televisão brasileira e o *JN* ainda vivem. Assim, mais de 50% dos brasileiros assistem à TV

¹⁴⁵ Em resumo, as manifestações de rua ocorridas em junho de 2013 foram oriundas da insatisfação da população com a qualidade dos serviços públicos, principalmente com os transportes, com a crise política no governo, com, alguns movimentos “convocavam” os cidadãos pelas redes sociais digitais para irem à rua. O assunto ocupava grande parte das grades de programações do telejornalismo, que dedicava edições inteiras de seus telejornais à coberturas dos protestos em todo o país.

aberta¹⁴⁶, incluindo jovens entre 12 e 17 anos, sendo que entre os 60 ou mais atinge 80%. A *Globo* continua a líder de brasileiros sintonizados e o *JN* continua sendo o telejornal mais assistido com *média de 23,3% no ibope* (primeiro trimestre/ 2022).

O mercado ratifica esses dados, pois uma *peça publicitária*¹⁴⁷ (30 segundos) no *JN* pode ultrapassar 1 milhão de reais. Se for no chamado *break exclusivo*, o intervalo entre a primeira aparição dos apresentadores e o início do telejornal, em que há a exibição de apenas um comercial, o valor sobe para 1,3 milhão de reais.

Em cenários instáveis, dinâmicos e fluidos, como o citado, pensar as diferentes metodologias é uma necessidade cada vez mais urgente, tanto que, nesse momento, é oportuna uma reflexão sobre a constituição do objeto empírico de referência que acontece via teorias. Entretanto, o mesmo não está dado, pronto, adquire sentido em processos reflexivos do cientista, até porque as descobertas no âmbito científico não podem ser entendidas como verdades, mas como mundos em construção. Para além da utilização de diversas metodologias de pesquisa, a *transmetodologia* pressupõe a capacidade de observar o objeto por diferentes lentes.

Esse pensamento precisa ser embasado em diferentes áreas do saber, o que demanda do pesquisador e da pesquisadora o esforço de sair de “sua área” do conhecimento para buscar aportes em outros campos – afinal, diversos campos podem contribuir para a confecção de uma trama mais elaborada de conceitos para entender o objeto em questão (ALMEIDA e MALDONADO, 2020, p. 100).

Para aproximações e o adentrar na *aventura da percepção* (BOSI, 2003) com o objeto de referência midiática (OQBRQ) realizamos os seguintes procedimentos¹⁴⁸ transmetodológicos (MALDONADO, 2011)¹⁴⁹, que perpassam toda a pesquisa. Inicialmente, a primeira técnica foi a do vídeo fórum (*Campo Grande*) - A prática do *videofórum*, em Campo Grande, capital sul-mato-grossense, reuniu quatro participantes que assistiram trechos de edições de OQBRQ¹⁵⁰ no *JN*. Pelas respostas, foi possível ver o alcance do telejornal. Uma das

¹⁴⁶ Ver: <https://canaltech.com.br/entretenimento/22-dos-brasileiros-usam-streaming-mas-tv-aberta-ainda-e-forte-208740/>. Acesso em: 06 maio 2022.

¹⁴⁷ Dados de janeiro/2021. Disponível em: < <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/quanto-custa-comercial-globo/>>. Acesso em 01 maio 2022.

¹⁴⁸ Discutiremos no Capítulo 5 tais procedimentos, detalhadamente.

¹⁴⁹ Em Maldonado (2011, p. 10), “a transmetodologia define-se como uma vertente epistemológica que afirma a necessidade de confluências e confrontações entre vários métodos realizando processos de atravessamentos lógicos, desconstrução estrutural, reconstrução de estratégias e problematizações redefinidas”.

¹⁵⁰ Os vídeos de OQBRQ exibidos no *JN* durante todo o mês de julho 2018 (mensuramos as regiões do país, estados, os eixos discursivos mais citados, a posição de gravação, gênero dos porta-vozes).

participantes (chamaremos de P.1), professora e empreendedora social, legitimou o produto midiático oferecido (referência ao OQBRQ), concordou com a *Globo* e o *JN*. Ao fazer a proposição, ela disse confiar no telejornal: “*porque é o Jornal Nacional, enquanto mediador entre o cidadão e a classe política, o político vai acender o sinal de alerta*” (P.1).

Em julho de 2018, houve a manifestação natural do pesquisador de acompanhar o quadro. Então, fizemos a decupagem de 26 edições do *JN* (140 vídeos, 19 da região Centro-Oeste), processo feito também com o telejornal *Bom dia Brasil*. Tais procedimentos nos apontavam que um desses dois telejornais deveriam ser o suporte em que analisaríamos OQBRQ. Ao mesmo tempo, as pistas fornecidas sobre o telejornal indicaram a necessidade de entender o contexto do período, optamos pela análise das manchetes das capas do jornal impresso *Folha de S. Paulo* (julho/2018), dado que “*o contexto define as relações do objeto de investigação com o conjunto da realidade na qual está inserido*” (MALDONADO, 2006, p. 276).

Durante essas interferências na construção do caminho investigativo, fomos aprofundando a *pesquisa da pesquisa* como pistas para a contextualização do objeto, um revisitar interessado e reflexivo das pesquisas já realizadas sobre o tema/problema a ser investigado ou próximas a ele (BONIN, 2006, p. 31). Até entendermos a importância naquele momento do desenvolvimento de uma pesquisa exploratória, na tentativa de compreender aspectos do empírico, trabalhamos movimentos exploratórios com o objetivo de obter dados e pistas para a concretização do objeto/problema em construção.

A referida *pesquisa exploratória* foi aplicada nas quatro cidades do contexto (Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá), por meio de questionários com perguntas abertas e fechadas, além de outra amostra em Japaratinga (Alagoas).

Os resultados da investigação exploratória apontaram que o quadro também foi visto como um espaço midiático de reivindicação e denúncia sobre questões políticas, ações governamentais e dos políticos, nas cidades envolvidas¹⁵¹ e o *JN* foi o espaço da mídia em que os sujeitos comunicantes afirmaram assistir OQBRQ. Os números evidenciam: *dos 1010 respondentes, 632 pessoas assistiram o quadro no telejornal*, quase o dobro de pessoas que assistiram o quadro no *Jornal Hoje* (*segundo espaço mais visto*). A partir desse explorar, entendemos ser o *JN* o telejornal para a análise e outras questões inclusas no rol de caráter quantitativo.

¹⁵¹ As matérias jornalísticas aconteceram em cidades de várias regiões do Brasil, no Centro-Oeste, no estado de Mato Grosso do Sul (MS) duas cidades: Fátima do Sul e Três Lagoas compuseram o especial Saúde.

Em viagem para apresentação do artigo, em outro procedimento, observamos uma pequena amostra¹⁵² em Japaratinga (Alagoas), com 25 sujeitos comunicantes que disseram que o telejornal da *Globo, JN*, foi o suporte midiático no qual a maioria assistiu OQBRQ, isto posto considerando a maior escolaridade do grupo do Nordeste, se comparada com a pesquisa das quatro cidades de Mato Grosso do Sul, no Centro-Oeste.

Conforme vimos, apesar de se tratar de um grupo heterógeno e com maior escolaridade (*pós-graduação stricto sensu*), na comparação com a pesquisa em MS, *50% das pessoas respondentes assistiram o quadro no JN. A rigor, o telejornal serviu de palco às discussões de ordem política*, apesar de sinais claros de perdas no IBOPE na TV aberta, devido à concorrência do ambiente digital e dos canais pagos e via *streaming*, mas se mantendo no novo mercado televisivo.

4.9.2 A cidadania do JN em período eleitoral

A noção de *cidadania* apareceu no JN na série *Eleições de 2002* e retornou em *2018*, pelo OQBRQ, como “*mais cidadania*”, após lacuna de 16 anos. As pesquisas científicas que serviram de referência para subsidiar a análise permitem-nos afirmar que a cidadania não foi discutida isoladamente durante os governos em que o Partido dos Trabalhadores (PT) esteve à frente do governo federal – as reportagens nem mencionavam as ações sociais: *Bolsa Família, ProUni, Ciência sem Fronteiras*, conforme discorreram diversos autores (MIGUEL, 2002; LIMA, 2004; FAUSTO NETO, 2006; 2014; RUBIM, 2006; entre outros).

A cobertura de 2006 foi aquela em que os próprios jornalistas do *JN* não suportaram a parcialidade em relação ao PSDB e as perseguições, sem checagem dos fatos, em relação ao PT e foram demitidos por não aceitarem ocultar os fatos ligados a reportagens e provas que prejudicaram politicamente o candidato que o sistema midiático apoiava na época. Sobre cidadania, não significa a ausência da temática em si nas coberturas e projetos especiais anteriores, ou em anos eleitorais pelo telejornal, porém, *constata-se uma diluição do tema* em traços, ou melhor, elementos, marcas, que compõem o tema enfatizado: a questão dos direitos e deveres, aspectos de vulnerabilidade social, econômica, educacional e de saneamento básico,

¹⁵² Durante participação no evento organizado pelo Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (Ciseco), novembro de 2018. Elaboramos um questionário com questões abertas e fechadas acerca da relação entre os processos midiáticos e políticos e incluímos um bloco específico sobre o nosso objeto de referência midiática, OQBRQ. A maioria dos sujeitos que responderam ao questionário é composta por professores e pesquisadores com ensino superior completo em diversas áreas e com pós-graduação *stricto sensu*, com faixa etária entre 21 e 45 anos de idade.

indicativos que o discurso midiático transforma em pautas reivindicatórias, críticas e pressão na tentativa de intimidação dos gestores públicos pelo descaso, irresponsabilidade, incompetência e/ou corrupção.

Tanto na *Caravana JN* (2010), como no *JN no Ar* (2014), passaram pela Região Centro-Oeste, nas cidades sul-mato-grossenses, de Corumbá e Ponta-Porã, respectivamente, houve ou extrema valorização da beleza pantaneira como se não houvesse problemas na terra do Agronegócio (2010) ou, ao contrário, caracterizavam a região como à margem dos grandes centros, marcadas pela corrupção, tráfico de drogas, taxa de alfabetização, devido à região de fronteiras e ausência de saneamento básico, vias asfaltadas etc.

Ressaltamos que, em 2018, ocorre a mudança de estratégia da *Globo*, passando de equipes de profissionais realizando caravanas terrestres e aéreas para o simulacro de comunicação interacional mediante a inclusão de vídeos, outorgando ao público a condição de coprodutores audiovisuais, caso de OQBRQ. Sendo assim, nas eleições de 2018 o diferencial foi o suporte dado pelos materiais audiovisuais enviados ao OQBRQ, esses vídeos se transformaram em série especial de reportagens no *JN* com os principais temas que foram apresentados na semana que antecedia as eleições.

Conforme dados divulgados pela *Globo*¹⁵³, “*mais cidadania*” foi o tema que ocupou o terceiro lugar em resposta ao OQBRQ pelos brasileiros. O tratamento da edição pelo *JN* foi organizado pelo viés do combate ao preconceito, desrespeito e violência, por meio da apresentação de depoimentos, personagens, políticas públicas afirmativas, a temática das pautas de igualdade racial e as questões da comunidade LGBT foram os temas abordados.

O tema *mais cidadania* é amplo e complexo, tanto que na chamada de abertura da reportagem do *JN*: “Um Brasil de tantas, cores, de tanta diversidade, o que poderia ser o melhor para nós, esbarra no desrespeito, no preconceito, na violência, mas, não é o que os brasileiros querem” (Lilia Teles, *JN*, 2018, off). Logo em seguida, é apresentada uma rodada de vídeos de todo o Brasil, entre eles: o do “porta-voz” de Dourados (MS), contexto de nossa pesquisa exploratória. O cidadão Paulo Rodrigo Benites diz: “*Eu quero um Brasil menos preconceituoso com os negros e com os indígenas*”.

A cidade de Dourados (a 225 km de Campo Grande) possui problemas que há décadas geram conflitos territoriais e culturais naquela região, que tem a maior reserva indígena urbana do país, com cerca de 17 mil indígenas, duas aldeias Bororó e Jaguapiru, etnia Guarani-Kaiowá. Nesse contexto, a fala do sujeito comunicante indica que ele, enquanto munícipe, tem a

¹⁵³ Programa Fantástico, 30 de setembro de 2018.

possibilidade da visibilidade midiática, pelo poder de “O Príncipe Eletrônico”. Indiretamente, afirma que os homens destinados a isso não conseguem resolver tais problemas, no caso, os políticos.

Nessa edição¹⁵⁴, observa-se que a *Globo* agrupou vídeos que tratam da homofobia e racismo, entretanto, do ponto de vista conceitual toda a série de reportagens: *educação de qualidade; menos corrupção; mais cidadania; saúde de qualidade; segurança; políticos comprometidos; menos intolerância e preconceito; mais emprego*, pode ser enquadrada no tema “*mais cidadania*”, tanto que:

Logo, retoma-se o contexto acima para definir que: não existe uma concepção clara do que é cidadania. No entanto, há uma forte percepção de quais atitudes são inerentes ao “bom cidadão”. Essa construção da boa cidadania, por sua vez, está intimamente ligada a direitos e deveres. O cumprimento, ou não, desses elementos, somadas ao tema política, com ênfase para o ato de votar, elevam o homem ao nível de cidadão (MARTINS, 2020, p. 116).

Em outro trabalho, *O Brasil que o Jornal Nacional quer: dinâmicas de agendamento do público no quadro O Brasil que eu quero*, os pesquisadores da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Bruno Araújo *et al.* (2020) acreditam que o papel do *JN* em relação ao OQBRQ foi de “*instância de agendamento dos conteúdos*” que chegavam dos diversos cantos do país.

Com isso, o *JN* apresentou vídeos em OQBRQ alinhados com a cobertura noticiosa do dia, com *destaque* para os vídeos que abordavam o tema “*ética na política*”, *exibidos, quase sempre, antes e depois de notícias de corrupção* (ARAÚJO *et al.*, 2020, p. 94). Desse modo, os autores argumentam, empiricamente, que o quadro apresentou o Brasil que o *JN* quer. *A agenda midiática continua a funcionar como ordenadora semântica do real com grande força.*

¹⁵⁴ Em 06 de outubro de 2018.

5 CAMINHOS TRANSMETODOLÓGICOS

5.1 Passos introdutórios

Os caminhos evidenciados no percurso investigativo foram construídos a partir das necessidades reais do *empírico concreto*, mediante descobertas, experimentações e observações. De modo que não consideramos esse *Capítulo 5* como um único momento de explicação sobre o traçado metodológico, pelo contrário, entendemos ser esse um espaço de síntese, aprofundamento, reflexão, sobre vários pontos específicos constituídos durante todo o processo investigativo da tese.

O desafio posto está em olhar para a metodologia, pensando na produção de conhecimento, resultante do processo de criação¹⁵⁵ (MARX, 1977; BACHELARD, 2001; HABERMAS, 1999), durante as constantes trocas entre o teórico e o empírico¹⁵⁶, a considerar que, além de um trazer sentido ao outro, *em larga medida, determinam-se reciprocamente* (JAPIASSU, 1986, p.189). Ainda que o empírico não constitua uma fase da pesquisa está inserido nos métodos de exploração. Sendo assim, se faz necessário:

Construir técnicas, definir estratégias, táticas de abordagem do *objeto* significa confrontar os postulados com a *práxis* inventiva no campo ou no laboratório. Nesse sentido, a exploração metodológica é necessária, procurando testar, ajustar, reformular, construir procedimentos e instrumentos. (MALDONADO, 2001, p. 15).

Isso posto, significa não se desvincular de qualquer linha de raciocínio, afinal, conforme Efendy Maldonado (2013), até mesmo na observação micro é essencial a filiação a um projeto de pensamento. Pois, o ato de investigar não é simplesmente um “arranjo científico”, solicitado pelas instituições, mas uma pluralidade de visões de mundo, sobretudo no atual contexto societário, no qual

o comunicacional configurou-se em várias dimensões (entre as principais: política; semiótica; econômico-política; sociológica; estética; antropológica; histórica; ecológica; tecnológica; linguística; psicológica e filosófica) e requer para sua compreensão desenhos de investigação que articulem aspectos básicos de sua existência multifacetada (MALDONADO, 2013, p. 34).

¹⁵⁵ Os três autores tratam o conhecimento como processo racional do pensamento e das experiências, que vai do abstrato ao concreto.

¹⁵⁶ “O empírico em termos metódicos compreende o conhecimento adquirido pela prática, o conhecimento sensível baseado na experiência, o conhecimento factual que foi experimentado e não tem necessariamente uma observação controlada” (MALDONADO, 2006, p. 278).

E é justamente diante de tamanha complexidade *multicontextual e multidimensional* que se constatou a necessidade da fabricação de uma concepção *transmetodológica*:

A transmetodologia define-se como uma vertente epistemológica que afirma a necessidade de confluências e confrontações entre vários métodos, realizando processos de atravessamento lógico, desconstrução estrutural, reconstrução de estratégias e problematizações redefinidas, em cada empreendimento/projeto de investigação iniciado: nutre-se de conhecimentos transdisciplinares, na dimensão teórica, e promove estratégias de exploração, experimentação e reformulação metodológicas (MALDONADO, 2011, p. 10).

Mediante o exposto, assumimos a perspectiva *transmetodológica*, pois acreditamos que é necessário problematizar (construir) os objetos e sujeitos (construir produtores) da pesquisa científica (MALDONADO, 2013), principalmente diante da configuração social contemporânea em que há predomínio de práticas culturais, e, sobretudo, dos sistemas socioculturais midiáticos que são orientadores perante a diversidade de modos de compreender a comunicação. Soma-se a isso, o fato de que a revolução tecnológica é decisiva na transformação dos padrões de produção cultural, apesar dos meios de comunicação (sistemas midiáticos), estruturados no século XX, continuarem com a *hegemonia mercadológica* (MATTELART, 2002).

Nesse ínterim entre contextos, diálogos, pistas e várias combinações de procedimentos metodológicos, o pesquisador é visto como um *artesão* (MILLS, 1975). Mills (1975) considera o processo investigativo como um artesanato intelectual, enfatiza a importância de *não se divorciar o que se pensa, do que se escreve*.

Assim, a reflexão do autor remete-nos ao processo de *aproximação inicial*¹⁵⁷ com o nosso *objeto de referência midiática*: o quadro *O Brasil que eu quero* (OQBRQ) exibido no *Jornal Nacional* (JN). De pronto, evidenciamos um de nossos primeiros desafios: tratar de *um objeto presente*. Ou seja, naquele início de investigação, um produto midiático ativo, ou seja, em exibição nesse período. Dessa forma, a investigação entendida como tecido, foi sendo construída contrapondo-se à ideia de algo pronto, dado e acabado, assemelhando a um trabalho artesanal, um ofício¹⁵⁸, reunindo como mencionamos: experimentações, múltiplas vivências, operações e demandas. É nesse sentido que cabe ao pesquisador desenvolver movimentos de *aproximação empírica* com o objeto de pesquisa, seja por meio de testes e reflexões acerca dos procedimentos, seja por táticas e experimentações teórico-metodológicas requisitadas pela

¹⁵⁷ Quadros exibidos de 08 a 14 de julho de 2018 (quatro meses de exibição de OQBRQ nos telejornais da Globo).

¹⁵⁸ A palavra “ofício” entendida como um modo de vida, como trabalho ou ocupação.

investigação, “buscando observar o contexto do macro para o micro, articulando aspectos históricos, sociais, políticos e midiáticos” (FOLETTTO, 2013, p. 76).

A partir de então, pela compreensão que entre os procedimentos concretos que nutrem uma investigação, muito além de procurar referências, autores, fizemos um revisitar no “reservatório de conhecimentos” (BONIN, 2006) de toda natureza: *epistemológica, teórica, metodológica, técnica*. Nesse aspecto, colocaram-se como fundamentais os movimentos de *pesquisa da pesquisa, de investigação teórica e de metodológica*.

5.2 A pesquisa da pesquisa

A procura e triagem de materiais, a *pesquisa da pesquisa* (BONIN, 2011), operacionalmente, exigiu adentrar espaços/lugares para encontrar tais estudos seja fisicamente e/ou virtualmente. Por se tratar de objeto das Ciências da Comunicação pesquisamos nos portais de pós-graduação, mestrado e doutorado, e selecionamos teses e dissertações defendidas nos Programas de Pós-Graduação no país e em relatórios de grupos de pesquisa, desde que dialogassem e/ou trouxessem luz à nossa investigação.

Realizar a pesquisa da pesquisa implica trabalhar com investigações produzidas no campo (e em áreas de interface) relacionadas ao problema/objeto, para fazer dessa produção elemento ativo na sua elaboração. Tal movimento exige desde ações mais operativas de levantamento das pesquisas até o trabalho alentado de reflexão e desconstrução, que permita ao pesquisador empreender apropriações, reformulações e alargamentos dessas propostas, em vários níveis (BONIN, 2011, p. 34).

A partir da compreensão dessa etapa, o primeiro movimento de seleção de materiais (julho/2018) ocorreu com o *levantamento bibliográfico* das investigações existentes no *Banco de Dissertações Teses da CAPES* (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), entre os anos de 2013 até 2018, selecionamos para análise de resumos 35 trabalhos (em nível de mestrado e doutorado) e, a posteriori, fizemos atualizações e inclusões importantes referentes a 2019, 2020 e 2021.

Tal procedimento também feito no *Banco de Dissertações e Teses da Universidade de São Paulo* (USP); *Repositório da Universidade do Vale do Rio dos Sinos* (Unisinos)¹⁵⁹; *Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações* e, em, plataformas dos *Congresso Nacional de Ciências da Comunicação (Intercom)* e nos Regionais, particularmente, do Centro

¹⁵⁹ Em relação à proposta transmetodológica encontramos a tese doutoral de Felipe Gue Martini, Platina: Transmetodologia radical e escutas poéticas musicais entre Porto Alegre e Montevideú. (Unisinos, 2018). Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/7111>. Acesso em: 01 jun. 2022.

Oeste¹⁶⁰ (*Intercom/Centro-Oeste*) além da *Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)* também compreendendo o período de 2013 até o ano 2018.

Nos mencionados bancos digitais de pesquisas¹⁶¹, as buscas aconteceram por meio da técnica de combinação de palavras-chave: na primeira combinação, os termos procurados foram: *cidadania; comunicação; telejornalismo; jornalismo televisivo*; na segunda busca foram: *cidadania comunicativa; jornalismo digital; Jornal Nacional; Rede Globo de Televisão*. Nesse segundo movimento combinatório, encontramos um número maior de investigações que foram selecionadas para leitura completa (*apresentadas nos apêndices da tese*) permitindo o desenvolvimento da habilidade de desconstrução metodológica (LOPES, 1992)¹⁶², que consideramos importante, ainda que, diante de um contexto atípico: o período é anterior à produção midiática estudada. De forma que:

A pesquisa da pesquisa também permite visualizar os problemas já enfrentados na investigação, os conhecimentos obtidos e daí trabalhar na formulação de questionamentos que tragam à luz novas dimensões dos fenômenos comunicacionais. Fundamenta o trabalho concreto e construção da relevância científica permitindo situar, problematizar e afirmar a contribuição que vai oferecer ao conjunto de conhecimentos do campo relacionados ao problema/objeto investigado. Na dimensão teórica, essa operação contribui para pensar possibilidades e propostas que se mostrem férteis para aprofundamento na pesquisa em construção, assim como para visualizar insuficiências neste nível que podem ser objeto de superação. No plano propriamente metodológico, pode oferecer inspirações e elementos para arquitetar método e procedimentos constitutivos da investigação em processo (BONIN, 2011, p. 36).

O aprofundamento nas dimensões do processo investigativo permitiram ao pesquisador-artesão um *labor* sobre conceitos e referenciais, não esquecendo-se da singularidade e atendimento ao problema de pesquisa, de modo que, nesse mesmo raciocínio, ao desconstruir estudos existentes há possibilidades da identificação de outras construções metodológicas, que podem servir de elementos ao próprio trabalho, *portanto, novamente se coloca a prática reflexiva e o necessário processo de apropriação e de redenho desses elementos* (BONIN, 2006, p. 35).

¹⁶⁰ Em junho de 2018, participamos da Intercom Centro-Oeste com o artigo: *Cidadania Comunicativa: O exemplo do Imprensa Jovem*. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2018/resumos/R61-0268-1.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2022.

¹⁶¹ Resultou na produção de relatório *contextualizando a pesquisa da pesquisa* e com as principais investigações selecionadas (tabelas) para análise apresentadas à orientação.

¹⁶² Ver: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1992. Essa concepção encontra-se na proposta de Lopes (1992) de um modelo metodológico para a pesquisa em Comunicação (que se coloca como modelo de construção e de desconstrução metodológica).

Assim, perante os materiais coletados e as leituras das pesquisas em torno da discussão sobre política encontramos a tese, já publicada em livro, *O príncipe digital: Estruturas de poder, liderança e hegemonia nas redes sociais*¹⁶³ de Maíra Bittencourt Maia (ECA/USP, 2016). Tal estudo permitiu o repensar de estratégias jornalísticas no tratamento das eleições, o estudo discorre sobre levar adiante a teoria criada pelo pesquisador brasileiro Octavio Ianni de *O Príncipe Eletrônico* e defende a exploração e existência de um novo príncipe no século XXI, o qual chama de *Príncipe Digital*.

Como pesquisador, a leitura da tese trouxe inquietação, e, em breve oportunidade, questionei a autora se ela acreditava de fato na morte de *O Príncipe Eletrônico*. Maíra respondeu que era cedo para se falar em um fim da TV, sendo assim, o seu conceito de *Príncipe Digital* é, segundo ela, uma nova entidade que atualiza a proposta de Ianni (1999), refere-se à multidão de anônimos no ambiente digital, mídias digitais (redes sociais), que se organizam por meio de líderes de opinião, influenciadores e/ou comunidades virtuais.

Na visão da autora, os príncipes (Digital e Eletrônico) dialogam entre si, mas não perderam suas características particulares. Ademais, na medida em que percorremos novas descobertas e trilhas, particularmente, o referido estudo nos obrigou, posteriormente, a retomar conceitualmente *O Príncipe Eletrônico* de Octavio Ianni e firmá-lo como uma de nossas referências teóricas mais importantes.

Todas as ações empreendidas, até esse momento, não estavam desconectadas da noção de *objetividade* que perdurou durante os anos de estudo e elaboração da tese, bem como o levantamento de informações e buscas de trabalhos/autores. Bachelard (2001) alerta à importância de se perseguir a objetividade, desde as primeiras apreensões, e atentar à vigilância epistemológica de maneira a contribuir à reflexão e às futuras conclusões da pesquisa. Desse modo:

A objetividade científica só é possível depois de termos rompido com o objeto de imediato, de termos recusado a sedução da primeira escolha, de termos parado e contradito os pensamentos que nascem da primeira observação. Toda objetividade, devidamente verificada, desmente o primeiro contato com o objeto. [...] Em vez de se deslumbrar o pensamento objetivo deve ironizar sem esta vigilância desconfiada, nunca alcançaremos uma atitude verdadeiramente objetiva (BACHELARD, 2001, p. 129).

¹⁶³ Tese defendida em 2016 na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) sob a orientação do professor Dr. Eugênio Bucci. Em 2017, recebeu o prêmio de melhor tese do ano de 2016 na ECA/USP. Ver resumo e palavras-chave nos apêndices.

Considerando o campo comunicacional na América Latina, como nos lembra Mattelart (2004, p. 251), um dos mais importantes pensadores da comunicação, existe a necessidade de:

reivindicar uma definição epistemológica muito transparente nos estudos desse campo, pois os conceitos de comunicação e informação são muito apropriados por outras áreas de conhecimento na contemporaneidade. Segundo o autor, as teorias da comunicação são zonas de confluências de pensamento não se limitando ao científico, mas ao político também. Assim: em tempos em que a ciência é cada dia mais imprescindível para qualquer projeto de poder ultraliberal, a tarefa de mediar um projeto científico é a das mais difíceis (MATTELART, 2014, p. 261).

Tais pensamentos foram bases dialógicas importantes para o processo reflexivo-teórico e metodológico desta tese, assim como o próprio autor. Pois em contextos incertos, construído por análises em torno de um objeto de referência midiática, elaborado, inserido e comercializado por um conglomerado de comunicação hegemônica no país, não podíamos nos distanciar do compromisso assumido seja com a objetividade, seja com o cenário da época, nesse sentido, evocamos David Harvey (2014) para quem:

A confiança de uma época pode ser avaliada pela largura do fosso entre o raciocínio científico e a razão moral. Em períodos de confusão e incerteza, a virada para a estética (de qualquer espécie) fica mais pronunciada. Como fases de compreensão do tempo-espaço são disruptivas, podemos esperar que a virada para a estética e para forças da cultura, tanto como explicações quanto como de luta ativa, seja particularmente aguda nesses momentos. (HARVEY, 2014, p. 293).

Harvey (2014) nos leva a pensar que, em atenção às questões de ordem metodológica desse trabalho, respeitando a configuração contextual da época, fomos redesenhando novos passos na constituição de outros olhares ao mesmo objeto. Tanto que, depois das primeiras observações, a partir da releitura de uma série de materiais, em 2018, e, dando continuidade à *pesquisa da pesquisa (2019, 2020 e 2021)*, encontramos outros estudos que se aproximavam e, inclusive, alguns que trabalhavam com nosso *objeto de referência midiática*.

As investigações¹⁶⁴ e respectivos autores foram sendo acrescidos durante todo o decorrer de nossa tese, conforme requisitos dos processos transmetodológicos. Particularmente, após o exame de qualificação, em agosto de 2020, encontramos quatro pesquisas que contribuíram para um clarear acerca aspectos do *objeto em si (OQBRQ)* interface com o ambiente digital, no caso: as teses¹⁶⁵: a) *Estudo das estratégias da Rede Globo de Televisão na*

¹⁶⁴ Mencionadas, em maior frequência, nos *Capítulos 1.3*, ao tratar do objeto de referência midiática, e *Capítulos 2 e 3*, respectivamente, no desenvolvimento do tema sobre a cidadania e nas discussões em torno da Globo, produtos produzidos e OQBRQ.

¹⁶⁵ a) Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2524>. Acesso em: 01 jun. 2022; b) Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/27083>. Acesso em: 01 jun. 2022.

esfera da cidadania, Universidade Vale do Rio dos Sinos (Unisinos, 2008), de Jacqueline Lima Dourado; b) *Metodologia da Resistência: Perspectivas para uma racionalidade da práxis em cidadania comunicativa* - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN, 2019), de Thays Helena Silva Teixeira. E as dissertações¹⁶⁶: a) *A cidadania no quadro O Brasil que eu quero: análise crítica do discurso sobre telejornalismo e conteúdos colaborativos*, da Universidade Federal de Goiás (UFG/2020), de Carlos Henrique Martins; e b) *Engajamento de redes sociais online na construção de universos transmídias: O Brasil que eu quero para além da Globo*, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, 2020) de Adriano Austeclínio Pádua dos Santos.

5.3 O videofórum em Campo Grande (MS)

Na sequência dessa movimentação na primeira fase da pesquisa, após o trabalho reflexivo sobre o material selecionado e a própria desconstrução da proposta inicial da tese, no caminhar em direção à pesquisa exploratória, observamos a necessidade da combinação de outro procedimento, o *videofórum* (MALDONADO, 2006)¹⁶⁷.

5.3.1 Vídeofórum: Investigando as percepções dos sujeitos

Pensa-se no videofórum como um procedimento técnico metodológico de pesquisa que permite experimentação comunicacional, bem como observações no tocante ao comportamento, gestos, expressões faciais e corporais, fluxos de opiniões dos pesquisados diante da recepção do produto televisivo. Maldonado (2001, p. 50) defende que “a riqueza espontânea, combinada com um registro de áudio e imagens dota esse instrumento de uma qualidade singular na pesquisa de processos socioculturais em comunicação”.

O videofórum permitiu a observação e o registrado dos pesquisados, bem como inferências e questionamentos sobre percepções sobre o produto midiático, telejornal em que foi exibido, discurso dos apresentadores e jornalistas.

No dia 19 de julho 2018, às 13h30, horário MS, no gabinete político (qual?), após o horário do expediente, em sala com televisão/som, notebook os cinco participantes selecionados

¹⁶⁶ a) Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/10386>. Acesso em: 01 jun. 2022; b) Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/33675>. Acesso em: 01 jun. 2022.

¹⁶⁷ Procedimento no qual há interação coletiva com o produto televisivo, no caso, *O quadro O Brasil que eu quero*, com algumas edições selecionadas, exibidas no JN, em que há um debate no final sobre tal produto (MALDONADO, 2006).

com base na prática diária com a política e ações sociais, devido à natureza do trabalho, se reuniram com o pesquisador. E assistiram as edições apresentadas do quadro *O Brasil que eu quero*, média de 1 a 2 minutos cada, em 6 blocos, exibidas na semana de 08 a 14 de julho¹⁶⁸ pelo portal digital *GI*.

Na primeira experiência, houve a apresentação dos pesquisados antes da exibição de trechos do quadro e a apresentação de todos os vídeos do produto midiático em tempo estimado de 15 minutos. Em um segundo momento, na lógica discursiva, o pesquisador iniciou uma roda de conversa, diálogo, com questionamentos aos participantes sobre: o conhecimento do quadro, o que sentiram ao assisti-lo, sobre os discursos recorrentes da população, sobre o telejornal em que foi exibido, se eles enviariam um vídeo para o quadro, entre outros.

Os registros se deram por meio de apontamentos escritos, fotos e áudios, posteriormente transcritos e relatados trechos na tese.

Conforme citado, reunimos as pessoas¹⁶⁹ (sujeitos comunicantes), além do pesquisador, para o procedimento com os seguintes perfis: 1) Sujeito Comunicante (SC) 1, gênero masculino, 37 anos, artista e jornalista; 2) SC 2, feminino, 54 anos, professora e mãe; 3) SC 3, 38 anos, secretária, mãe e avó; 4) SC 4, 23 anos, solteiro e advogado. Para ilustrar o ato, a seguir trechos dos diálogos entre o pesquisador e os participantes durante o *videofórum*. O recorte exposto é específico sobre o sentir-se representado pelo produto.

Pesquisador¹⁷⁰: E vocês acham que esse quadro passa realmente a representação do Brasil? Vocês se sentem representados no quadro, quando vocês o veem? Dá um sentimento de representação?

SC 2: Eu me sinto.

SC 1: Eu acho interessante, acho que sim, pela diversidade de pessoas e paisagens, é bem interessante.

SC 4: Eu não sei se me sinto representado, depende muito do trecho que eu assisti, entendeu. É que é aquela coisa, tem diversos tipos de pessoas e tem diversos entendimentos, muitas vezes o que ele acha que é solução pode não ser uma solução para mim, o foco, aquele clichê tudo bem, pode ser que todo mundo acredita, mas tem diversas situações que não se encaixa, eu acredito, entendeu, por exemplo criar determinada lei, fazer tal coisa, (problema de áudio) tem coisa que a gente não concorda.

¹⁶⁸ Edições disponíveis em: <https://g1.globo.com/playlist/o-brasil-que-eu-queiro-videos-exibidos-de-8-a-14-de-julho-nos-telejornais.ghtml>. Acesso em: 03 jul. 2018.

¹⁶⁹ Optamos por nomeá-los de sujeitos comunicantes sigla SC, 1, 2, 3 e 4.

¹⁷⁰ Houve minha identificação como pesquisador, fala antes da apresentação, como segue: *Hoje é dia 03/08/2018, são exatamente 13h26 (MS) e a gente reuniu um grupo de quatro pessoas, aqui em Campo Grande (MS), para assistir o quadro O Brasil que eu quero, em especial, as edições do JN exibidas de 08 a 14/07, estamos assistindo através do Portal de Notícias GI.*

SC 2: Eu me sinto representada, até por conta de que acho que essa coisa de mundo mesmo né, de a gente se sentir pertencente, então, ao mesmo tempo que aquilo pode não me afetar, diretamente, mas ela me afeta indiretamente, porque indiretamente eu tô vendo o meu, né, o meu, o brasileiro sem a água encanada, sem esgoto, sem rede elétrica, sem alimento pro filho, sem trabalho, é, com obras e obras que eles tão denunciando muitas obras inacabadas né, isso é uma coisa que tem grande peso, e aí se me permite eu quero voltar à pergunta anterior né, quando você disse, perguntou se a gente acha que isso chega até os políticos, eu penso que chega sim até os políticos, entendeu, e eles, e o fato de chegar até os políticos faz com que eles tenham um termômetro com relação ao eleitor da atualidade, que o eleitor da atualidade ele não é tão, tão assim, sei lá...

SC 4: Desmotivado?

SC 2: Não é desmotivado, ele não é tão (problema do áudio), a ponto de não ver tudo isso que tá acontecendo, conseguir fazer uma, sabe, ter um filtro sabe a respeito disso, entendeu, pensar, parar pra pensar, pera lá, deixa eu conhecer essa pessoa, deixa eu ver o que de fato ela vem fazendo pelo país, sabe, eu acho que passa pelo crivo do, passando pelo crivo do eleitor, o político ele vai de alguma forma acender um sinal de alerta ali, entendeu, porque é muito, o panorama é muito caótico né.

Entre as questões observadas, citamos, por exemplo, a SC 2 que não apenas legitima o produto midiático como reafirma e concorda com o posicionamento do *JN*, compreendendo-o como espaço de mediação entre o cidadão e a classe política, como ela mesmo diz: “*o político vai acender o sinal de alerta*” (SC 2), como dito anteriormente. Curiosamente, a SC 2 é mãe de uma jornalista de televisão, em Campo Grande (afiliada da Record), ou seja, tem contato direto com uma profissional do mundo midiático e de certa forma sobre os mecanismos da grande mídia.

É nesse sentido que o debate entre os SC's em torno do produto OQBRQ remete-nos ao conceito de *representação* em consonância com o pensamento de Michel Foucault (2007), em *As palavras e as coisas*. O filósofo ao analisar a pintura a óleo *Las Meninas*, de Diego Velázquez¹⁷¹, discorre, em linhas gerais, até porque o debate é mais aprofundado, que: o olhar do pintor nos coloca no lugar do modelo, não sermos modelos, pelo contrário, por estarmos sobrando, assim a noção de representar é: *o que olha e é olhado permutam-se incessantemente* (FOUCAULT, 2007, p. 5).

Identificamos que a inter-relação entre a *representação* e a *realidade do país* perante os cidadãos brasileiros, naquele período, são experimentadas nas relações estabelecidas por meio do objeto de referência, sob diversas formas: a partir dos sentidos construídos pelas imagens, mensagens, contextos apresentados, pela produção midiática inserida no telejornal com maior

¹⁷¹ *As Meninas* é uma pintura de 1656 de Diego Velázquez (espanhol). Atualmente, encontra-se no Museu do Prado em Madrid. A composição complexa da obra levanta questões sobre a realidade e os efeitos de ilusão/representação, criando uma enigmática entre o observador e as figuras representadas, objeto de análises de diversos autores, entre eles Michel Foucault.

alcance de pessoas do país, no caso, o *JN*, seja pela provocação de reflexão sobre o real cotidiano de cada brasileiro, do Brasil e as instituições governamentais.

Ao ser questionada se já havia assistido OQBRQ, a SC 3 respondeu que o conhecia “só pelos memes”, disse ela: “o povo inventa, filma, mas com sacanagem e com desenho” (SC 3). Sem nunca, até aquele momento, ter assistido ao quadro televisivo, a SC 3 demonstrou que conheceu o quadro pelas redes sociais, por *memes*¹⁷², uma espécie de replicador, que se propaga por meio das pessoas, por imitação, pelas redes sociais (RECUERO, 2006), fato que despertou, inclusive, outras pesquisas e estudos nesse sentido após o término da campanha da *Globo*.

Em nosso ponto de vista, tais contextos foram pertinentes à construção de nosso projeto metodológico mediante *práxis*, tal como define Sartre (2011, p. 30): “o pensamento concreto tem que nascer das práxis e tem que voltar sobre ela mesma para iluminá-la, já não ao azar e sem regras, se não - como em todas as ciências e todas as técnicas – conforme a alguns princípios”.

Outro ponto a considerar é a contextualização, aspecto decisivo da problemática (MATTELART, 2008), pois visa à compreensão de novas realidades, permitindo o vínculo entre o imaginário e o objeto concreto em construção (CASTELLS, 2001). De modo que, em relação à pesquisa documental e contextual, considerando o ano eleitoral, como foi o de 2018, com tantos fatos nos cenários: sociopolítico econômico brasileiro, além do campeonato mundial de futebol, a Copa do Mundo da FIFA, realizada na Rússia tomamos a iniciativa de, após o *videofórum*, realizarmos outro movimento no caminhar processual de métodos incluindo: a identificação das *manchetes* das 31 capas do *jornal Folha de S. Paulo*¹⁷³ (online), extraídas, em formato miniatura, de um portal¹⁷⁴ no mesmo mês de julho. Conforme **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a seguir.

Tabela 9 – Manchetes do jornal Folha de São Paulo no mês de julho de 2018

1.	Propaganda – Banco Original
2.	Lopez Obrador é eleito presidente do México
3.	Pela 7ª. vez consecutiva Brasil está nas quartas de uma copa
4.	Eike Batista é condenado a 30 anos de detenção.
5.	Vacinação Infantil está abaixo da meta em ¼ das cidades
6.	Boeing acerta compra de 80% de setor da Embraer

¹⁷² Como visto no Capítulo 2.3 sobre o Objeto de Referência Midiática.

¹⁷³ Incluímos as manchetes para ilustração do contexto da época. Todo o mês de julho/2018. Temos arquivadas as 31 capas (em formato PDF) do jornal Folha de S. Paulo que se encontram disponibilizadas em PB nos Anexos da tese.

¹⁷⁴ O endereço digital utilizado para reprodução das Capas do jornal Folha de S. Paulo foi <http://ensemble19.com.ar/tapasbrasil.php>. Acesso em 20 jul. 2019.

7.	Brasil perde nas quartas da Copa pela 3ª. vez neste século.
8.	St. Marche – Vinho – Propaganda
9.	Tribunal federal mantém Lula preso após guerra de decisões
10.	Estados compensam baixa no óleo diesel com alta da gasolina
11.	Senado aprova projeto de proteção de dados pessoais
12.	Brasil amplia venda de aço para os EUA após novas tarifas.
13.	Juiz absolve Lula em caso de obstrução da Justiça.
14.	Ministério fraudou parecer para atender Marcun, segundo PF
15.	Kalunga – Propaganda
16.	Potência: França ganha mundial.
17.	Trump contesta investigação e nega interferência russa.
18.	África do Sul liberta Nelson Mandela.
19.	Indústria não teme Bolsonaro, afirma CNI
20.	Centrão decide dar apoio a Alckmin na eleição presidencial
21.	Ciro acena à esquerda ao se lançar candidato ao Planalto.
22.	Revoada – Toyota – Propaganda
23.	Candidato, Bolsonaro minimiza isolamento.
24.	Governo identifica R\$10 bi em gastos sociais irregulares
25.	Somadas, campanhas presidenciais custarão 45% de Dilma em 2014.
26.	Trégua entre EUA e Europa ameaça acordo com Mercosul.
27.	Facebook registra perda recorde da Bolsa de NY.
28.	Proporção de jovens eleitores sobre pela 1ª. vez desde 2006.
29.	SUS gastou R\$486 mi com complicações por aborto.
30.	Golpes são ameaça a indenizados dos planos econômicos
31.	Lei eleitoral reduz serviços de informação à população.

Fonte: Folha de S. Paulo (julho/2018). Tabela elaborada pelo autor.

O intuito foi analisar a temática político-midiática nas manchetes do jornal. Selecionamos manchetes que entraram em nosso contexto, caso envolvendo o *Facebook* (dia 27) e o Senado com a aprovação da Lei de Proteção de Dados (dia 11). Apesar do momento futebolístico, a *Folha de S. Paulo* apresentou maior quantidade de manchetes sobre política em comparação aos telejornais das Redes *Record* e *Globo*. Um indicativo dessa constatação foi que, na primeira quinzena, o jornal já havia mencionado um total de 44 chamadas na capa relacionadas à política, de cunho nacional e internacional, fora as manchetes do tema descritas na tabela. Observamos que a *Folha* abordou também temas relacionados à economia e à política internacional europeia e da América Latina com considerável frequência, apesar do pouco espaço, elas continham títulos com adjetivos e com conotações negativas sobre a situação contextual.

Dando sequência, tal procedimento também aconteceu com os principais telejornais da TV aberta: *Jornal Nacional*; *Jornal da Globo*; *Jornal da Record*; *Jornal da Band*¹⁷⁵. Essas ações tiveram o propósito de registrar a produção discursiva midiática destacada pelos sistemas no período. O discurso, os enunciados, os temas, seu agendamento, seu estilo, seu conteúdo, sua narrativa, em dois suportes midiáticos: a televisão e o ambiente digital (internet), justificamos assim que entre os objetivos desses procedimentos estavam a busca pela identificação de manchetes relacionadas à política. Tanto que observamos, nos primeiros quinze dias do mês, que o assunto principal das chamadas dos sistemas midiáticos televisivos estava dando maior ênfase ao assunto da seleção brasileira e atuação no mundial da FIFA.

Assim, a observação e o registro de outras mídias, conforme mencionadas as manchetes da Folha de S. Paulo e dos principais telejornais, tiveram o objetivo de expor o contexto discursivo midiático da época.

Agora, apresentaremos o contexto jornalístico da Globo¹⁷⁶, explicitando as características do *Bom dia Brasil* e do *Jornal Nacional (JN)*. Os percursos até essa etapa apontavam a necessidade de delimitar o telejornal sobre o qual recairia a análise em torno do objeto de referência midiática, para tanto, planejamos a aplicação da técnica da *decupagem*¹⁷⁷ em 22 edições do telejornal *BdBR*¹⁷⁸, telejornal matutino, criado em 1983, inicialmente, com foco nas pautas de economia e política, ampliando as discussões com o passar dos anos, com a proposta de orientar o dia do sujeito comunicante. E mais 26 edições do *JN*, criado em 1969, tradicional por ter enfoque político com uma linguagem mais simples, possui o anúncio mais caro entre os telejornais, só perde para a telenovela, inclusive em audiência.

Assim, nos dois telejornais da Globo totalizamos 48 edições de *OQBRQ decupadas* (durante o mês de julho). Observamos que esse método de aproximação, contribuiu tanto para

¹⁷⁵ Incluímos esse telejornal por conta da atuação e edição âncora Ricardo Boechat, que opinava, em 2018, sobre assuntos de toda natureza sobretudo os de cunho político. O jornalista faleceu em fevereiro de 2019 em um acidente de helicóptero em São Paulo.

¹⁷⁶ Salientamos que não usamos outros telejornais como o *Jornal Hoje (JH)*, *Jornal da Globo (JB)* e *Fantástico* por conta da pauta política, horários de exibição, estar relacionada e entrar com maiores conteúdos no *Jornal Nacional (JN)* e *Bom dia Brasil (BdBR)*.

¹⁷⁷ Decupagem vem do francês *decoupage*, que significa corte, e do verbo *découper*, que significa cortar. O termo passou a ser usado no cinema em meados de 1910, quando a técnica cinematográfica tornou-se mais definida em termos de procedimentos. Existem duas formas de decupagem aplicadas ao cinema e à TV. A primeira é a decupagem de roteiro, também conhecida como análise técnica ou roteiro técnico. Já a segunda decupagem para edição é o processo de revisão e análise do material já gravado para facilitar a montagem do filme ou programa de TV (NORBIATO, 2022).

¹⁷⁸ Incluímos a decupagem do telejornal *BdB*, além do *JN*, porque três sujeitos comunicantes, como *porta-vozes*, de nosso contexto de pesquisa (Três Lagoas, Corumbá e Dourados) no estado de Mato Grosso do Sul (MS) tiveram os vídeos exibidos, em março, no *Bom Dia Brasil*.

a elaboração do questionário aplicado, em nosso contexto investigativo em Mato Grosso do Sul, como na identificação, observação, de aspectos¹⁷⁹ de OQBRQ no *JN*, quanto a *eixos discursivos, gênero, posição de gravação, cenários escolhidos, cidades, estados e regiões do país*. Em breve síntese apresentaremos, a seguir, pontos mensurados a partir das decupagens do quadro no *JN* assim: “a reconstrução metodológica não precisa só de informações externas provenientes dos quadros teóricos utilizados, o método requer informações que o contexto sociocultural – o objeto impõe à pesquisa” (MALDONADO, 2001, p. 15).

5.4 As decupagens de OQBRQ no JN

No tocante às análises em relação às temáticas, o *JN* priorizou a abordagem de mensagens sobre *obras inacabadas pelo país*, que, em nosso ponto de vista, tiveram o objetivo de instigar os cidadãos a aproximação das eleições, e, quanto ao voto, a partir de exemplos apontados pelos próprios brasileiros, quanto ao descaso dos governantes conforme mensagens dos sujeitos comunicantes. A forma de gravação, em consonância com o protocolo do sistema midiático, ao menos em julho/2018, apesar das *gravações em selfies* terem superado o número de *gravações feitas com auxílio de terceiros*, observamos que não houve muita discrepância entre as duas maneiras de filmagem dos materiais enviados e exibidos no *JN*. Conforme apresentado na *Tabela 3*¹⁸⁰.

Especificamente sobre os *cenários* da *Tabela 4*, apresentada anteriormente¹⁸¹, houve muitos produtos audiovisuais tendo como paisagem de fundo: igrejas católicas, praças centrais das cidades, sobretudo do interior, pontos turísticos em sintonia com a orientação da *Globo*.

Compondo a análise do *JN*, quanto aos discursos apresentados pelos brasileiros, a *corrupção aparece em todas as falas*, entretanto, nem sempre se usa o termo em si, *corrupção*, mas *o substituem pelo vocábulo honestidade*, transparecendo a visão dos cidadãos como: *comportamento, virtude, que inexistem na política brasileira*. Prova disso são os cinco depoimentos de vídeos¹⁸² que evidenciam a assertiva.

¹⁷⁹ Em partes apresentada no Capítulo 1.3, 1.3.3 *OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo*.

¹⁸⁰ Ver tabela 3, página 66.

¹⁸¹ Ver tabela 4, página 67.

¹⁸² Esses depoimentos estão inseridos no Capítulo: 2.3.3 *OQBRQ: Proposta editorial e narrativa do Núcleo de Eleições da Globo* para estruturar discussões e neste momento para ilustrar procedimento metodológico.

É um país com *menos políticos*, menos regalias para os três poderes e *mais eficiência na gestão pública*. Assim sobra dinheiro para saúde, educação e saneamento básico e muitas outras coisas (Leandro, Livramento de Nossa Senhora, BA). (JN, 03 de julho, 2018, grifos nossos).

O que eu quero para o nosso Brasil é uma *estrada de qualidade* [aponta a estrada sem asfalto em que grava o vídeo] para que nossas crianças sejam transportadas para a escola com *segurança* (Nair Viana, Codó, MA). (JN, 03 de julho, 2018, grifos nossos).

É que os nossos *representantes políticos olhassem e investissem mais* nas instituições de longa permanência (referência ao Lar de Idosos, com mais de 100 anos) proporcionando assim, uma qualidade de vida melhor para os nossos idosos (Jonas Rosa, Santo Antônio da Posse, SP). (JN, 03 de julho, 2018, grifos nossos).

É um Brasil onde a *juventude de hoje possa se tornar verdadeiros cidadãos conscientes* na busca por um país com mais educação, *menos corrupção* e bem-estar social geral para toda a população (Marcos Vinicius, Santana do Deserto, MG, grifos nossos). (JN, 03 de julho, 2018).

É um país que a *justiça saia de cima do muro e cumpra na íntegra para todos A Lei da Ficha Limpa*. Para que nós venhamos banir da história deste país todos os *políticos corruptos* e assim venhamos a ter serviços públicos de qualidade (Melk Zedek Borges, Lagoa da Confusão, TO, grifos nossos) (JN, 03 de julho, 2018).

Os depoimentos dos cidadãos/participantes demonstraram a insatisfação com os políticos e com a corrupção no Brasil que é evidenciada por diversos momentos com ênfase em: *falta de investimento em obras, ineficiência da gestão pública, menos corrupção e justiça*. Vale destacar que a cidades do Rio de Janeiro (RJ), sede do JN, não teve vídeos exibidos no OQBRQ, o estado de Mato Grosso do Sul (MS) teve poucos e os estados do Acre, Roraima e Distrito Federal também não tiveram. Compilamos um resumo com alguns elementos observados que, em associação com métodos anteriores, forneceram pistas para as inferências da pesquisa, a partir das **Erro! Fonte de referência não encontrada., Erro! Fonte de referência não encontrada. e Erro! Fonte de referência não encontrada.**

Tabela 10 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: regiões e estados exibidos

REGIÃO	N.º DE VÍDEOS	ESTADOS
NORTE	19	Pará, Tocantins, Rondônia, Amazonas, Amapá.
NORDESTE	41	Pernambuco, Rio Grande do Norte, Maranhão, Ceará, Alagoas, Bahia, Sergipe, Piauí, Paraíba.
SUL	23	Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina.
SUDESTE	38	São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo.
CENTRO-OESTE	19	Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 11 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: gênero dos participantes - percentuais

GÊNERO PREDOMINANTE – VÍDEOS	PERSONAGENS
MASCULINO	101 homens 65%
FEMININO	47 mulheres 35 %

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 10 – Vídeos de OQBRQ exibidos no JN durante o mês de julho/2018: gênero dos participantes - edições

Edição em que só aparecem homens	02/07 (1)
Edições em que só aparece uma mulher	03/07; 05/07; 13/07; 14/07; 19/07 (5)
Edição em que aparece mais mulheres do que homens	31/07 (1)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da identificação de tais aspectos de OQBRQ no *JN* como sequência no caminhar metodológico, fomos tateando as necessidades, identificando os obstáculos e, principalmente, observando as pistas que foram surgindo para a adoção de novos procedimentos. É fato que outros estudos (AMIN, 2019; COSTA, 2015; FERNANDES, 2009; MORAIS, 2009; SILVA, 2019) também nos serviram de apoio, reflexões, e compuseram análises, assim, seguimos em direção à aproximação da concretude do objeto empírico e suas singularidades, ou seja, a pesquisa exploratória com tratamento quantitativo nas quatro cidades (Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá) do estado de Mato Grosso do Sul.

5.5 A pesquisa exploratória: o contexto de Mato Grosso do Sul (MS)

A *pesquisa exploratória* inserida no recorte contextual, no estado de Mato Grosso do Sul, composto de 79 municípios, trouxe à tona, não apenas novos olhares, como também, necessidades de aprofundamentos conceituais, de releitura de autores, a partir das características encontradas no campo, que evidenciaram que a realidade ajuda a tensionar a teoria. Em vista desses elementos, a experiência empírica deflagrou a possibilidade de (re)construir fundamentos teóricos e metodológicos, tal como enfatiza Morin (2003, p. 23): “o observador que observa, o espírito que pensa e concebe, são eles mesmos indissociáveis de uma

cultura e, portanto, de uma sociedade *hic et nunc* (neste exato instante e local) . Todo saber, mesmo o mais físico, submete-se a uma determinação sociológica”.

Assim, a ida a campo, propriamente dita, exigiu elaboração, aplicação e interpretação de um esboço do primeiro questionário¹⁸³ (composto de 13 perguntas abertas e fechadas), com questões firmadas sobre roteiro pensado em meio aos aspectos relacionados às necessidades locais, em um movimento de ampliação de espaço, até se chegar à esfera nacional, e sobre o (re)conhecimento do objeto de referência midiática - OQBRQ.

Nesse sentido, o questionário¹⁸⁴ exploratório foi aplicado nos quatro municípios de MS (Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá). Conforme Maldonado (2006, p. 276), “o contexto define as relações do objeto de investigação com o conjunto de realidade no qual está inserido”. Foi nessa fase, de natureza exploratória, que, definitivamente, optamos e estabelecemos o recorte contextual do estudo, por ser considerado um estado periférico com fronteiras secas entre os países da Bolívia e do Paraguai, tendo a base principal de sua economia o agronegócio e o serviço público.

Ressaltamos que os sujeitos participantes foram abordados¹⁸⁵ em locais de maior fluxo populacional - praças públicas nos centros das respectivas cidades - totalizando um número de 1.010 indivíduos respondentes¹⁸⁶, distribuídos, conforme **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a seguir:

Tabela 12 – Cidades e quantidade de sujeitos participantes

Cidade	Qtde. de participantes
Campo Grande	401
Dourados	203
Três Lagoas	205
Corumbá	201
Total	1.010

¹⁸³ Disponibilizado no Apêndice D.

¹⁸⁴ Vale ressaltar que no processo de resposta ao questionário, a seleção dos sujeitos ocorreu de forma aleatória, de acordo com sua idade e sexo, tendo como base os dados do IBGE (Censo/2010), ou seja, indivíduos com mais de 16 anos de idade. Na obtenção das informações utilizou-se um modelo de questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas sendo dividido em três blocos. Inicialmente, apresentava-se perguntas com o objetivo de aproximação quanto a percepção de “como é viver naquele município específico” e como seria o “Brasil que se quer para o futuro”. Em seguida é que eram apresentadas, propriamente, as questões sobre OQBRQ e, por fim, um bloco de identificação com informações de cunho pessoal.

¹⁸⁵ Essa fase ocorreu de forma específica em cada cidade e em datas diversas entre 13 e 20 de julho de 2018. O desenvolvimento dessa etapa *in loco* considerou desde: seleção, orientação e preparação de pessoas, sob a coordenação geral de Sandra Mara da Cunha na aplicação dos questionários e coleta de dados. Essa ação contou com nossa participação incluindo elaboração do material a ser aplicado até a coleta de dados e o processo de sistematização.

¹⁸⁶ Conforme citado na introdução.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim, as novas configurações e arranjos no percurso investigativo demonstram aspectos do concreto, é assim que: “a pesquisa exploratória oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos” (BONIN, 2008, p. 125). Não menos importante, houve a aproximação com dois sujeitos comunicantes dentre os cinco *porta-vozes* de OQBRQ inseridos em nosso contexto, que trouxeram mensagens-respostas à indagação do sistema televisivo midiático de acordo com a Tabela 8¹⁸⁷.

Ressaltamos que os resultados apresentados em tabelas, conjuntamente com aspectos revelados pela *pesquisa exploratória em MS*, serviram em determinados momentos de ilustração, fundamento, e, até mesmo, comprovação de questionamentos durante todo o caminhar transmetodológico desta tese. Em outras palavras, aparecem em outros capítulos e discussões desse estudo. Em relação às mensagens elencadas, entendemos a *importância da compreensão dos desejos e reivindicações feitos, especificamente, pelos sujeitos comunicantes inseridos nas quatro cidades sul-mato-grossenses*, que tiveram os vídeos exibidos no mês de março no OQBRQ¹⁸⁸. Essa ação teve o objetivo de aprofundar a leitura e a interpretação da amostra, a ser analisada, posteriormente.

Nesse sentido, os materiais audiovisuais com os representantes dos municípios sul-mato-grossenses e as *mensagens-respostas ao questionamento do quadro* denunciam aspectos importantes não apenas no tocante ao estado de MS, mas, ao próprio Brasil. Por exemplo, o *porta-voz de Campo Grande (MS)*, em material para OQBRQ, *reivindicou maiores investimentos em Cultura; o representante de Corumbá* em recado para o quadro direcionou a fala à *valorização dos profissionais da Saúde, no caso os enfermeiros*, pois era representante da classe; o sujeito comunicante do município de *Três Lagoas* teve como foco a *solicitação de maiores apoios aos segmentos da Educação e da Saúde*.

E, na segunda cidade mais populosa de MS, Dourados, *o pedido foi para maior combate ao preconceito contra negros e indígenas*. Este depoimento adquiriu tom de denúncia, pois a cidade possui um contexto marcado por conflitos entre etnias indígenas e ruralistas¹⁸⁹, prova

¹⁸⁷ 4.8 Eleições 2018: O quadro o Brasil que eu quero. Página 140.

¹⁸⁸ Temos a decupagem do quadro com os quatro sujeitos comunicantes. Nos casos de: Ronilço Guerreiro, de Campo Grande e, do quinto sujeito inserido, de Jaraguari, Jackson José Rosa da Silva, temos as entrevistas em profundidade.

¹⁸⁹ DALABRIA, Poliana. Sem água e saneamento, indígenas de Dourados (MS) vivem o apartheid da Covid. De olho nos Ruralistas. Dourados, 18/06/2020. Disponível em:

disso é uma reportagem sobre o descaso, no início da pandemia da Covid-19, com os indígenas da região. Isso porque o município possui o maior número de população indígena do Estado, cerca de 17 mil, que vivem na reserva mais populosa do país, a *Reserva Indígena Dourados (RID)*, habitada pelas etnias *Guarani*, *Guarani Kaiowá*, *Guarani Nandeva* e *Terena*.

No tratamento dos dados quantitativos e organização das mensagens dos quatro *portavozes*, de nosso contexto, um quinto sujeito apareceu. Ele teve seu vídeo apresentado em OQBRQ no *Programa Fantástico*. Esse fator surpresa atestou que no processo transmetodológico são naturais as alterações tanto que, na metade do processo da *pesquisa exploratória* nos deparamos, por meio de redes sociais, com *Jackson José Rosa da Silva*, morador de Jaraguari, MS, distante 44 quilômetros de Campo Grande. Silva tornou-se o quinto sujeito comunicante¹⁹⁰, ele fez um depoimento-resposta ao OQBRQ demonstrando preocupação com o país. No material exibido, houve a participação de seus alunos.

Em termos de desenho metodológico, na fase de observação, “as incursões exploratórias permitem obter dados que auxiliam na construção e fundamentação por tal amostra; possibilitam experimentar e mesmo testar a adequação de procedimentos e de técnicas de coletas de dados na concretude do objeto empírico” (BONIN, 2006, p. 36).

<https://deolhonosruralistas.com.br/2020/06/18/sem-agua-e-saneamento-indigenas-de-dourados-ms-vivem-o-apartheid-da-covid/>. Acesso em: 01 jun. 2022.

¹⁹⁰ Enviamos uma mensagem para Jackson Silva, muito mais pela curiosidade de compreender e ter a visão dele sobre o produto midiático da Globo, quando, após algumas mensagens, ele revela que a afiliada da Globo, TV Morena, de Campo Grande, tinha solicitado para ele a elaboração de um vídeo para participar de OQBRQ por indicação, motivo pelo qual incluímos ele.

5.5.1 Observações da pesquisa exploratória em MS

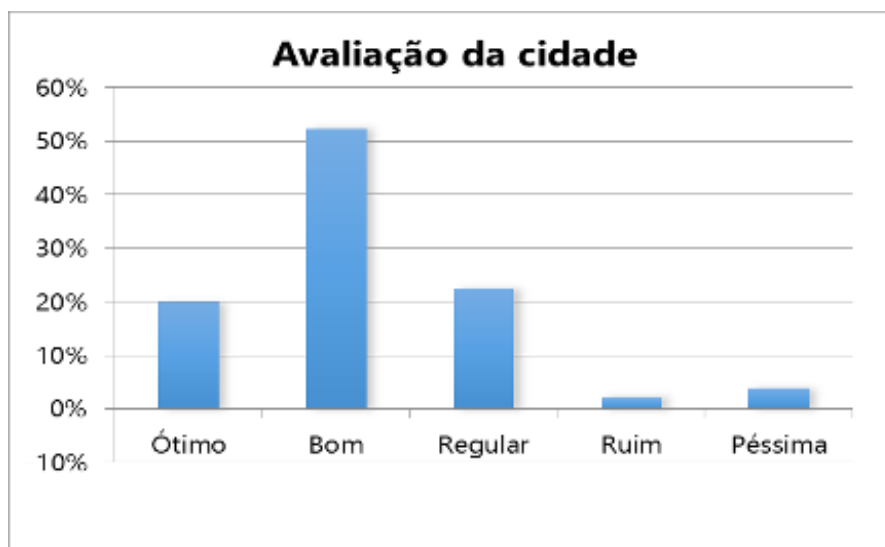
Figura 9 – Mapa do estado de Mato Grosso do Sul e fronteiras



Fonte: Escola Estadual Presidente Vargas.

Dando sequência às análises, vamos nos aproximar mais dos sujeitos comunicantes que responderam ao questionário. Inicialmente, com a questão sobre: *Como é viver nessa cidade?* As respostas geraram o **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, apresentado a seguir, nomeado de *Avaliação das Cidades*. Assim, mais da metade (50%) dos respondentes consideraram que *é bom viver em Campo Grande, Três Lagoas, Dourados ou Corumbá*.

Gráfico 1 – Avaliação das quatro cidades

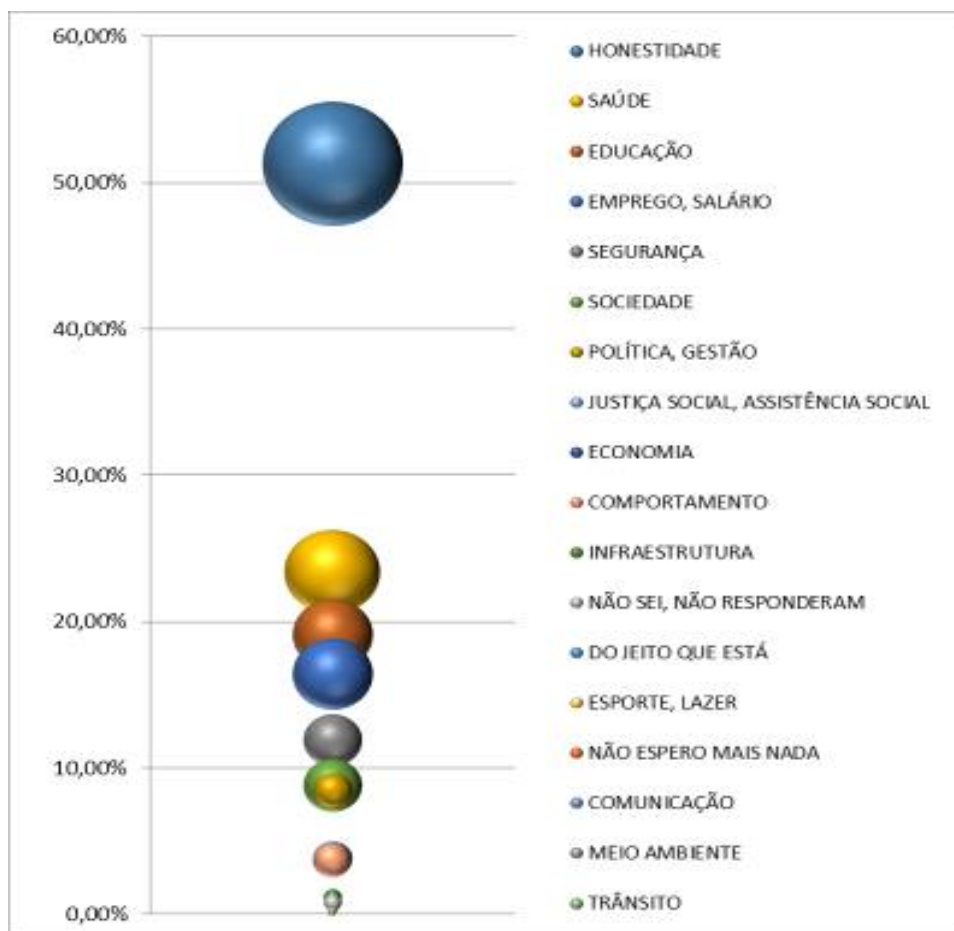


Fonte: Elaborado pelo autor.

O índice mensurado mostra que pouco mais que 50% da população, dos quatro municípios, acham *bom pertencer àquela localidade*. Se relacionarmos com a noção de *cidadania grega* que entre outros fatores envolve o bem-estar e o exercício da política pelo cidadão dentro da coletividade (cidade). Tal como nos diz Néstor Garcia Canclini, em *Consumidores e Cidadãos*, o autor considera que *identidade e cidadania* são elementos que constituem processos fortemente atrelados, sobretudo na América Latina. Para o autor, a noção de *cidadania* está intimamente ligada, não apenas aos sistemas midiáticos, mas, principalmente, às práticas socioculturais dos indivíduos, que, por sua vez, também respondem ao sentimento de *pertencimento identitário*, possibilitando aos cidadãos sentirem-se diferentes e/ou semelhantes no tocante a organização de suas necessidades (GARCIA-CANCLINI, 1995).

Em relação ao Brasil, o **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a seguir, evidencia a visão dos respondentes da pesquisa de que *faltam melhorias, em vários aspectos*, inclusive, em relação a valores morais, como *honestidade* e, também, em diversos segmentos sociais como: *Saúde e Educação*, tudo isso, soma-se aos aspectos da ordem estrutural da sociedade e de sobrevivência dos indivíduos, caso de *emprego* etc., resultados estes que, inter cruzados com pontos dos participantes de MS nos vídeos exibidos em OQBRQ, revelam consonâncias.

Gráfico 2 – Como seria “O Brasil que você quer?”



Fonte: Elaborado pelo autor.

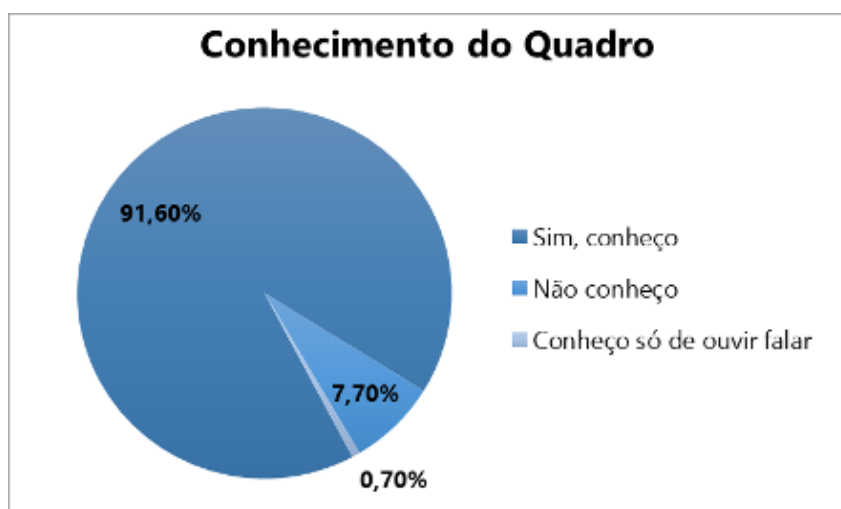
Na interpretação do resultado, o Brasil que os cidadãos sul-mato-grossenses, do contexto das quatro cidades, querem, revela muito sobre *os desejos dos brasileiros*, de acordo com a *Globo*. Em devolutiva no *Programa Fantástico (30 de setembro)*, os pedidos foram na seguinte ordem: 1º) *Educação de qualidade*; 2º) *Menos Corrupção* 3º.) *Mais cidadania*; 4º.) *Saúde de qualidade*; 5º.) *Segurança*; 6º.) *Políticos comprometidos*; 7º.) *Menos intolerância e preconceito* e 8º.) *Mais empregos*.

Vale ressaltar que nossa pesquisa exploratória foi realizada no mês de julho de 2018 e o fechamento/apresentação da *Globo* com resultados divulgados sobre OQBRQ aconteceu em setembro. Sendo assim, observamos em análises aproximações entre a *pesquisa exploratória* e os dados oficiais emitidos pelos sistemas televisivo midiático, conforme chamada descrita a seguir.

Muita gente deu o recado nos últimos sete meses: menos corrupção, mais educação e cidadania, mais segurança, saúde de qualidade, políticos comprometidos com a população, menos intolerância e preconceito, mais emprego. Foram mais de 120 mil pedidos! (FANTÁSTICO, 30/09/2018, grifos nossos).

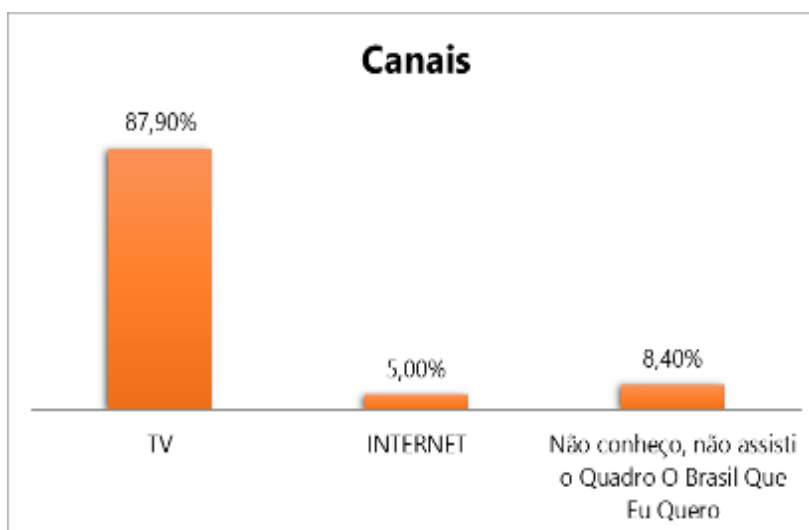
Em comparação com o balanço quantitativo reproduzido pelo *Fantástico*, encontramos similaridades entre os desejos dos *porta-vozes* das cidades do MS que também citaram em suas mensagens situações e contextos envolvendo a Educação, Violência, Segurança, Saúde e a Cultura. Com isso, dando sequência, a interpretação do questionário aplicado, sobre as perguntas de números 3 e 4, respectivamente: *Conhece o quadro? E, em caso afirmativo: Já o assistiu? E em qual meio de comunicação o assistiu?*

Gráfico 3 – Conhece o quadro “O Brasil que eu quero?”



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 4 – Em qual meio de comunicação assistiu ao quadro?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim, o número é considerado alto, revelando que 91,6% dos cidadãos sul-mato-grossenses, afirmaram *conhecer o quadro O Brasil que eu quero* (**Erro! Fonte de referência não encontrada**). Os dados da pesquisa exploratória confirmam também que 87,9% dos

respondentes disseram que foi pela TV que assistiram ao OQBRQ (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**). De maneira geral, as respostas coletadas nos levaram a reafirmar a noção de que o *espaço público televisivo midiático*, ou seja, mediado pela televisão, continua sendo um local de negociação permanente de sentidos e de influência junto a população no tocante a discussão sobre política.

Ainda que “a variedade de programas e visibilidade ocupada por eles em ambientes virtuais possibilitem aos cidadãos uma verdadeira arena de discussões, é fato que houve alterações na concepção deste espaço” (HABERMAS, 1964, p. 52). Entretanto, é fato também que os mecanismos pelos quais os fatos adquirem existência simbólica, comprovadamente, ainda passam pelo plano imaginário da televisão (BUCCI, 2004, p. 239). Os números comprovaram a força do *objeto de referência midiática* ancorado na televisão como um espaço de fala, explicação e de representação acerca de tudo que o está direta ou indiretamente inserido em nossa vida cotidiana, de forma que:

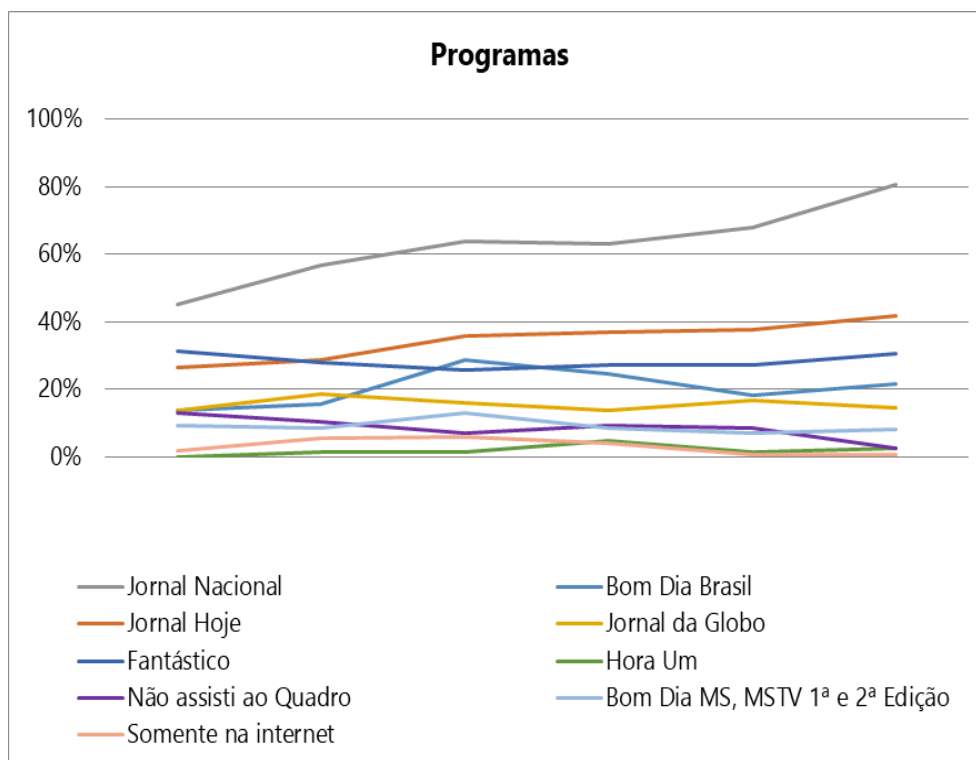
A integração vivencial da televisão em nossa vida cotidiana: sua significação emocional como perturbadora e confortadora; sua significação cognitiva como informadora e des-informadora; sua significação espacial e temporal, incorporada às rotinas de nossa vida cotidiana; sua visibilidade, não só como objeto – a caixa que está no canto – senão em uma multidão de textos que a ela se referem - jornais, revistas, seções dos jornais, outdoors, livros como este; seu impacto, tanto recordando como olvidando; sua significação política, por tratar-se de uma instituição essencial do Estado Moderno: essa integração é total e fundamental (SILVERSTONE, 1994, p. 20).

Para Silverstone (1994), a crítica midiática deve passar necessariamente pelo desafio da mediação, o que envolve tanto a análise das mensagens midiáticas como também o *entendimento dos modos de engajamento, do vocabulário compartilhado, dos gêneros oferecidos a nós cotidianamente* pelo jogo de que fazemos parte. A televisão foi o meio de comunicação pelo qual a maioria dos respondentes sul-mato-grossenses afirmaram assistir ao OQBRQ, número expressivo afirmou que assistiu pelo Jornal Nacional – *JN*.

5.5.1.1 O JN como preferência

O *JN* é o telejornal que possui alcance considerável??, na faixa horária, no país, tabela de valores para anúncios entre as mais altas da televisão. Desse modo, ao incluirmos a questão 5) *Em qual programa assistiu o quadro?*, incluimos tal questão para verificar se OQBRQ estava sendo mais visto pela plataforma de notícias, *G1*, do que na mídia tradicional, caso da TV.

Gráfico 5 – Em qual programa assistiu ao quadro?



Fonte: Elaborado pelo autor.

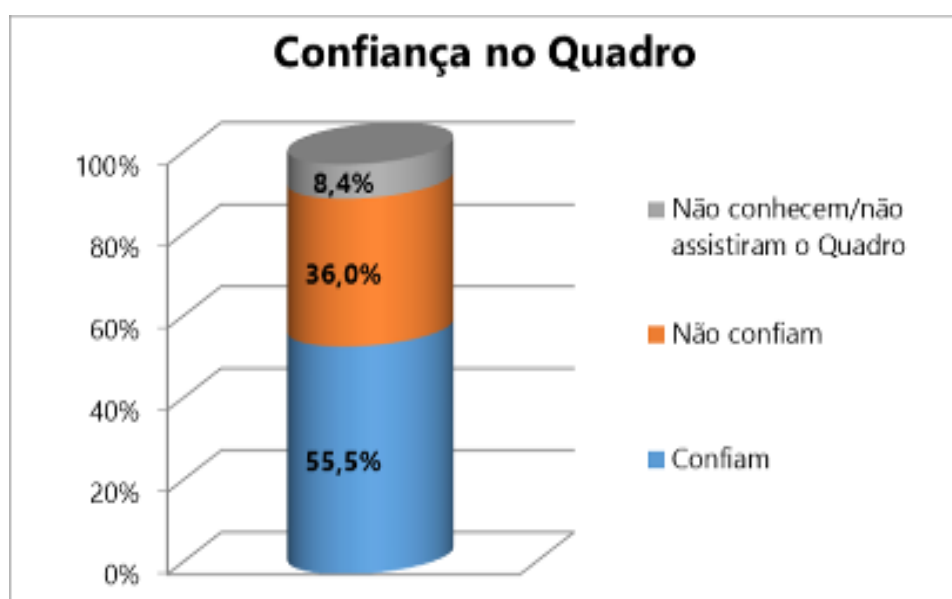
Os dados do **Erro! Fonte de referência não encontrada.** mostram que, apesar do formato de OQBRQ ter sido pensado para a televisão (linguagem, gramática), e, apesar de o produto midiático poder ter sido visto e acessado pelo portal digital, os resultados obtidos, no contexto, comprovaram que *mais de 80% dos sul-mato-grossenses alegaram ter assistido ao quadro no JN*, um número significativo, pois foram 632 pessoas que afirmaram, de uma amostra com 1.010 indivíduos. Tal índice revelou que o quadro foi assistido por quase o dobro de pessoas se comparado ao percentual daqueles que o viram em outro telejornal da *Globo*, no caso do *Jornal Hoje*, que foi o segundo telejornal em que o quadro foi mais visto.

Na definição do editor-chefe, Willian Bonner, o *JN* é um programa de fácil compreensão, com mensagem para ser compreendida ao ser ouvida uma única vez.

O *Jornal Nacional* é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado com imagens que despertem o interesse público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato (BONNER, 2009, p. 13).

O resultado evidenciado no **Erro! Fonte de referência não encontrada.** pressupõe “confiança” no quadro, seja por conta da celeridade da divulgação da imagem, do alcance do sistema midiático *Globo* ou ainda do fato de o produto atribuir-lhe a função de *porta-voz* da cidade em que mora, fato comprovado nas duas entrevistas¹⁹¹ em profundidade realizadas com os sujeitos comunicantes de Campo Grande e Jaraguari (MS). Não somente eles, os cidadãos sul-mato-grossenses que responderam à pesquisa demonstraram também pensar assim, afinal, do total de 1010 respondentes, 561 pessoas (55,5%) afirmaram confiar no quadro conforme **Erro! Fonte de referência não encontrada.**

Gráfico 6 – Confiança no quadro “O Brasil que eu quero”



Fonte: Elaborado pelo autor.

Ainda em relação aos dados apresentados no **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, outro ponto a ser considerado sobre os telejornais, como o *JN*, é que de maneira geral são produtos midiáticos que possuem a confiança de número considerável de telespectadores. Prova disso é que, mesmo com a pandemia da Covid-19, em que houve aumento de desinformação, fenômeno aliás que ganhou força nas eleições americanas de 2016 e na brasileira de 2018, os programas jornalísticos televisivos foram os preferidos da população brasileira durante tal período no quesito confiança, de acordo com pesquisa realizada pelo *Instituto Datafolha*¹⁹². Isso em relação às informações e/ou notícias sobre o coronavírus,

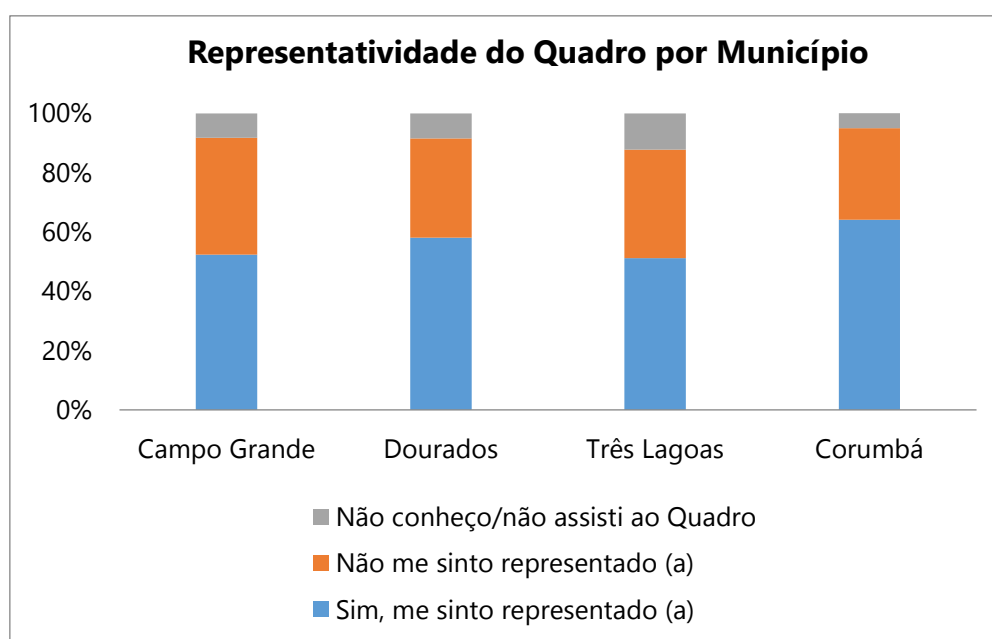
¹⁹¹ A serem apresentadas nesse capítulo. Entretanto salientamos que trechos das entrevistas estão ilustrando e inseridos em várias discussões no decorrer da tese.

¹⁹² Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/24/tvs-e-jornais-lideram-confianca-do-publico-sobre-coronavirus-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2020.

inclusive por conta do trabalho *home-office* do período houve alteração no comportamento dos cidadãos com maior frequência em casa assistindo à televisão.

O Erro! Fonte de referência não encontrada. mensura a questão da representatividade do quadro. A pesquisa exploratória evidenciou que além de confiarem no OQBRQ os sujeitos respondentes se sentiram representados também pelo produto da *Globo*. A somatória do contexto de pesquisa mostrou que *55,6% das pessoas se sentiram representadas, 35,9% não se sentiram (número expressivo também), e 8,4% dos sujeitos comunicantes afirmaram desconhecer o quadro.*

Gráfico 7 – Representatividade do quadro



Fonte: Elaborado pelo autor.

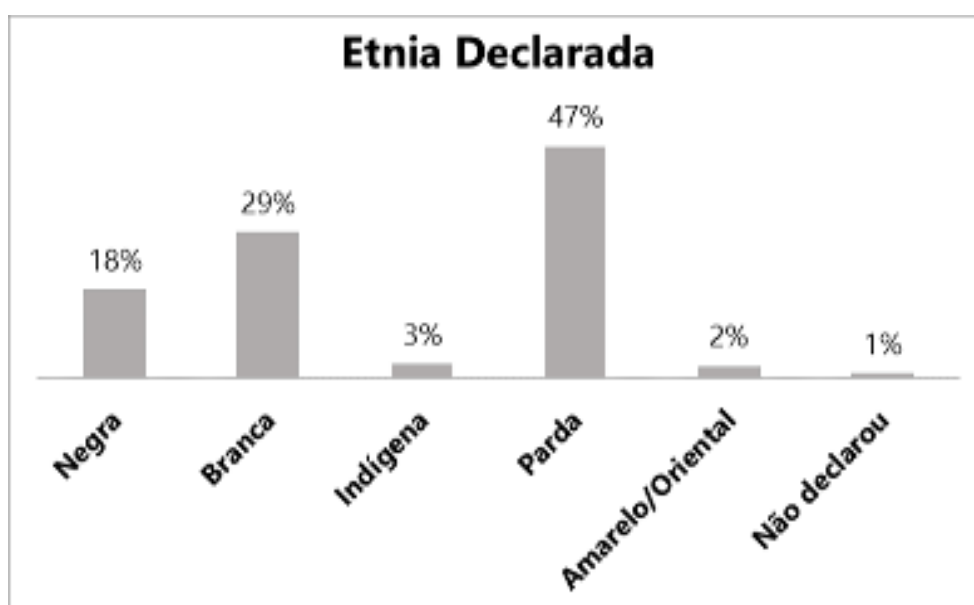
Em relação à representatividade de cada município do contexto pesquisado, a amostra revela que os números traduzem a dimensão do alcance da *Globo* e afiliadas nas quatro macrorregiões do estado de Mato Grosso do Sul, em termos de OQBRQ. Assim, se sentem representados, em Campo Grande (52%), Dourados (58%), Três Lagoas (55%) e Corumbá (64%).

Importante outra constatação: apesar de os sujeitos dizerem ter confiado e sentirem-se representados pelo OQBRQ, para a maioria da amostra, apesar de ter sido uma boa iniciativa, o produto midiático não altera ou colabora efetivamente com as mudanças esperadas do campo político na sociedade brasileira. Isso foi dito por 353 pessoas (35%), contra 291 (28%) sul-mato-grossenses que acharam uma boa iniciativa e como tal ajuda na resolução do problema

político brasileiro, seguido daqueles que acreditam ser apenas mais uma iniciativa comercial da Globo, no caso, 198 pessoas (19,6%).

A *pesquisa exploratória* possibilitou a inclusão de questões relacionadas a: *como os sujeitos comunicantes se autodeclararam, onde residiam, gênero*. Conforme os dados coletados, 97,7% revelaram ser moradores da área urbana, nos quatro municípios do MS, sendo 53,8% do sexo feminino. Em relação aos grupos étnicos: 46,6% se autodeclararam pardos; 29,3%, brancos; 17,8%, negros; 2,9%, indígenas; 2,4%, amarelos/orientais, dados compilados no **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, apresentado a seguir.

Gráfico 8 – Você se considera...



Fonte: Elaborado pelo autor.

Ressaltamos que outras observações, sejam em relação à *pesquisa exploratória* ou à mensuração de dados, tais como *escolaridade, idade e administração governamental local*, foram mensurados para discussões específicas, em outros momentos, mencionados durante o desenvolvimento dos percursos da tese. Sendo assim, o tratamento quantitativo apresentado diz respeito a questionamentos que surgiram e contribuíram a outros olhares, (re)interpretações no tocante ao objeto de referência midiática.

Entre as variadas possibilidades e os objetivos possíveis, obter visibilidade na função de *porta-voz* de uma cidade em OQBRQ foi um dos motivos que levaram o sujeito comunicante Ronilço Guerreiro¹⁹³ (Campo Grande), a enviar o seu vídeo ao quadro representando a capital

¹⁹³ Autorização por meio de Termo Livre Esclarecido, inclusive, divulgação do nome e dados sobre OQBRQ. Aqui também referido como entrevistado 1.

sul-mato-grossense, reafirmando o discurso midiático, em que ele afirma: “sou o porta-voz de Campo Grande para o Brasil no quadro”, conforme revelações durante a *entrevista em profundidade* realizada.

5.6 Entrevista em profundidade 1: o porta-voz de Campo Grande (MS)

5.6.1 Para começo de conversa: procedimentos metodológicos e técnicos

Com o objetivo de trazer sustentação tanto a redesenhos procedimentais como às dinâmicas metodológicas para o atendimento de requisições de nosso objeto/problema, possibilidade de novos testes, reformulações, entre as categorias descritivas e de análises, compreendemos a importância da inclusão da “técnica da entrevista em profundidade, uma conversa a dois feita por iniciativa do entrevistador, destinada a fornecer informações pertinentes a um objeto de pesquisa” (MINAYO, 2003, p. 107).

A opção pela técnica, pensada após a pesquisa exploratória, ratifica o movimento exploratório de caráter quanti-qualitativo e a inserção da entrevista semiestruturada, (destinada a dados qualitativos) traz aprofundamento de informações, inclusive de aspectos da ordem emocional e comportamental do sujeito comunicante de forma que

a diferença entre o questionário e as entrevistas semiestruturadas e não-diretivas reside na extensividade do primeiro (grande número de pessoas e fechamento das perguntas) e na intensividade da segunda (pequeno número de pessoas e grande abertura das perguntas para maior profundidade) (THIOLLENT, 1980, p.33).

Em relação ao material coletado da entrevista, no plano analítico, na fase da interpretação, operações lógico-sintéticas, adotamos as orientações metodológicas propostas em consonância com a técnica da *análise de conteúdo*¹⁹⁴, considerando que: “em regra geral, as respostas a perguntas livres são processadas por técnicas de análise de conteúdo” (THIOLLENT, 1980, p. 35).

Nesse aspecto sobre a referida técnica, existe a pré-análise que ocorre após a transcrição do conteúdo, com as sistematizações das ideias iniciais, sem perder de vista o quadro teórico referencial proposto e o estabelecimento de indicadores para a interpretação do material coletado (BARDIN, 1977). Em outras palavras, a organização dessa etapa ocorre em três fases: pré-análise, exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

¹⁹⁴ “Trata-se de um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 38).

É somente através dessa fase de elaboração interpretativa dos dados que se pode atingir um padrão de trabalho científico unificado na área de conhecimento da Comunicação. Só esse padrão é capaz de coordenar organicamente teoria e pesquisa, operações técnicas, metodológicas, teóricas e epistemológicas numa única experiência de investigação (LOPES, 2003, p. 152).

Sendo assim, nesse momento fomos até o sujeito a ser entrevistado, Ronilço Guerreiro (psicólogo), que teve material audiovisual exibido no OQBRQ no Jornal da Globo, JG. O entrevistado foi o cidadão escolhido pelo sistema midiático como porta-voz da capital sul-mato-grossense (Campo Grande). Adiantamos que nos foi perceptível, após a entrevista e transcrição da gravação, a presença de discussões em torno de três conceitos que apareceram com frequência durante a conversa que são: a) *efeito de real* (BARTHES, 2004); b) *ethos e televisibilidade* (MAINGUENEAU, 2013; SODRÉ, 2002; SARLO, 1997); e c) *dispositivo pedagógico da mídia* (FISCHER, 2002).

A partir desse momento, apresentaremos um cotejo da entrevista estabelecendo diálogos que acontecem em todas as etapas do movimento transmetodológico e transpassam os capítulos da tese devido ao significado e importância adquiridos também com quanto a problemática e objeto de referência.

5.6.2 O sujeito comunicante de Campo Grande, MS

Em Campo Grande (CG), no ano de 2018, entrevistamos¹⁹⁵ o psicólogo Ronilço Cruz de Oliveira, conhecido como Ronilço Guerreiro¹⁹⁶, na época com 49 anos, que possuía ações de cunho social na capital sul-mato-grossense. Entre os projetos se destacavam: a *Gibiteca*, *Gibicicleta*, *Livros Carentes*, *Bairros da Leitura* e as *bibliotecas ao ar livre* nos terminais de ônibus da cidade. Era o dia 19 de março de 2018 quando ele, dizendo-se surpreso¹⁹⁷, assistiu à exibição de seu vídeo em OQBRQ no *Jornal da Globo*, como o porta-voz de CG. Como não soubemos os critérios da *Globo* no processo seletivo dos vídeos de OQBRQ, observamos que entre os estímulos de *entrevistado 1* para enviar o seu material audiovisual, a questão da visibilidade teve peso, como veremos em trechos do relato adiante.

A intencionalidade do sistema midiático ao estimular *novos engajamentos em causas sócio-políticas, por meio da ideia de participação*, observada na proposta de OQBRQ não está

¹⁹⁵ Entrevista realizada na Gibiteca com transcrição integral disponibilizada nos Apêndices.

¹⁹⁶ Em 2020, ele foi eleito vereador por Campo Grande, mandato de 2020 a 2024, pelo partido Podemos.

¹⁹⁷ Como pesquisador e morador de CG confesso minha inquietação em ter conhecimento que ele não era um rosto desconhecido dos programas de televisão, quero dizer, da afiliada da Globo em MS e da central no Rio de Janeiro, sem falar de outras mídias.

distante de outro conceito o de *Cultura da Convergência* (MARTINO, 2014), entendida como um processo cultural que acontece na mente das pessoas, em outras palavras, a partir do momento em que há conexão entre as mensagens que ocorrem pelas mídias e o cotidiano, mantendo um *elo entre o real e o que pode ser considerado fictício*. Um dos pais de tal conceito é Henry Jenkins (2016), que trata sobre o processo colaborativo e engajamento entre a sociedade contemporânea e as narrativas que transitam pela interface, no caso da TV e o ambiente digital. Se compararmos o sujeito comunicante por meio do produto midiático OQBRQ e a Globo, o autor nos ajuda a destacar que: “a indústria da mídia de massa está aprendendo a incorporar aspectos de um público mais participativo em suas práticas fundamentais haja vista o engajamento, como recurso, que se torna um valor monetário essencial, que a indústria utiliza para medir o sucesso” (JENKINS, 2016, p. 176).

Retomando a entrevista, especialmente na elaboração do roteiro, cabe-nos revelar que não temos como não considerar o fato de que aparecer em OQBRQ não seja a primeira vez que o *entrevistado 1* participa de quadros televisivos, principalmente na *Globo*. Para tanto, uma procura em *sites de busca*, no canal de vídeos *YouTube*, encontraremos diversos materiais audiovisuais em que ele¹⁹⁸ foi participante de programas midiáticos, tais como: *Esquentando* (apresentado pela atriz Regina Casé, entre 2012 e 2016) e *Globo Esporte MS*, quando conduziu a tocha olímpica em Mato Grosso do Sul (2018), além matérias em programas locais na TV Morena (afiliada da Globo) em MS. Outro ponto a considerar é que em 2013 ele recebeu apoio financeiro e de divulgação do ator, apresentador e humorista Fábio Porchat para o projeto *Gibicicleta*.

O cenário descrito acima contribui para que o sujeito comunicante não seja um total desconhecido do sistema midiático e até mesmo da localidade, devido às participações em programas da *Globo*, ou seja, embora não seja um total desconhecido, o *entrevistado 1* disse-nos não acreditar que isso possa ter influenciado na seleção do vídeo para OQBRQ, pelo contrário, ele disse nem acreditar que houve seleção do material, conforme trechos extraídos da entrevista:

Pesquisador: Você teve esse *start*, fez e já mandou e você ficou sabendo já quando foi ao ar? Não teve nenhum contato prévio?

¹⁹⁸ Ele mesmo faz essa observação sobre a TV Morena. Em 2019, a afiliada da Rede Globo fez uma campanha para arrecadar livros para o Projeto do entrevistado 1 chamado “Livros Carentes”, realizado nos terminais de Campo Grande em estantes. São “bibliotecas” que ficam nos principais terminais de ônibus de CG onde as pessoas podem pegar e deixar livros. Um episódio que rendeu reportagens para o entrevistado 1 foi um livro doado dentro do qual havia 55 euros. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2019/07/13/projeto-recebe-livro-doado-com-55-euros-dentro-e-professor-encontra-dona-para-devolver-o-dinheiro-em-ms.ghtml>>. Acesso em 05 out. 2019.

Entrevistado 1: Nada, nada não. Contato nenhum, nenhum; é assim que funciona meu. Ou seja, várias pessoas mandam e de repente aparece você lá. Eu não sabia, eu não tenho ninguém dentro da Rede Globo. Ah, você, como já participou da Globo lá, o pessoal te conhece, não. (Entre a gravação, envio e publicação no Jornal da Globo foi menos de um mês).

P: Você acha que o fato de já ter sido personagem de alguns programas ajudou?

E1: Não, não ajudou nada. Porque na verdade eles, tem até alguns vídeos muito estranhos ali dentro né, uns vídeos com erros de português gritante, “menas corrupção” eu vi o pessoal falar, então assim, na verdade eu acho que eles pegaram e misturaram todo mundo assim, não tem nada não (Entrevistado 1, 25/07/2018).

Na sequência da análise sobre a entrevista, a necessidade de se autenticar o real como um dos muitos recursos das produções jornalísticas televisivas evidenciou tanto OQBRQ como o próprio entrevistado 1. Pois, o telespectador/internauta de CG ao esperar um sujeito desconhecido reivindicando ou desabafando sobre os problemas sociais e, sobretudo políticos, se deparou com um cidadão com participações na mídia local, com trabalho social envolvendo a leitura, enfim, um sujeito comunicante com certa legitimação pelo trabalho nos âmbitos culturais e educacionais daquela região.

Analiticamente, apropriamo-nos do conceito de *efeito de real de Roland Barthes* que atribui esse recurso “a elementos obtidos no romance realista, os quais, sem aparente função narrativa, conferem verossimilhança e credibilidade ao ambiente além de características aos personagens, instituindo uma espécie de transparência entre o leitor e o texto” (BARTHES, 2004, p. 181). No caso do atual contexto entre o (tel)espectador/internauta, imagens construídas e principalmente os efeitos de sentidos.

P : Por que você resolveu mandar um vídeo para “O Brasil que Eu Quero”?

Entrevistado 1: Foi assim, foi um sábado, o pessoal da minha casa saiu todo mundo e eu fiquei morrendo de vontade de comer um peixe. Aí eu peguei e deixei o carro próximo à Praça das Araras (em frente a essa praça, que é um dos cartões postais da Cidade, com três gigantescas esculturas de araras, fica o restaurante mais tradicional no cardápio de peixes – Casa do Peixe) e pedi um marmitex. Eu vi as Araras e lembrei d’O Brasil que eu Quero, e eu falei assim, gente, eu queria mandar um vídeo, até pra falar um pouco da cultura, aí eu peguei e fiz o vídeo, rapidinho, gravei uma vez só, e falei assim: “O Brasil que eu quero é com cultura e educação, porque o lugar onde não tem cultura a violência vira espetáculo”. Só isso, peguei e mandei. Esqueci que eu tinha mandado aquele vídeo, eu só mandei porquê de certa forma eu gosto, como já falei eu participei de programas de televisão, sou meio comunicador, dou palestras, falei ah, vou mandar. Seja o que Deus quiser. O não eu já tenho, vou atrás do sim. Aí um dia cheguei em casa mais de dez e meia da noite, do Senai (onde é professor), liguei meu computador para ver minhas mensagens e assistindo TV, aí de repente começou O Brasil que eu quero, aí de repente eu ouço: eu sou Ronilço Guerreiro, eu falei opa, sou eu. E passou no Jornal da Globo. E por incrível que pareça, meu celular não parava de tocar mais, pessoas mandando mensagens, te vi aqui, te vi aqui. Olha o poder da comunicação. Então se você me perguntar, porque você mandou, *eu mandei pela mídia, pelo estímulo que a mídia deu, pela televisão. E por falar, por de repente ter a oportunidade de ampliar a visibilidade daquilo que eu acredito, do meu sonho.* (Entrevistado 1, 25/07/2018, grifo nosso).

Há sempre elementos contingentes num ato de comunicação em relação ao que é mais difícil de dizer, se fazem ou não parte do discurso, mas que certamente influenciam a construção do *ethos* pelo destinatário. O problema é por demais delicado, posto que “o *ethos*, por natureza, é um comportamento que, como tal, articula verbal e não verbal, provocando nos destinatários efeitos multissensoriais” (MAINGUENEAU, 2013, p. 15). No tocante ainda ao sentido de *ethos*, Muniz Sodré (2002) nos traz a reflexão de que a mídia funciona como uma *espécie de agenda coletiva, cria uma nova cultura*, a que chama *tecnolcultura*, além de criar um novo lugar para essa cultura, eis o *ethos midiático*, um espaço para o realizar humano, uma consciência de um grupo social.

De um modo geral, o *ethos* é a consciência atuante e objetiva de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência, onde tem lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a instância de regulação das identidades individuais e coletivas (SODRÉ, 2002, p. 45).

As respostas do entrevistado 1 demonstraram que a televisão continua servindo para nutrir sonhos de vida, imaginários, desejos, sensações, características próprias desse meio de comunicação: “da mídia e do jornalismo não partem apenas influências normativas” tidas como éticas, mas principalmente influências “emocionais” e sensoriais com todo seu pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social” (SODRÉ, 2002, p. 44-45).

Sendo assim, condicionamentos, comportamentos, identidades, são influenciados e transformados, bem como o sentimento de pertença, *no caso, o sujeito comunicante, entrevistado 1 se reconhece e vê na narrativa midiática reflexos de seu cotidiano até em sua ação profissional*. Ele considera que *o grau de visibilidade que ele adquiriu, por intermédio da Globo, possibilitou a ele transitar em um mundo idealizado por ele mesmo*, conforme relato na sequência da entrevista.

P: Você acaba tendo uma boa relação com a mídia para falar dos seus projetos; como é que você avalia essa relação do projeto social com a televisão, com os programas?

Entrevistado 1: Eu vejo assim, depois que eu participei do programa Esquenta, da Regina, deu uma visibilidade muito grande. Eu fiquei muito amigo de pessoas famosas, e pessoas famosas muitas ajudam você. Só de curtir sua página (redes sociais), tipo o Porchat curtiu uma coisa minha lá aquilo ali repercutiu muito grande. É, esse ano, tem um programa de televisão que está me sondando pra eu poder participar, não vou falar agora né, mas tá me sondando, mas a primeira coisa que eles me perguntaram é: você é candidato? Falei não. Então tá. Porque eu quero uma Kombi, então eu quero uma coisa diferente, quero uma **kombiteca**. É, tem uma visibilidade muito grande né, tanto que no “O Brasil que eu quero, eu mandei um vídeo, e sou o porta-voz de Campo Grande no O Brasil que eu Quero, falando sobre cultura e educação. Eu vejo assim, que é importante a comunicação, eu vejo até que muitas vezes jornais e televisão divulgam muito mais coisas tristes do que coisas boas. Eu até falei pro cara da TV Morena (afiliada local da Globo), Toninho (Antonio Alves – diretor de Marketing da TV Morena) vocês precisam de um programa pra mostrar

aqui, eu tive na Gibiteca a visita daqueles Caçadores de Bons Exemplos (casal que sai pelo Brasil em busca de bons exemplos e muitos casos são apresentados no Fantástico ou no G1), precisamos provocar nas pessoas o despertar do sonho adormecido, você liga a televisão só tem sangue, só tristeza, você vê só corrupção, tem que mostrar que isso não é normal, isso não é regra. E quando você de uma certa forma participa de um programa, como eu participei da Regina Casé, cara, num dia eu recebi mil e-mails, em um dia, a minha rede social deu um salto, teve uma vez que eu recebi 5 (cinco) mil curtidas numa foto. *Então assim, dá uma repercussão muito grande, e dá uma visibilidade muito grande ao projeto* (Entrevistado 1, 25/07/2018, grifos nossos).

Para o entrevistado 1, a *televisibilidade é legitimada em diversos momentos*, ele se vê como o porta-voz de sua cidade, tal como o quadro enfatiza em discurso, *ele mesmo se vê como um comunicador, conforme exposto acima*. Nesse sentido:

O universo de sentido propiciado pelo discurso impõe-se tanto pelo *ethos* como pelas “ideias” que transmite; na realidade, essas ideias se apresentam por intermédio de uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser, à participação imaginária em uma experiência vivida. [...] O poder de persuasão de um discurso consistente em parte em levar o leitor a se identificar com a movimentação de um corpo investido de valores socialmente especificados (MAINGUENEAU, 2004, p. 99).

A *noção da receita pronta, do ensinar didaticamente a fazer algo, o Dispositivo Pedagógico da Mídia*, como proposto por Fischer (2002), apareceu em diversos momentos de sua fala, assim, transcrevemos a seguir um trecho explícito dessa marca da TV.

P: Para você, a indicação que a TV deu, o tutorial dizendo como é que gravava o vídeo, foi importante?

Entrevistado 1: Foi importante. Porque na verdade eu gravei assim (faz o gesto com o aparelho na horizontal), e eles que me ensinaram a gravar assim (horizontal), eu só gravava assim (mostra o aparelho na vertical), eu não sabia. Agora só tenho gravado assim (horizontal), até as minhas “lives” que eu fazia eu gravava assim (vertical) e agora só gravo assim (horizontal), sem medo de errar. *Eles que me ensinaram, aprendi isso com a TV, ninguém me ensinou, foi com a TV, olha a importância da mídia*. (Entrevistado 1, 25/07/2018, grifos nossos).

Logo no período inicial de exibição, as críticas recebidas pelo OQBRQ dirigidas sobretudo à Willian Bonner, editor-chefe do JN, geraram inúmeros *memes*¹⁹⁹ direcionados *ao tom explicativo, aos modos de fazer, a forma didática* do sistema midiático explicar aos atores sociais como esses deveriam fazer para o enquadramento, escolha do local, horário, e gravação do vídeo, para, então, enviar à Globo. Nesse aspecto, o entrevistado 1 afirmou discordar de tais apontamentos, porque em sua visão, foram válidas todas as orientações oferecidas pelos jornalistas sobre o quadro.

¹⁹⁹ Conteúdo discutido no Capítulo 2.3 ao tratar do objeto de referência midiática.

A trilha vivenciada na pesquisa, a experiência que vai sendo adquirida, evoca, os usos que as pessoas fazem das mídias, o que nos leva a pensar “não só em lugares, acessos, rotinas, cenários, mas também em memórias e modos de compreensão como elementos de geração de sentidos nas diversas formas de se fazer dos públicos enquanto instância concreta vinculadas aos processos de produção, de circulação e de consumo” (PEREIRA, 2006, p. 159).

Todas as aproximações exploratórias realizadas até o momento, tal como a prática jornalística, que para entender o factual vai em busca dos dois lados, sobre o mesmo fato, nos levaram a querer entender como o sistema midiático, no caso a *Globo*, procedia a seleção dos materiais enviados para OQBRQ, como forma de subsidiar questionamentos e inquietações despertadas, sobretudo pela primeira entrevista em profundidade realizada, nesse sentido, no próximo item abordaremos essa tentativa.

5.7 Os critérios de seleção em OQBRQ: isso a Globo não mostra!

No mês de abril de 2018, pouco mais de um mês após o início das exibições do quadro, nos telejornais da *TV Globo*, e, a partir de sua definição como nosso objeto referência midiática, nos inscrevemos na seleção para participação do *VII Seminário Temático Globo-Intercom 2018*. Entre as exigências da seletiva, houve a solicitação de uma cópia do projeto de nossa pesquisa de doutorado, iniciado fazia poucos meses na época, para comprovação se realmente o nosso objeto dialogava com os produtos e/ou programas da *Globo*. Mediante envio do material solicitado, em junho 2018, estávamos na relação dos selecionados para ida à Central Globo de Produções - ao Projac no Rio de Janeiro. Em julho de 2018, participamos do *Seminário Temático: Desigualdades, Gêneros e Comunicação na sede da Globo, no Projac (RJ)*, fato que possibilitou contato inicial com o *Globo Universidade* (responsável pelo acesso de estudantes/pesquisadores aos programas da Globo). No entendimento que:

O empírico na produção midiática exige a realização de atividades de pesquisa que permitam entrar na lógica interna do meio, nas práticas profissionais, nas culturas empresariais e comunicacionais no hábitat construído com fins produtivos simbólicos. Centrais de jornalismo, cidades cenográficas, produtoras audiovisuais, agências de publicidade, meios alternativos, indústrias imprensas, redes radiofônicas (MALDONADO, 2006, p. 280).

Na sequência com aproximação com um funcionário do *Globo Universidade* para viabilizar informações e acompanhamentos em relação à *Globo*, o mesmo exigiu uma série de

documentos²⁰⁰ para compreender o prospecto disponibilizado e o que de fato a pesquisa procurava, sendo requisitado um ofício à Universidade Vale do Rio dos Sinos - Unisinos à Coordenação do Programa de Pós-Graduação.

As solicitações documentais possibilitaram explicitar as ações que se pretendiam fazer, tais como: entrevistar os editores do quadro, os jornalistas/âncoras dos três principais telejornais/programas (*Bom Dia Brasil, Fantástico, Jornal Nacional*); os roteiros das entrevistas semiestruturadas que seriam realizadas e o acompanhamento do processo de recepção e seleção dos vídeos do quadro, além de entrevistas com o pessoal do atendimento, jornalistas, e daqueles na função de divulgação do quadro nas redes sociais etc.

Passaram-se três meses, de junho a setembro, e não tínhamos nenhuma resposta, o que nos obrigou a enviar *e-mails*. Foram vários, sem devolutiva, apenas confirmação de recebimento por parte da *Globo*. Até que em 03 de outubro, após a divulgação do balanço do quadro pelo *Fantástico*, em 30 de setembro, recebemos uma ligação de um funcionário que se identificou como Juan, afirmando ser um dos responsáveis pelo *Globo Universidade*, confirmando todos os *e-mails* enviados ao conglomerado midiático. Ao telefone, Juan justificou que a *Globo* não respondeu, formalmente, as solicitações no endereço eletrônico porque estava com demanda grande, devido às eleições.

5.8 Imersões exploratórias 2: outros olhares pós-eleições (Alagoas)

A *segunda imersão exploratória* de nosso processo investigativo, aconteceu quando participávamos do evento organizado pelo *Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (Ciseco)*, em novembro de 2018, ao participarmos do *IX Pentálogo* do Ciseco²⁰¹, que teve como tema: *Midiatização e Reconfigurações da Democracia Representativa*. Sabíamos que o público seria composto, em sua maioria, por pesquisadores da área da Comunicação, sendo assim, resolvemos elaborar um questionário²⁰² exploratório com questões abertas e fechadas acerca da relação entre os processos midiáticos e políticos, e ainda, incluímos um bloco específico sobre o nosso objeto de referência midiática OQBRQ.

O levantamento de dados de caráter quantitativo que realizamos no estado de Alagoas (AL), em Japaratinga, em um momento de encontros e discussões, em torno do Colóquio,

²⁰⁰ As cópias dos documentos estão nos apêndices deste relatório.

²⁰¹ Apresentamos o trabalho: *Os processos midiáticos e a política em O Brasil que eu quero: uma tentativa de mediação pela televisão*.

²⁰² Este questionário da fase exploratória, em Alagoas, está disponível nos apêndices.

possibilitou pistas norteadoras além de ações de cunho exploratório. Tendo em vista a região do Nordeste brasileiro, aproveitamos a oportunidade e *aplicamos um questionário exploratório* com roteiro próximo àquele da *pesquisa exploratória* em Mato Grosso do Sul. Em 2021, como já dissemos, a publicação gerada no evento, foi mencionada²⁰³ em uma tese²⁰⁴ da FGV/SP que trata do estado da arte sobre a cobertura das eleições pelo *JN*.

Comumente se fazem pela imersão *direta no campo*, que pode se dar, por exemplo, através da observação direta aos produtos midiáticos a serem investigados, de entrevistas com informantes-chave e/ou de procedimentos mais intensivos e estruturados, como a aplicação de entrevistas estruturadas ou de questionários a um grupo de interesse da pesquisa (BONIN, 2006, p. 36, grifo do autor).

De certa forma, aproveitamos o momento e espaço do evento qualificado com investigadores da área para coletar percepções sobre como observavam a correlação entre mídia e política. De modo que uma das principais diferenças na elaboração deste segundo movimento exploratório, em relação ao primeiro, nas cidades de Dourados, Corumbá, Campo Grande e Três Lagoas, é que foi aplicado após o resultado do segundo turno das eleições para Presidente da República.

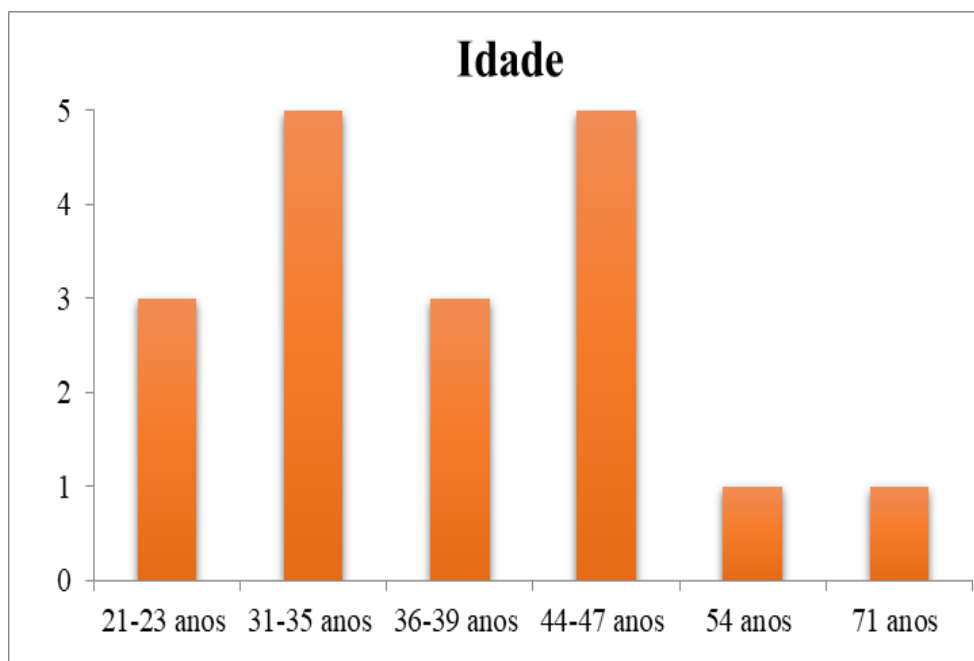
Assim, a aplicação do questionário ocorreu exatamente 10 dias após este pleito, o que motivou nossa escolha, em um primeiro bloco, por questões abertas sobre as eleições. Gostaríamos de entender qual a percepção desse grupo em relação à mídia, e se eles acreditavam que ela tinha exercido influência no processo de escolha política, como uma estratégia de captar novas sensações, deslocamentos, pistas e olhares sobre nossa investigação. Para a apresentação das percepções obtidas, a partir das respostas, elaboramos um recorte específico sobre as questões relacionadas: *a) perfil dos sujeitos comunicantes (idade, profissão e escolaridade); b) campo político (eleições, política e voto); c) ao quadro O Brasil que eu quero.*

As informações relativas ao tópico A constam nos **Erro! Fonte de referência não encontrada. Erro! Fonte de referência não encontrada. Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a seguir.

²⁰³ *Ver Artigo:* ROMERO, Eduardo Pereira. Os processos midiáticos e a política em: O Brasil que eu quero uma tentativa de mediação pela televisão. Jarapatinga, 2018. Colóquio de Semiótica da Mídia 7. Disponível em: <CISECO - Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - Os processos midiáticos e a política em “O Brasil que eu quero”: uma tentativa de mediação pela televisão>. Acesso em: 15.mai.2022. Mencionada, anteriormente, nesta tese no item 1.3.2 *OQBRQ: contextos, aproximações empíricas, zonas de contato.*

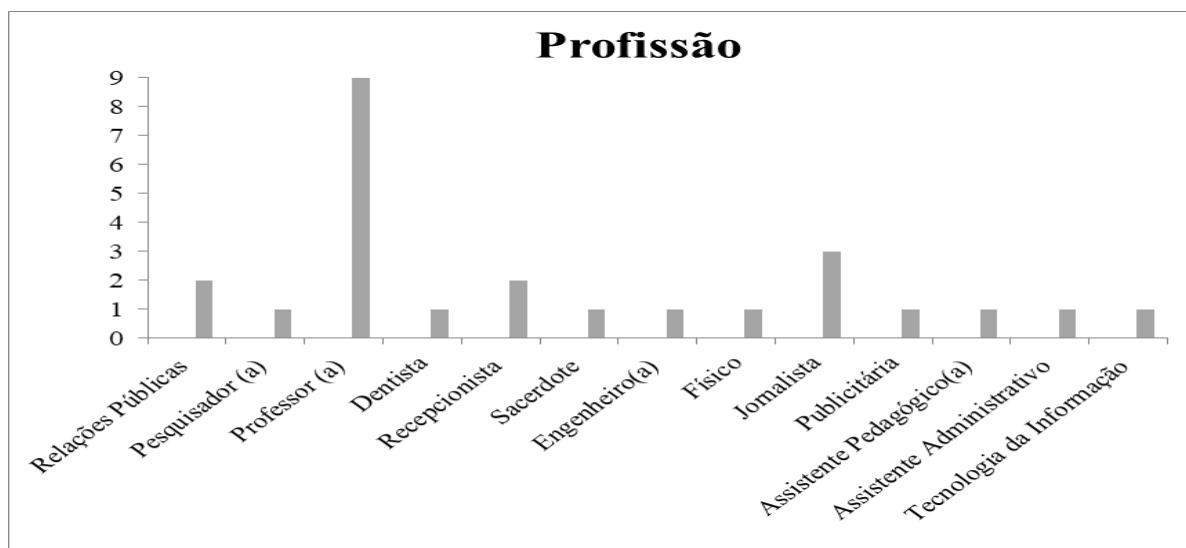
²⁰⁴ MACHADO, Marta Corrêa. A cobertura de eleições presidenciais brasileiras pelo Jornal Nacional: a literatura, as imagens e algumas discussões. São Paulo, 2021. Tese de Doutorado. Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30188>. Acesso em: 18 maio 2022.

Gráfico 9 – Idade dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)



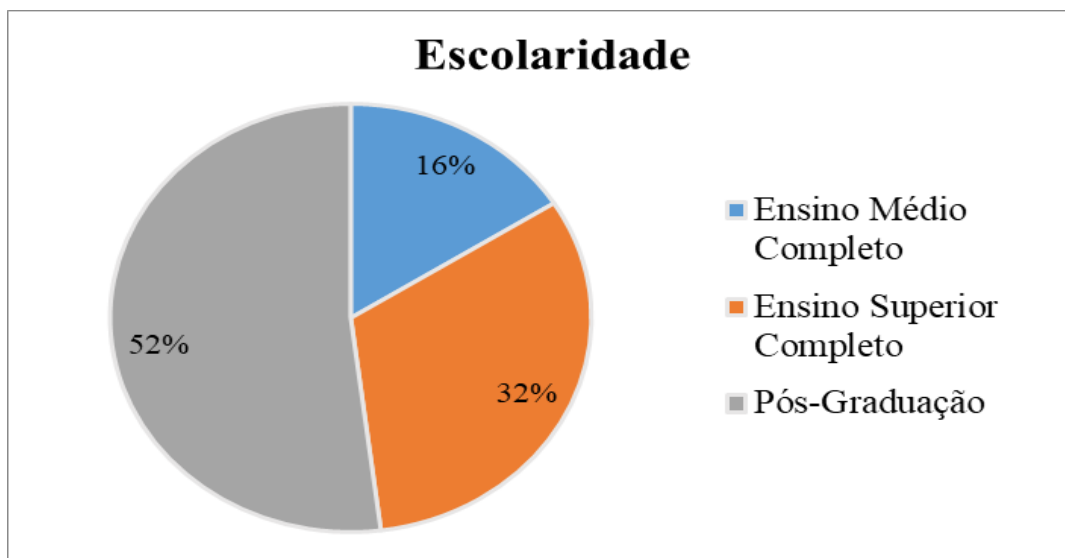
Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 10 – Profissão dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 11 – Escolaridade dos sujeitos comunicantes na pesquisa exploratória em Japaratinga (AL)



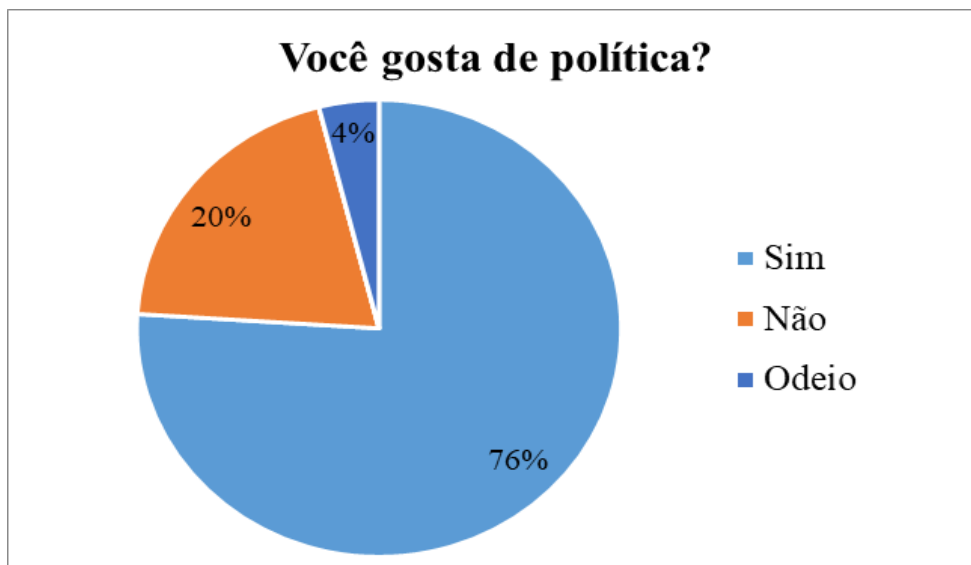
Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria dos sujeitos comunicantes que responderam ao questionário foi composta por professores e pesquisadores com Ensino Superior completo em diversas áreas e com pós-graduação *stricto sensu*, na faixa etária de 21 a 45 anos de idade.

5.8.1 O processo político: as eleições

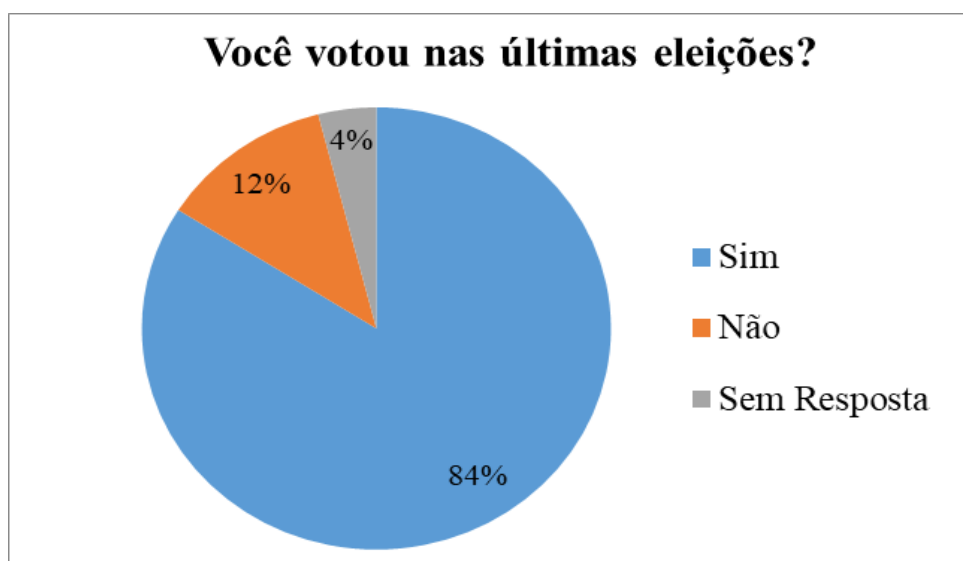
A questão sobre o processo político e a política em si compõem nosso espaço de discussão na inter-relação com a mídia, para tanto elaboramos perguntas específicas para observar se esses sujeitos comunicantes apreciam a temática e, principalmente, se exerceram o direito ao voto.

Gráfico 12 – Você gosta de política?



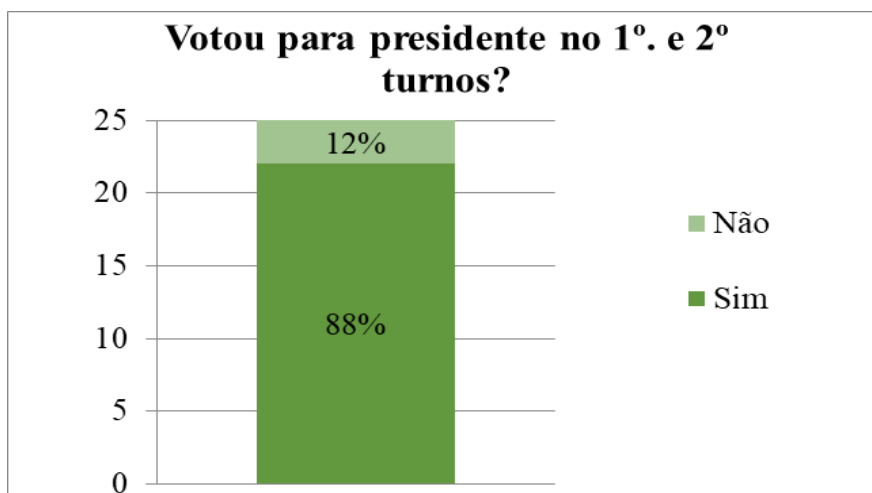
Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 13 – Você votou nas últimas eleições?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 14 – Votou para presidente nos dois turnos?



Fonte: Elaborado pelo autor.

No tocante às eleições, os três gráficos apresentados (**Erro! Fonte de referência não encontrada., Erro! Fonte de referência não encontrada. Erro! Fonte de referência não encontrada.**) apontam aspectos caracterizadores do grupo, tais como: *a ampla maioria é implicada na temática e, além disso, votaram nos dois turnos das eleições.* Observa-se que a característica da maioria do público dessa amostra possui alta escolaridade: com Pós-Graduação: (13); Ensino Médio Completo: (4); e Graduação: (8). Entre as profissões exercidas: Relações Públicas (2); Pesquisador (a) [1]; Professor (a) [9]; Dentista (1); Recepcionista (2); Sacerdote (1); Engenheiro (a) [1]; Físico [1]; Jornalista (3); Publicitária (1); Assistente Pedagógico (a) [1]; Assistente Administrativo [1]; e Tecnologia da Informação [1].

As mensurações apontam que era o público que em sua maioria gostava da discussão acerca da política, votaram nos dois turnos para presidente da República, tinham alta escolaridade (mestres e doutores) e eram profissionais em pleno exercício de suas funções. Tanto que apontaram os critérios de escolha dos candidatos (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**).

Tabela 16 – Critérios para escolha do candidato

Critérios	N.º de respostas
Programa de governo	9
Histórico do candidato	2
Perfil	4
Alinhamento ideológico	3
Candidatos novos	3

Defesa do socialismo como projeto de país	1
Chance de evitar a extrema-direita no poder	1
Sem resposta	1
Gênero, cor da pele	1

Fonte: Elaborado pelo autor.

A tabela com tais critérios evidencia que o programa de governo foi determinante na escolha do candidato para os sujeitos comunicantes, condição contrária ao que as pesquisas apontaram acerca do que levava um eleitor a votar em Jair Bolsonaro (PSL) ou Fernando Haddad (PT) nas eleições presidenciais de 2018. De acordo com o *Instituto Datafolha*²⁰⁵, contratado pela *TV Globo* e *Folha de S. Paulo*, em pesquisa feita nos dias 17 e 18 de outubro de 2018, com 9.137 eleitores, em 341 municípios brasileiros, apenas 12% dos eleitores afirmaram, na época, votar em Jair Bolsonaro (PSL) e disseram que estavam motivados por conta de seu programa de governo; com relação ao candidato Fernando Haddad (PT) o número era de 15%.

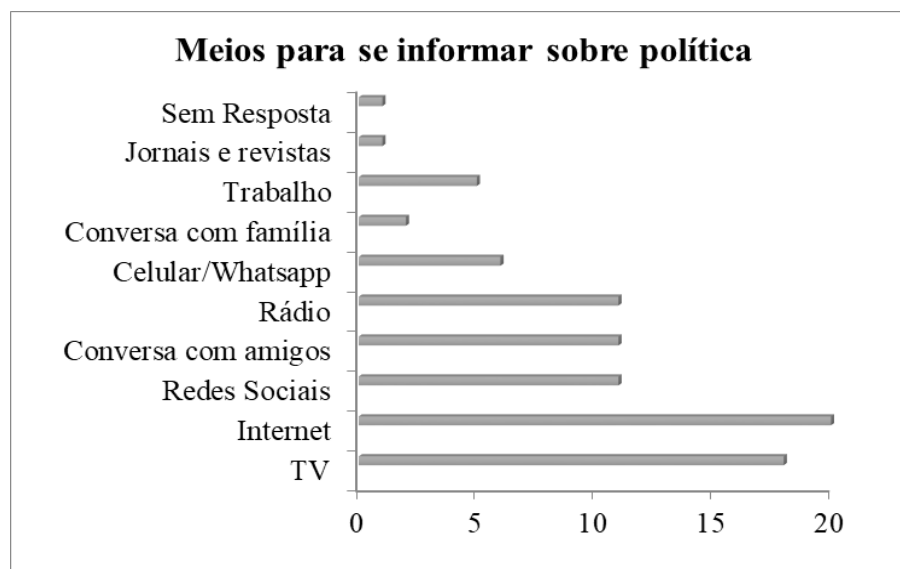
5.8.2 Os processos midiáticos: os meios

Os processos dialógicos, a compreensão de sua cultura e de outras, a narrativa compartilhada, são atravessados pelas mídias tradicionais e pelas novas tecnologias da informação e da comunicação (NTICs). De acordo com Valderrama (2014), esses novos meios técnicos são essenciais tanto na dinâmica da política tradicional como na configuração de novos desenhos de se fazer a política e de se exercer a cidadania.

205

Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/10/22/86573009cfde5a6de64bd00cc1bd94a3.pdf>. Acesso em: 06 out. 2019.

Gráfico 15 – Meios para se informar sobre política



Fonte: Elaborado pelo autor.

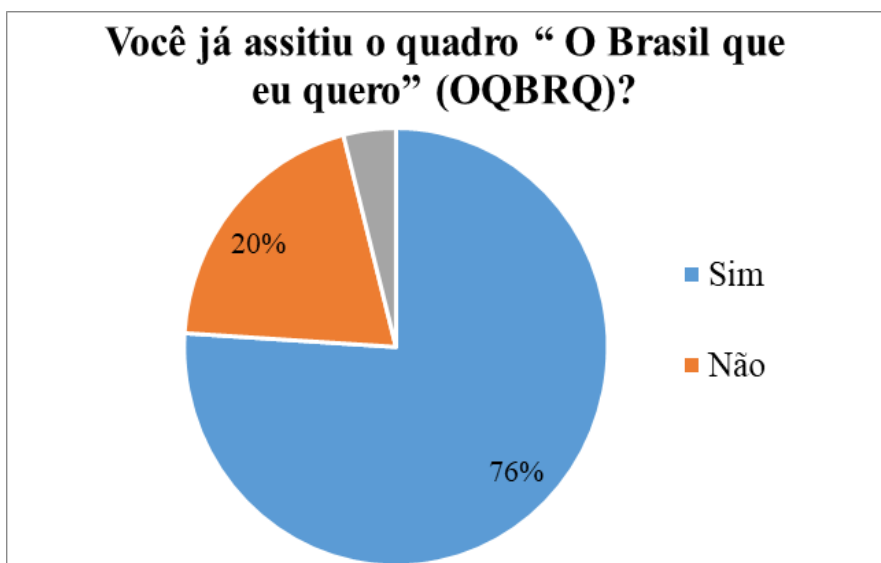
De acordo com o **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, é possível observar que, apesar do ambiente digital ter sido mais citado entre o grupo pesquisado, era alto o índice das pessoas que fizeram uso da TV, como um meio de comunicação e informação, para se informar sobre a política.

Vale relembrar que, nas duas entrevistas em profundidade, no estado de Mato Grosso do Sul, com os sujeitos comunicantes de Campo Grande e de Jaraguari, identificamos que, apesar do compartilhamento e celeridade do espaço das redes sociais e internet, a autenticação da televisão como um espaço público midiático teve destaque simbolizando para eles, entre outros aspectos, *o desejo de reconhecimento*. Enfatiza-se que a mídia, nova ou velha, se comportava como: a) agente político; b) configuradora de novos espaços da vida pública; e c) geradora de horizontes de sentido ético-político” (VALDERRAMA, 2014, p. 298).

5.8.3 O objeto de referência midiática

Neste bloco, foram mensuradas as questões sobre OQBRQ. Salientamos que foi o único item deste questionário exploratório 2 em que não houve alteração das perguntas em relação à exploratória 1, em MS, até analisarmos os dois distintos grupos.

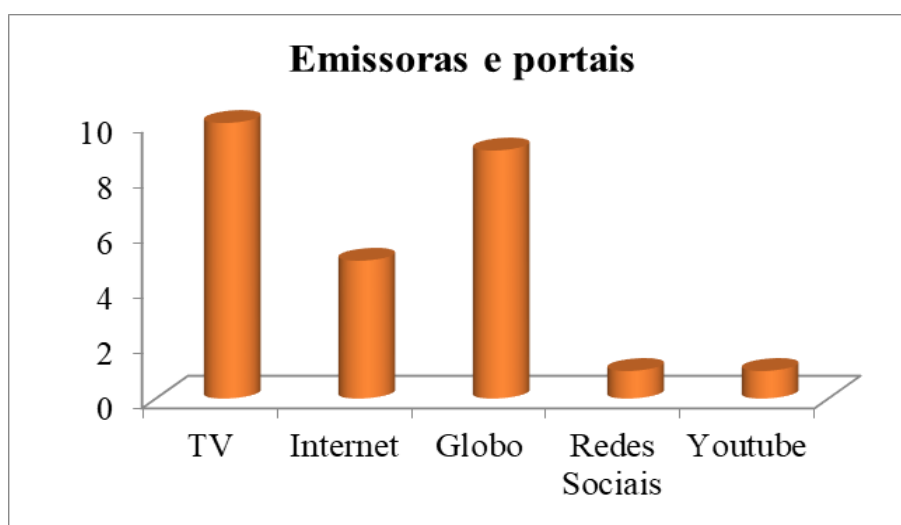
Gráfico 16 – Você já assistiu o quadro OQBRQ?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Foi perguntado também se, em caso afirmativo, na emissora ou em portal? Qual(is)?

Gráfico 17 – TV ou portal?



Fonte: Elaborado pelo autor.

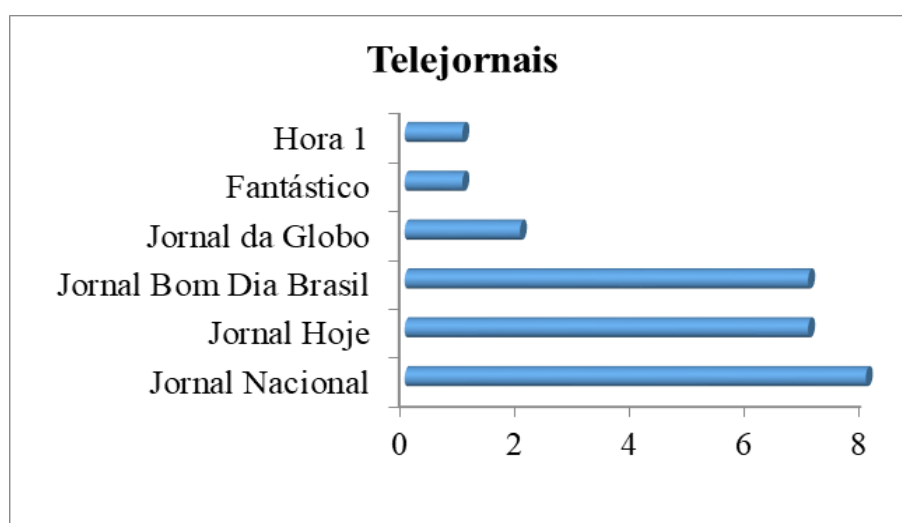
É interessante observar que os dois gráficos (**Erro! Fonte de referência não encontrada. Erro! Fonte de referência não encontrada.**) apontavam que os respondentes da pesquisa já haviam assistido OQBRQ pela televisão. O que se observa é que assim como na *pesquisa exploratória* nas quatro cidades sul-mato-grossenses que apontara que *mais de 87% da amostra afirmou ter visto OQBRQ na TV*, agora, nessa investigação no estado de Alagoas, mais de 50% também afirmaram isso. A diferença é maior quando falamos de ver o quadro pela internet, ou seja, pelo portal de notícias da *Globo, G1*, *5% dos respondentes do estado de Mato*

Grosso do Sul afirmaram ter visto por este suporte em comparação aos 25% na amostra de *Alagoas*. É válido destacar que no movimento exploratório 2 os sujeitos comunicantes eram em sua maioria professores, pós-graduados, o que indica maior uso das plataformas digitais.

Valderrama (2014) alerta às possíveis tensões entre a mídia e as NTICs quando os meios são utilizados como cenários ou instrumentos de uso da esfera pública. O autor se dizia preocupado pela possibilidade “desses meios técnicos atuarem como agentes políticos e como mediadores de matrizes simbólicas das dinâmicas políticas e do exercício do poder” (VALDERRAMA, 2014, p. 298).

Ao perguntarmos sobre *em quais telejornais* (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**), os sujeitos viram OQBRQ na TV responderam: no *Jornal Nacional (JN)*. Em comparação com a pesquisa exploratória 1, verificamos que a mensuração, apesar da diferença do tamanho entre as amostragens, apontou números não tão distantes assim, entre as duas investigações, ou seja, *30% da amostra dos respondentes afirmaram ser o JN o telejornal no qual assistiram ao OQBRQ*.

Gráfico 18 – Em quais telejornais?



Fonte: Elaborado pelo autor.

A história comprova que o *JN*, desde a origem, esteve atrelado às discussões políticas do país, inclusive nas últimas décadas com as entrevistas, debates e produtos midiáticos em anos eleitorais. Quanto às entrevistas jornalísticas, ao vivo, com candidatos à Presidência da República, encontramos vários estudos, por exemplo o de Afonso de Albuquerque²⁰⁶ (2013)

²⁰⁶ Professor do Departamento de Estudos Culturais e de Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF) atua nas áreas de Comunicação Política, Jornalismo e Comunicação Comparada.

que compreende este gênero, em relação ao processo histórico de construção do jornalismo brasileiro, reafirmando a relação entre os jornalistas e os atores do campo político. Citamos as entrevistas, porque a Globo atrela o gênero ao OQBRQ afinal, solicitou aos candidatos ao final de cada entrevista no JN que encerrassem a participação, em 2018, respondendo que *Brasil eles queriam para o futuro*. A seguir, a composição da chamada de abertura:

O Jornal Nacional vai entrevistar, ao longo da semana, os principais candidatos à Presidência da República mais bem colocados na última pesquisa Datafolha de intenção de votos. Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do PT, aparece em primeiro lugar na pesquisa, mas o ex-presidente não pode dar entrevistas por determinação da Justiça (...) O Jornal Nacional vai abordar os temas que marcam cada uma das candidaturas, questionar assuntos polêmicos e tratar da viabilidade de alguns pontos dos programas de governo (...) O tempo total dessa entrevista é de 25 minutos. *E, ao fim, o candidato vai ter mais um minuto para dizer que Brasil ele quer para o futuro. E o tempo começa a ser contado a partir de agora* (BONNER, JN, 04/08/ 2018, grifo nosso).

A intenção da Globo parece ratificar a ideia de *mediadora entre a população e os políticos*. Para Albuquerque (2013), os candidatos entrevistados pela TV são colocados em segundo plano nas entrevistas, cabendo aos jornalistas da bancada a função de protagonistas e representantes dos cidadãos. Segundo o autor, *esse comportamento está ancorado na leitura brasileira do jornalismo como quarto poder, segundo a qual para além da função de fiscal do governo, também exerce a ocupação de espaços deixados pelas fragilidades das instituições políticas*:

O exercício desse papel se configuraria na figura do líder de opinião, responsável por esclarecer o público sobre a verdadeira natureza dos problemas enfrentados pelo país e os melhores caminhos a serem seguidos para resolvê-los (ALBUQUERQUE, 2013, p. 91).

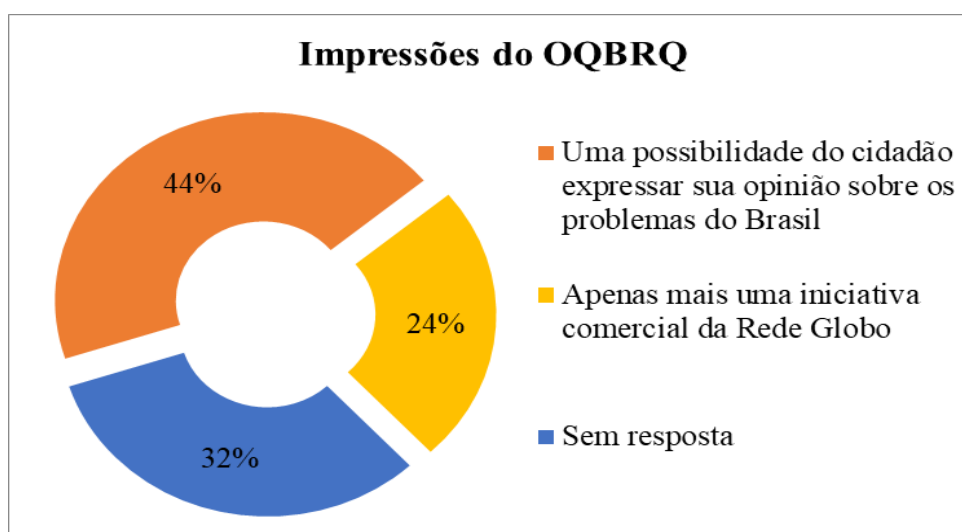
Para Fausto Neto (2018), há na televisão brasileira relações estratégicas com o funcionamento do discurso político que ultrapassam as lógicas da noticiabilidade, pois “a presença da televisão assume o protagonismo crescente e a midiaticização das eleições aponta para situações que revelam como a televisão semantiza o discurso político” (p. 02). O autor, em artigo publicado na Compós 2018²⁰⁷, faz uma análise sobre a proposta d’O Brasil que eu quero, chamando a atenção para o papel da TV no “protagonismo” estimulado restrito à sua própria gramática.

²⁰⁷Artigo “Nos limites da mediação: “Que Brasil você quer para o futuro?”, “Quero o Brasil presente”. Anais Compós, 2018.

De olho no capital por ela construído, a tevê ao se colocar como uma das instituições centrais nas discussões sobre questões do país, e tensionada pelos efeitos da crise de credibilidade que tem afetado largamente, instituições não só as de natureza midiática -, a televisão mostra suas apreensões sobre o destino da sua própria “vocação mediadora”. Sua sensibilidade mercadológica a desperta para com o destino de “exércitos de expectadores atores sociais” situados na periferia e nos grotões. E radicaliza a sua condição de um ator social, indo além, através de práticas inerentes as clássicas funções atribuídas às mídias. Já como uma instância de gestão da vida social, desponta como um lugar de escuta que propõe a circulação da palavra destes coletivos a que se faz alusão acima. Para tanto, opera via “modalidades de contato”, no caso regras, lógicas e gramáticas do próprio campo televisivo que se constituiriam no principal dispositivo de enunciação. A televisão se coloca então como organizadora de um protocolo de escuta da sociedade, através de uma campanha institucional lançada pela Rede Globo no início de 2018, a partir de pergunta dirigida ao universo da recepção através dos seus suportes de meios: “Que Brasil você quer para o futuro?”. Colocando os atores sociais co-protagônicos no centro de um processo interacional (FAUSTO NETO, 2018, p. 3).

Nesse sentido, chamaram-nos a atenção as respostas dos sujeitos comunicantes dessa investigação, em Alagoas, confirmando que os respondentes da amostra reconheceram que a Globo abriu espaço para os cidadãos expressarem a sua opinião, tal como aparece no gráfico a seguir, mas não se sentiram representados por ela.

Gráfico 19 – Impressões do OQBRQ



Fonte: Elaborado pelo autor.

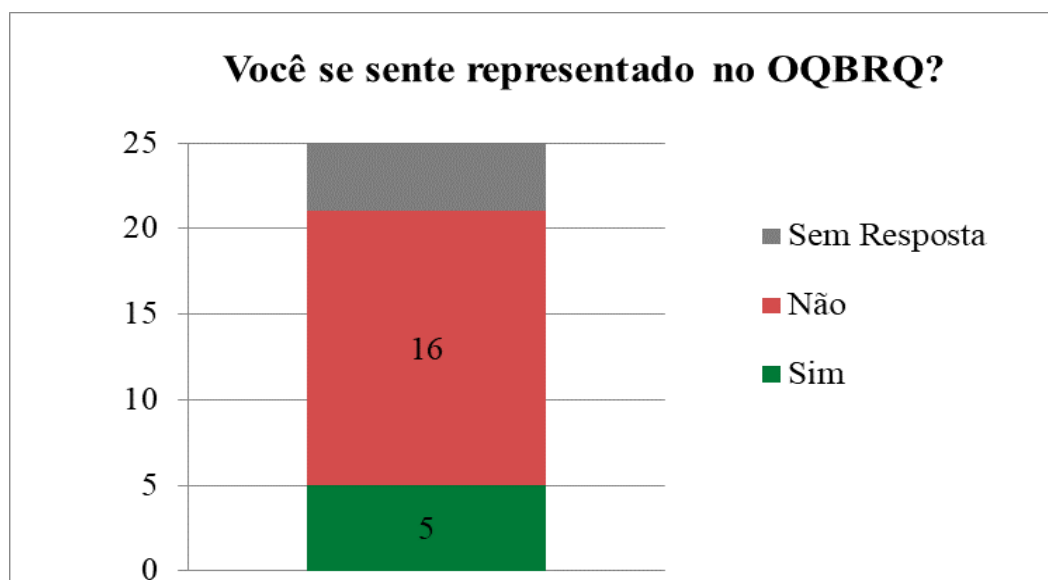
Em outras palavras, ao compararmos tais dados da investigação em Alagoas com a pesquisa exploratória anterior, em Mato Grosso do Sul (MS), nessa amostra os sujeitos comunicantes disseram reconhecer o espaço dado pela *Globo* para a expressão da opinião sobre os problemas (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**). Eles inclusive afirmaram confiar na proposta do quadro, entretanto, acreditam que a mera exibição de OQBRQ não alterava ou

colaborava efetivamente para mudanças em termos políticos e/ou de políticas públicas, que conseguissem alterar ou responder às reivindicações solicitadas.

Valderrama (2014) destaca as tensões e os contrapontos entre a elaboração da opinião pública e a capacidade de criticidade do indivíduo ou grupo. Assim, temos a mídia com determinados pontos de conhecimento da esfera política, a velha fabricação de informações com objetivos meramente políticos e capaz de gerar a opinião pública, tal como Noam Chomsky (2004) chama de *fabricação do consenso*²⁰⁸; de outro, a desconstrução discursiva por movimentos da sociedade civil.

Como observado no **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, os sujeitos comunicantes que responderam ao questionário em Alagoas afirmaram não se sentirem representados pelo quadro.

Gráfico 20 – Você se sente representado no OQBRQ?



Fonte: Elaborado pelo autor.

De maneira geral, a mensuração dos dados coletados em campo, apresentados nos gráficos e observações com os autores citados, evidenciam a força da televisão, em especial da Globo, no tocante a discussão da pauta da política nos telejornais, em especial do JN, nos municípios do MS e a estratégia do conglomerado midiático em se colocar como um espaço público para participação do cidadão e da possibilidade de exercer sua cidadania aos moldes elaborados pela empresa do grupo da família Marinho. Outro ponto observado foi a confiança

²⁰⁸ Em clara alusão às propostas de Walter Lippman sobre o papel que a mídia deve cumprir, assim como a elite política acadêmica, diante do “rebanho desconcertado” representado pela grande massa da população.

na proposta de OQBRQ contrastando com a ideia de que somente essa ação não é suficiente para resolver os problemas políticos do país. Mas, o protocolo midiático de seleção ocultado mostra o poder do sistema midiático.

5.9 Isso a Globo não mostra II: o pedido de vídeo pelo WhatsApp

Encontramos, em maio de 2019, o professor Jackson José Rosa da Silva, 25 anos de idade, o chamaremos de entrevistado 2, ao ver o seu vídeo de *porta-voz* de Jaraguari (MS), em OQBRQ, no programa Fantástico que ele compartilhou em sua rede social. O referido município possuía 6.414 habitantes (IBGE, 2011) e está localizado a 44 quilômetros da capital Campo Grande.

Inicialmente, não incluímos a possibilidade de entrevistá-lo, por conta da cidade de Jaraguari não estar no contexto de nossa investigação, e, por estar muito próxima da capital-sul-mato-grossense. No entanto, a curiosidade típica de pesquisador e as interrogações que nos acompanhavam desde o início sobre os critérios de seleção dos vídeos para o quadro, nos levaram a fazer contato pelas redes sociais mesmo com o entrevistado 2. Em comentário sobre se ele havia ficado surpreso com a escolha de seu material, representando aquele município, eis que ele ao nos explicar nos fez mudar, imediatamente, de ideia, tamanho incômodo provocado, perante a revelação sobre o processo de seleção de escolha de seu material. Isso porque, o entrevistado 2 nos informou que a TV Morena (afiliada da Globo) de Campo Grande entrou em contato com ele dizendo que o haviam indicado e a transmissora solicitou para ele gravar um vídeo, representando a cidade em questão, e enviá-lo pelo aplicativo WhatsApp. Evocamos nesse momento Mills (1972), que nos faz um convite a uma construção de uma ciência social, com o uso de métodos, de técnicas, mas sobretudo da imaginação.

A descrição sobre tal processo seletivo, pelo entrevistado 2, foi determinante para incluirmos mais uma entrevista²⁰⁹ em profundidade em nossa tese. Trechos da técnica de coleta de dados sobre três questões: motivação para o envio do material, contato da afiliada da Globo o sentimento de pertencimento, de ser *o porta-voz*, trazendo novos olhares ao objeto de referência midiática e às inquietações sobre o pedido do sistema midiático.

Pesquisador: Professor, me diz uma coisa, o que motivou você a fazer um vídeo para a proposta de O Brasil que eu quero?

Entrevistado 2: *Então, na verdade foi muito engraçado. Porque foi por indicação. né. Então, eu não tinha contato nenhum com ninguém da TV Morena, o pessoal que*

²⁰⁹Ao todo foram 49 minutos de entrevista (12 laudas/transcrição), disponibilizada na íntegra nos Apêndices.

me procurou. mas, *peessoas da cidade de Jaraguari me indicaram* para essa jornalista. Ela entrou em contato, primeiro contato *dizendo que precisava de alguém da cidade*, que fosse alguém que tivesse um bom contato com as pessoas, que pudesse falar e enviar para eles o material. Eles que me indicaram e passaram meu contato para ela. Daí eu achei a ideia bacana né” (grifos nossos).

P: Você se lembra como foi esse contato dela com você? Você não lembra o nome dela?

Entrevistado 2: Não, não lembro. Não me recordo. Foi por *WhatsApp*, ela entrou em contato comigo, falou de onde que era, se apresentou e daí **disse da proposta do vídeo**. Se eu tinha interesse, sobre como seria, e que as pessoas haviam me indicado para fazer o vídeo. Eu disse vamos fazer, vamos lá (grifos nossos).

P: E você ficou surpreso com essa indicação?

Entrevistado 2: Sim, eu fiquei surpreso, por conta de pessoas, ou várias pessoas me indicarem. Me senti até com uma certa responsabilidade em falar algo em 15 segundos que é um tempo muito curto. Mas, *representar* em uma fala o que que é “O Brasil que eu quero” (grifos nossos).

P: Você se *sentiu um porta-voz de sua cidade*?

Entrevistado 2: Me senti, só que é assim. Quando eu fiz o vídeo eu não achei que teria uma proporção tão grande, eu achei que fosse passar na rede local ou até mesmo no estado. E foi muito rápido, aconteceu em maio quando eu gravei, início de maio, e eu acho que em junho, antes de junho, questão de 3 a 4 semanas, o vídeo passou em rede nacional, ele passou no Fantástico.

P: Como é que você ficou sabendo? Eles enviaram algum aviso?

Entrevistado 2: Nossa, meu celular bombou.

P: Mas a emissora não te avisou?

Entrevistado 2: Eles não avisaram nada, onde que iria passar, se eles iriam passar ou selecionar para a rede nacional ou não, nada.

P: Só pediram para você gravar?

Entrevistado 2: Só pediram, né. Pediram autorização para divulgar na rede na TV Morena.

P: Como é que você enviou o vídeo para eles?

Entrevistado 2: Eu enviei por WhatsApp, eu filmei pelo celular e enviei para ela, né.

P: Então você não chegou a fazer um cadastro na plataforma?

Entrevistado 2: Não. Eu enviei direto pelo whats” da pessoa que entrou em contato comigo.

P: Depois que você mandou o vídeo, o que ela respondeu?

Entrevistado 2: É, eu mandei o vídeo e perguntei se estava bom, assim, em relação aos barulhos, do posicionamento, do enquadramento da câmera, tudo certinho. Aí ela disse que estava ok. Eu perguntei se tinha prazo para passar, ela disse que não saberia ao certo. Mas, que eles iriam analisar e que ia na TV Morena, sob os cuidados deles, e por isso eu nem achei que iria parar no Fantástico (risos) porque é algo bem mais nacional. Eu pensei que seria algo mais regional. Foi uma surpresa, mas, eu fui avisado pelos meus amigos. Então, começaram todo mundo a postar. No facebook, me marcar, colocaram no grupo de Jaraguari. As pessoas agradecendo, falando que foi muito legal, as pessoas disseram que ficaram lisonjeadas pela fala, da forma que foi e eu me senti bem, bem assim, qual termo seria o correto para mim usar: feliz. Assim, que atendeu as demandas, que eu esperava, de responsabilidade. *Que você falar de uma cidade, ser o porta-voz de uma cidade, e ainda falar sobre política e sobre o cenário nacional é bem complexo. (Grifo nosso).*

A partir das colocações do Entrevistado 2, ficava evidente o quanto o *sentido de representação social caiu como uma luva*, nos produtos midiáticos da televisão e, embora não seja algo novo, mantém sua força, conforme Foucault:

o que é representação, senão um fenômeno de ordem empírica que se produz no homem e que se poderia analisar como tal? E se a representação se produz no homem, que diferença há entre ela e a consciência? Mas a representação não é simplesmente

um objeto para as ciências humanas; ela é [...] o próprio campo das ciências humanas, e em toda sua extensão; é o suporte geral dessa forma de saber; a partir do qual ele é possível (FOUCAULT, 2007, p. 503).

Para Foucault, a representação nada mais é do que um dispositivo pelo qual o homem apreende o mundo como objeto. A mídia, sobretudo a audiovisual, de certa maneira retrata o objeto real com a intenção de criar uma semelhança entre o signo (verbal, imagético) capaz de representar a realidade, e seu significado, ou seja, as produções de sentidos produzidas pelo signo.

Após a transcrição e releitura da entrevista 2, essa correlação ficou mais que evidenciada, observamos também que o sujeito comunicante de Jaraguari de fato se percebe, como a Globo disse que ele deveria se perceber, como *um verdadeiro porta-voz, um representante daquela população*, aliás, manifestação semelhante ao *entrevistado 1* com a diferença de que aquele era *um sujeito com movimentos midiáticos*, que já possui reconhecimento em Campo Grande e até fora da cidade.

O entrevistado 2, por outro lado, *não é um sujeito midiático*, apesar de ter participado de uma gravação de vídeo lançada na plataforma do YouTube pelo Instituto Unibanco, em São Paulo, por experiências exitosas²¹⁰ em sala de aula.

O conjunto analítico entre ambas as entrevistas foi indicativo entre outras coisas, sobre o alcance que a exibição do vídeo teve para a sociedade local, refletido em ambas as falas, principalmente, conforme eles expõem acerca das centenas de mensagens recebidas, após a aparição na televisão, e que, mesmo indiretamente, os dois demonstraram pensar em uma possível imersão no campo político - se não admitem, também não chegam a negar por completo a possibilidade, ainda que como citado no item anterior o *entrevistado 1* tenha sido eleito vereador, por Campo Grande, em 2020.

Outro ponto interessante é que, apesar de acreditar e ter mais confiança no ambiente digital o *entrevistado 2*, reafirmou o poder de *O Príncipe Eletrônico* (IANNI, 1999) e da função do *JN* no tocante às questões de cunho político. Vejamos a seguir trechos da entrevista.

P: Você, quando busca algum tipo de informação sobre política, você busca em qual meio? Qual o meio mais usado?

Entrevistado 2: Eu uso mais a internet.

P: Você acha que a TV tem algum papel importante para essa questão política?

Entrevistado 2: Eu acho que ela é essencial, porém, não dá para se ter uma garantia também no que a TV promove, no que ela divulga. Então, eu acho que mesmo sendo na TV que aos olhos das pessoas parece que é algo bem mais sério, né, está ali falando,

²¹⁰ Ele foi selecionado entre cinco professores do Brasil para ir ao Instituto Unibanco (SP) falar dessas experiências e divulgar a outros professores do país.

no Jornal Nacional, por exemplo, que tem todo um estudo. Tem certas questões políticas imbricadas ali que talvez, se você não se atentar, passa despercebido e você acredita fielmente naquilo que está sendo dito. Não tem como você confiar 100%.

P: Mas você confia mais na TV ou na Internet?

Entrevistado 2: Eu acredito que pela Internet. Não que eu confie mais na Internet, mas ela promove um espaço em que eu possa ser mais investigativo.

P: Mas, mesmo assim, quando você foi convidado pela Globo local para fazer o vídeo, você não quis saber na plataforma da Globo como estava o quadro?

Entrevistado 2: Não, não mesmo. Como eu já havia visto na TV. *E eu também fui e confiei mais na questão da TV pelo que estava dito ali, como que era o quadro, como que funcionava. Pelo contato da pessoa que me procurou, que me explicou, como que funcionava, foram os únicos meios investigativos.* (Grifo nosso).

Bonin (2004) alerta que os movimentos exploratórios podem ter natureza e procedimentos diversos, um exemplo foi *a entrevista* com o entrevistado 2, ele não estava em nosso contexto de estudo, mas entrou em nossa rota provocando novos (re)planejamentos. A partir de sua inserção, ou seja, de um novo sujeito comunicante, houve e há necessidade da composição de novas estratégias para futuros movimentos, que, de certa maneira, tornaram-se indicativos de nossos próximos passos.

5.9.1 Reflexões analíticas: O Príncipe Eletrônico que a gente vê por aqui.

As pistas trazidas à tona nas investigações exploratórias e técnicas, percepções sobre o objeto de referência midiática nos fazem evocar Octávio Ianni (1999) quanto à radical alteração que o fenômeno da globalização trouxe às condições de desenvolvimento da política, tanto teoricamente, quanto em sua prática, como ele bem esclarece:

Em primeiro lugar, a globalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório, propicia o desenvolvimento de relações, processos e estruturas de dominação política e apropriação econômica de alcance mundial. Alteram-se as formas de sociabilidade e os jogos das forças sociais, no âmbito de uma vasta, complexa e contraditória sociedade civil mundial em formação. Isso significa a emergência e a dinâmica de grupos sociais, classes sociais, estruturas de poder, acomodações, tensões e lutas em escala mundial. *Em segundo lugar*, no bojo desse mesmo processo de globalização político-econômica e sociocultural, desenvolvem-se tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas que agilizam, intensificam e generalizam as articulações, as integrações, as tensões, os antagonismos, as fragmentações e as mudanças socioculturais e político-econômicas pelos quatro cantos do mundo. *Em terceiro lugar*, e simultaneamente a todos os desenvolvimentos, nexos, contradições e transformações em curso, desenvolve-se uma nova configuração histórico-social de vida, trabalho e cultura, desenhando uma totalidade geo-histórica de alcance global, compreendendo indivíduos e coletividades, povos, nações e nacionalidades, culturas e civilizações. Esse é o novo e imenso palco da história, no qual se alteram mais ou menos radicalmente os quadros sociais e mentais de referência de uns e outros, em todo o mundo (IANNI, 1999, p. 11, grifos nossos).

Diante do levantamento à composição de nossa investigação, alguns pontos foram e continuam sendo importantes entre eles: *a televisão se mantém com força e poder econômico-*

político, pois *O Príncipe Eletrônico está mais vivo que nunca*; para tanto vem se apresentando cada vez mais na função de mediadora da população, mediante retroalimentação de contextos, interesses sócio-histórico, e, principalmente, econômicos e políticos do mundo contemporâneo.

Fischer (2002), a partir do conceito de *cuidar de si* de Foucault (2001, p. 15), para quem trata-se de “práticas refletidas e voluntárias através das quais os homens não só fixam regras de conduta, como também procuram se transformar, modificar-se, destaca ainda que a televisão tem estratégias sobre o ensinar como fazer”²¹¹ determinadas tarefas cotidianas e de acordo com os seus interesses.

Caso do que ocorreu com OQBRQ, um produto midiático que foi elaborado para atender as vontades do conglomerado midiático *Globo* acerca de contextos políticos. “A televisão se tornou, a partir de década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil” (BUCCI, 2004, p. 32).

A reflexão mostra que *O Príncipe Eletrônico*”, tal como proposto por Ianni, mantém seu reinado e poder, tanto que a pesquisa²¹² da Kantar IBOPE Media, divulgada em março de 2020, evidencia o aumento do tempo médio de consumo da televisão no Brasil. Nos últimos cinco anos, o país consumiu 34 minutos a mais, parece pouco, mas se compararmos com o resto do mundo, o brasileiro consome, diariamente, 6h 17 minutos de conteúdo no suporte TV contra as 2h 55 minutos da média mundial. É justamente por consumir duas vezes mais que a população mundial que *a televisão é o centro de casa no Brasil*, conclui a Kantar IBOPE (2020).

Após dois anos, agora, em 2022, o relatório *Inside Vídeo 2022*²¹³ (da Kantar IBOPE Media), divulgado no primeiro trimestre de 2022, apontou que *a televisão concentra 79% de todo o tempo gasto consumido vídeo dentro de casa no Brasil*. Por sinal, *o aparelho televisor é o dispositivo escolhido por 92% dos brasileiros na hora de consumir vídeo no lar*. Ou seja, por mais útil que o celular seja na interação com conteúdo, a fonte de informação principal continua sendo a TV de modo que, outro indicativo de liderança e influência é a diferença entre a televisão e a internet, para se ter uma noção a TV alcançou quase 206 milhões de brasileiros, *o Brasil conta com número menor de usuários digitais. São 165,3 milhões de pessoas conectadas no país*, segundo o relatório *Digital 2022*²¹⁴: *Brazil*, de *We Are Social e Hootsuite*.

²¹¹ William Bonner, lançado em 2009, pela Editora Globo, *JN modos de fazer*.

²¹² Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/tempo-medio-consumido-com-tv-aumenta-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 01 jun. 2022.

²¹³ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/inside-video-2022/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

²¹⁴ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 01 jun. 2022.

Nesse espaço de vias reflexivas, de inferências e novas reflexões, a partir das amostras coletadas nas quatro cidades sul-mato-grossenses, e, em Japaratinga (Alagoas), constatamos que 87,9% (*conforme exploratória 1*) dos sujeitos comunicantes afirmaram ter assistido ao *OQBRQ na TV*; na *pesquisa exploratória 2* foram mais de 50%. Tais números reforçam que a televisão para entrar na lógica de um mundo cercado por tecnologias digitais, incorporou novas estratégias, como forma de sobrevivência e sobrevive, o *JN* é um exemplo de produto midiático com grande alcance, a partir dessa composição é que concordamos que:

O príncipe eletrônico pode ser visto como *uma das mais notáveis criaturas da mídia, isto é, da indústria cultural*. Trata-se de uma figura que impregna amplamente a política, como teoria e prática. Impregna a atividade e o imaginário de indivíduos e coletividades, grupos e classes sociais, nações e nacionalidades, em todo o mundo. *Em diferentes gradações, conforme as peculiaridades institucionais e culturais da política em cada sociedade, o príncipe eletrônico influencia, subordina, transforma ou mesmo apaga partidos políticos, sindicatos, movimentos sociais, correntes de opinião, legislativo, executivo e judiciário*. Permanente e ativo, situado e ubíquo, visível e invisível, predomina em todas as esferas da política, adquirindo diferentes figuras e figurações, segundo a pompa e a circunstância (IANNI, 1999, p. 24, grifos nossos).

5.9.2 Reflexões analíticas II: contribuições do Programa no caminhar transmetodológico

O primeiro ano da pesquisa foi intenso - 2018. As reflexões analíticas II dizem respeito às contribuições do Programa de Pós-Graduação da Universidade Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), que, pelo conceito que possui, mostra que é sem dúvidas uma referência de peso em *Ciências da Comunicação no país*, e, certamente, todo o suporte que recebemos ao entrar em um curso de Pós-Graduação, em nível de doutorado, na Unisinos.

Desde o primeiro contato com o orientador, o querido professor Efendy Maldonado, como costuma ser chamado, e com os grupos de pesquisa que me envolvi, dos diversos professores renomados, com contribuições importantes à área, iniciei um processo de amadurecimento como ser humano, e, certamente, como pesquisador.

Olhar para o início do doutorado, em 2018, me traz à memória os contatos estabelecidos com inúmeros pesquisadores, colegas de disciplinas, de diversos lugares e vivências, sem contar nas inferências feitas pelos docentes, o primeiro contato com o objeto de referência, fora todo o contexto atípico que o ano nos trouxe. Eu, um *sul-mato-grossense* me deslocando do calor do Centro-Oeste para experimentar os ares mais frios do Sul do Brasil.

Não fazia ideia que viveria décadas, em quatro anos, pois entender a transmetodologia não foi um processo tão simples, exigiu leituras, conversas e análises de muitas investigações, o meu olhar de pesquisador vindo de outras linhas metodológicas, inicialmente, oferecia

resistência. Aos poucos, as disciplinas/conteúdos foram trazendo sustentação sobre todo o processo transmetodológico, sobre a relevância social da transversalidade possível.

As reuniões dos grupos, as discussões acerca de uma obra e/ou autor, a participação e realizações de seminários e eventos; apresentações de trabalhos; publicações coletivas, foram fundamentais para ampliar meus horizontes e fazer refletir sobre o meu papel de pesquisador e político. Essas oportunidades trouxeram a vivência da transmetodologia na prática, no fazer, para além dos importantes conceitos.

A banca de qualificação possibilitou ricos apontamentos feitos pelos docentes componentes, o querido professor Antônio Fausto Neto (Unisinos) e a professora/amiga Eliany Salvatierra da Universidade Federal Fluminense (UFF), as longas orientações e conversas com meu orientador, os cafés com o professor Fausto nos intervalos, colaboraram para que a transmetodologia fosse tomando conta de minha mente e apurando meu olhar transversal, que já existia, mas não com o rigor necessário. Assim, o amadurecimento de minha pessoa e, conseqüentemente, do pesquisador, foi acontecendo, em outras palavras, aquela luz no fim do túnel foi vista, após a qualificação. Foi a partir desse marco que eu passei a olhar a produção exploratória feita e entendi que faltava organizar aquela riqueza em mãos.

Não posso esquecer ainda da riquíssima oportunidade de participar do grupo de investigação PROCESSOCOM (Unisinos) e de integrar a Rede AMLAT, incluindo os trabalhos apresentados, em vários Congressos no Brasil e América Latina, como grandes espaços de inspiração com diálogos intensos sobre: *comunicação, cultura, política e cidadania*.

Para citar alguns, em junho de 2018, participei do Intercom Regional Centro-Oeste²¹⁵, em setembro, participei do Intercom Nacional²¹⁶ e também na Associação Latinoamericana de Investigadores de Comunicação ALAIC²¹⁷, em Costa Rica, e, em novembro do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - Ciseco²¹⁸ em Alagoas, local em que ocorre a aplicação do questionário da exploratória 2, com o objetivo de coletar percepções e

²¹⁵ XX Congresso das Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste de 15 a 17/06/2018 na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). O artigo “Cidadania Comunicativa: O exemplo do Programa Imprensa Jovem” foi escrito em parceria com a pesquisadora Dra. Elisângela Rodrigues da Costa.

²¹⁶ O evento foi realizado na cidade de Joinville, Santa Catarina. Ministrei, em parceria com o doutorando João Damásio da Silva Neto (Unisinos), o minicurso “Assessoria de Comunicação para movimentos sociais na sociedade midiaticizada”.

²¹⁷ XIV Congresso de La Asociación Lationamericana de Investigadores de La Comunicación, 30 de julho a 01 de agosto, Costa Rica.

²¹⁸ Apresentei o trabalho “Os processos midiáticos e a política em O Brasil que eu quero: uma tentativa de mediação pela televisão” Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (Ciseso), 28 de nov.2018.

aprofundamento de questões teóricas. Em 2019 participei do Intercom Nacional²¹⁹ e escrevi um artigo para o livro²²⁰ *Tem que manter isso aí, viu?* de Evandro Prado, que retrata por meio de releituras as capas de revistas do período da eleição da presidenta Dilma Rousseff até o Golpe. Posteriormente, tive a honra de mediar o debate sobre o tema com o autor do livro e com a crítica de arte Sylvia Werneck, na Casa Plana (SP).

O ato do fazer coletivo é uma prática comum em minha vida, do qual particularmente, gosto muito, tenho comigo a importância em dividir inquietações com outras pessoas. Sou oriundo de coletivos sociais, comunicacionais e ambientais. Nesse caminhar na pesquisa não seria diferente, há muitas pessoas expressando pensamentos sobre a temática, acerca da investigação, em vários movimentos.

Em especial manifesto minha gratidão e consideração a esse corpo docente, às disciplinas, que muitos contribuíram para eu chegar até a finalização desse trabalho de pesquisador, no caso os professores: Dr. Jairo Ferreira (Epistemologia da Comunicação); Dr. Antônio Fausto Neto (Processos Midiáticos); Dr. Ronaldo César Henn (Pesquisa Avançada em Comunicação); Dr. Alberto Efendy Maldonado Gómez de La Torre e Dra. Jiani Adriana Bonin (Mídias, Identidades Culturais e Cidadania). E dos seminários: *Seminário Intensivo I - Informação, debate e aprendizagem*: Dr. José Luiz Braga; o *Seminário LP: Transmetodologia* - Dr. Efendy Maldonado, Dra. Jiani Bonin e Dr. Fabrício da Silveira, o *Seminário Intensivo II - Colóquio Internacional em Investigação Crítica* - Dr. Efendy Maldonado; *Seminário Intensivo III- Linha de Pesquisa 3 -Estéticas da Comunicação: Processos Experimentais* - Dr. Efendy Maldonado e *Seminário de Tese* composto pelo Dr. Efendy Maldonado, Dra. Ana Paula da Rosa e Dra. Maria Clara Jobst de Aquino.

A todos minha gratidão e afeto. O caminhar da pesquisa diretamente possibilitou sugestões à vida política, fui vereador por dois mandatos, auxiliou na percepção e fazeres, no momento, como Secretário de Estado de Cidadania e Cultura, contribuiu à proposta de programas com jovens com a educomunicação, no caso o Programa Cidadania Viva²²¹ e

²¹⁹ O Congresso de Ciências da Comunicação em 2019 foi realizado em Belém, Pará, participei com o artigo “Os processos midiáticos e a tentativa mediadora da TV em “O Brasil que eu quero”. Disponível em:<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1364-1.pdf>>. Acesso em 10. Out.2019.

²²⁰ Participei com o texto “A mídia e os efeitos de sentido” em que contribuo tratando da questão da (des) construção das narrativas midiáticas envolvendo o poder político e suas relações considerando a instância máxima da representação política, no caso, uma presidenta da República, ou seja, uma mulher.

²²¹ O Programa Cidadania Viva foi instituído pela Lei estadual (5.733/2021) tem por objetivo estimular e disseminar ações que fomentem o exercício da cidadania, por meio da prática da educomunicação, destinado a um público de jovens de 16 a 29 anos com concessão de bolsas aos integrantes.

movimentos de Cultura e Cidadania como o Sarau Festival Cidadania e Cultura no Parque²²². A transmetodologia certamente perpassou o fazer acadêmico e alterou o meu agir como cidadão e político.

²²² O Festival Sarau Cidadania e Cultura no Parque é uma ação proposta de agosto a dezembro de 2022 pela Secretaria de Estado de Cidadania e Cultura de Mato Grosso do Sul com o objetivo de descentralizar as ações da pauta de cultura e cidadania para os bairros e possibilitar que artistas locais e regionais possam apresentar suas artes nas mais diferentes linguagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nossas considerações, retomamos o processo investigativo, norteado pela resposta ao problema posto, no caso: *Qual o papel da Rede Globo na construção/formação cultural do conceito de cidadania pelo quadro O Brasil que eu quero?* Mediante tal questionamento, trouxemos à reflexão aspectos necessários para a discussão, começando pela noção de um processo democrático e cidadão, apresentado como simulacro²²³ (BAUDRILLARD, 1991), pelo *JN* em OQBRQ. A evidência dessa afirmação são as três principais edições do *JN*, sendo a primeira, a abertura dessa proposta (JN, 04/03/2018), a segunda, aquela que encerra o recebimento/exibição dos vídeos (29/09/2018) e a terceira a que é transformada em reportagem especial com os principais temas desejados/apresentados pelos brasileiros (JN, 05/11/2018).

A gente pôs essa telona aqui a sua disposição (...) todo cidadão tem o direito de dizer o que deseja para o seu país. A Globo quer que todos os candidatos escutem. A gente vai dar voz a um representante de cada cidade. Esses 5.570 brasileiros serão vistos e ouvidos aqui (BONNER, JN, 04/03/2018).

As investigações exploratórias comprovaram, a partir da análise do quadro nas edições do mês de julho no *JN*, do videofórum, das duas entrevistas em profundidade com os sujeitos comunicantes de Campo Grande e Jaraguari, somadas às pesquisas de aproximação na rua, no contexto das quatro cidades: Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá, com, inclusive, vídeo de Dourados compondo a *edição especial do JN*, no mês de outubro (05/10), com o tema *mais cidadania*. A quantitativa evidenciou ser o quadro conhecido e que os cidadãos confiavam em OQBRQ, além de sentirem-se representados, embora não acreditassem que OQBRQ teria poder a ponto de interferir na política e nem que a mensagem dos participantes/vídeos selecionados chegassem de fato aos políticos.

Na edição de fechamento do projeto (JN 29/09/2018), foi apresentado um breve resumo dizendo quais seriam os próximos passos da *Globo* com relação ao OQBRQ, na bancada a frase: “exigência cidadã nesse ano eleitoral” por Renata Vasconcellos, sendo uma reportagem especial no Fantástico (30/09) em que são apresentados os dados referentes ao OQBRQ (uma espécie de prestação de contas com gráficos etc.), elencando os cinco principais temas a serem abordados em reportagens especiais do *JN*. Na semana seguinte, alguns dos personagens adultos

²²³ Uma realidade além a realidade que, apreendida por todos no cotidiano, transforma tudo em uma noção de verdade vivida mesmo que não diretamente.

seriam pauta do *Globo Repórter* (05/10) e as crianças do *Como Será?* (06/10), as eleições foram atípicas devido aos contextos no campo sócio-político-econômico do país no período.

Em dois dias anteriores, precisamente, em 05 de outubro, foi ao ar pelo *JN* uma reportagem especial sobre o tema *mais cidadania*, segundo a *Globo*, um dos temas mais presentes nos desejos dos brasileiros apresentados em OQBRQ:

Milhares de vídeos que a gente recebeu aqui no projeto *O Brasil que eu quero* tinham mensagem de cidadania. São brasileiros inconformados com a intolerância, o racismo e com a homofobia (...). Uma luta que pode ser solitária, mas que ganha muito mais força quando ganha outras vozes (VASCONCELLOS, JN, 05/10/2018).

Cabe-nos aqui uma observação, apesar de ser um dos temas mais pedidos, o sistema midiático reduz a temática em questões de *preconceito racial e homofobia, em direitos e deveres*. Continuamos a nos questionar sobre o conceito de cidadania apresentado pela *Globo*, por meio de OQBRQ, como espaço que *dá vez e voz aos brasileiros*, reafirmamos que: *mais de 50 mil brasileiros enviaram vídeos* (segundo a *Globo*), sendo que menos de 10% foram exibidos, foram ao ar representando suas cidades, e os demais ninguém teve acesso, ninguém sabe onde foram parar e se de fato existiram. Sendo assim, o que faz a *Globo* incentivar o exercício da cidadania possibilitando ao sujeito acesso ao seu principal telejornal chancelando-o como *porta-voz* de seu município, mas ocultando o processo de seleção e escolha?

Os dois sujeitos comunicantes, “eleitos” porta-vozes de Campo Grande e Jaraguari, se veem, se reconhecem “porta-vozes”, e no caso de Ronilço Guerreiro (Campo Grande), já com trajetória midiática na capital sul-mato-grossense, inclusive fora eleito vereador em 2020. Jackson Rosa (Jaraguari) recebeu ligação da representação da *Globo* local, pedindo que o mesmo enviasse gravação de vídeo pelo *WhatsApp*, o que não configura processo seletivo de OQBRQ.

É preciso ponderar a afirmação que a *Globo* faz ao apresentar que “*muito do que os brasileiros sonham e desejam, não só é possível, como em alguns casos, já existe*”. A *Globo* aponta a solução de saúde, política, cidadania e outras pautas, por meio da habilidade individual. Compreendemos que essa solução, apresentada pela *Globo*, nunca está no campo da política, mas, sim na ação do cidadão, como se a política para nada servisse. Desse modo, ao reforçar essas questões, o conglomerado midiático contribui para que o cidadão não tenha nenhum interesse na participação política de fato, além de reduzir a noção de política ao processo eleitoral. E quando faz uma *eleição* que não tem nenhuma transparência para escolher *os porta-vozes*, ela retira a possibilidade de exigir que o pleito seja democrático. Então, quais seriam os critérios? Ainda mais considerando o período em que o próprio processo eleitoral brasileiro

estava sob fortes críticas discursivas eleitorais referente a idoneidade e transparência do sistema eleitoral via urnas eletrônicas.

Isso remete à interpretação do que a *Globo* não disse: *grave um vídeo (hegemonia), queremos saber o que você pensa sobre o Brasil*, ela faz um convite oficial: *você pode ser o porta-voz do seu município (“eu tenho o carimbo”)*. Tanto que, em pleno ano eleitoral, as estratégias do *Grupo Globo*, em 2018, incluíram a criação de um espaço de visibilidade midiática para a população brasileira, ou melhor, um local em que os cidadãos/eleitores apresentassem demandas e fiscalizassem tanto o poder público como a classe política governante, sob a chancela de estar exercendo a cidadania como um dever moral do indivíduo e considerando o arcabouço jurídico (espaço público midiático).

A clássica pergunta da época: *Que Brasil você quer para o futuro?* Na linguagem da internet *viralizou memes* e caricaturas. E para responder tal questionamento era preciso elaborar um material audiovisual colocando o que seria esse país a ser descoberto. Assim, o maior conglomerado de mídia do Brasil aproveitava os depoimentos para transformá-los em pautas: *as requisições de melhorias, o grito dos segmentos excluídos e marginalizados, a denúncia sobre o descaso quanto às obras inacabadas e as promessas de políticos não cumpridas compunham esses recados.*

Nesse palco de espetacularização temática, o material com a *representação* de cada município brasileiro era escolhido e editado pela *Globo*, de maneira nebulosa quanto aos critérios, de modo que mesmo disfarçado, *O Príncipe Eletrônico* (Ianni,1999) deixa rastros reinando e fortalecendo a cultura do capitalismo neoliberal, mediante um discurso de autonomia do neossujeito, a ponto de aquela máxima “faça por si mesmo” (reinvindicação e ação) ser incentivada pelo sistema midiático como uma das formas de exercer o direito de expressar-se, e inclusive de apresentar o Brasil possível, nutrindo esse modelo capitalista.

Porém, ao incentivar novos tipos de comportamento, até então, o *(tel)espectador* era forçosamente transformado em *usuário* do ambiente online, pelo qual enviava o vídeo-resposta para o quadro e a *Globo* apresentava o que parecia condizer com o discurso que a sociedade brasileira enfatizava naquele momento, e não em um futuro, conforme Fausto Neto (2018). No mesmo ano, o *Grupo Globo* iniciava uma de suas maiores reformulações e cortes – passando a se importar com o conteúdo e tecnologias, telas e plataformas digitais.

Ao ensinar os modos ideais de gravação, horário, local, maneira de enviar, incluindo o tom didático das explicações dos jornalistas, a ideia de formação do sujeito e sua luta pelo direito de emancipação, tão bem representado pelo produto midiático, bem como as maneiras de *educar pela TV* (FISHER, 1996), ou ainda, como diz o título do livro lançado sobre o *JN* de

seu editor-chefe William Bonner, *os modos de fazer*, corroboravam na ideia de (de) formação, na tentativa de manter a *hegemonia* e insistir para que o indivíduo se adeque a tal cultura midiática e consuma seus produtos em uma maneira de “formatação” sócio-político cultural do sujeito, o “padrão Globo”.

Na função estabelecida por esse poder midiático, o *porta-voz*, o sujeito comunicante, era engrandecido pela representatividade de município, sentimento de pertencimento, retroalimentando o conglomerado pelos compartilhamentos em redes sociais, dispositivos eletrônicos móveis e pela marca audiência do telejornal em que o vídeo fora exibido, isso além de conferir *status* social e sensação de dever cumprido, de “recado dado” aos governantes, de cidadania plena. Ou como disse o porta-voz de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, do famoso bordão “*mãe, eu tô na Globo*”.

Entre os produtos criados em anos de eleições, a definição de cidadania passa necessariamente pela tríade cultural, política e comunicacional do período, além da questão econômica. Perpassando desde a vontade de *O Príncipe Eletrônico* em tentar influenciar e ditar posicionamentos até a derrubada de candidatos, percebe-se a ressignificação discursiva com vistas a nutrir o conjunto de empresas do Grupo. Ora cidadania é reduzida ao direito ao voto, ora é evidenciada como a luta de minorias, daquelas que o momento requisita como interessante ou compõem discurso da classe política a qual defende.

O ano de 2018 foi marcado por acontecimentos de cunho político no Brasil e no mundo, pelas consequências de um Golpe político (2017), prisão do candidato à presidência líder nas pesquisas e discursos movidos à desinformação. A proposta de OQBRQ foi um grande simulacro da cidadania plena. Nos períodos históricos (2002 a 2018) a criação de produtos jornalísticos pelo JN em época de eleições, OQBRQ foi o que teve maior duração (sete meses).

Com a (des) construção/formação disfarçada de processo cidadão-democrático, o sistema midiático *Globo* contribui para que o sujeito queira cada vez menos ser cidadão de verdade, participar/ocupar esses espaços, tanto da política como da comunicação, o caminho que acreditamos é uma *educação para a cidadania* para de fato o cidadão possa ser estimulado e *tenha consciência* da importância do o exercício de uma *cidadania plena*.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. **Educação e Emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- _____; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidentiáveis ao Jornal Nacional. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, **E-compós**, Brasília, v.16, n.2, 2013.
- _____; MEIMARIDIS, Melina. QUINAN, Rodrigo. **Questões Transversais** - Revista de Epistemologias da Comunicação. Vol. 8, nº 16, julho-dezembro/2020. p.58-64.
- ALMEIDA, Renata Cardoso de Almeida; MALDONADO, Efendy. Transmetodologia como identidade: Uma epistemologia transformadora na pesquisa em Comunicação. **Comunicação & Educação**. Ano XXV. número 2. jul/dez 2020. p.94-103. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-TransmetodologiaComoIdentidade-7881030%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-TransmetodologiaComoIdentidade-7881030%20(2).pdf). Acesso em: 15 fev. 2022.
- AMIN, Vanessa. **Flutuações do ethos da Globo na cobertura das eleições presidenciais de 2014**. 2019. Tese (doutorado). Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/LETR-BAFMQT/1/1861d.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.
- AMOS, Miguel. **Intervenção Federal no Rio de Janeiro: Reflexões**. Revista Brasileira de Segurança Pública. São Paulo v15, n.2, 262-275 p. ago/set 2021.
- ARAÚJO, Bruno et al. O Brasil que o Jornal Nacional quer: dinâmicas de agendamento do público no quadro O Brasil que eu quero. In: **Mediapolis**, n. 10, 2020, p. 83-96.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- ARISTÓTELES. **Política**. São Paulo: Martin Claret, 2008.
- BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. Tradução de Joaquim José Moura Ramos e outros. São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Os Pensadores, v. 38).
- BARBOSA, Paula Silveira; ROCHA, Paula Melani. A (re) execução de Marielle Franco a partir das lentes de O Globo no *twitter*. **Periódicus**, Salvador, n.10, v. 1, nov.2018-abr.2019. pág. 51-71. Disponível em: <file:///C:/Users/ecosta/Downloads/27978-Texto%20do%20Artigo-102331-1-10-20181218.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2022.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARTHES, Roland. O discurso da história. In: **O rumor da língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Relógio D'Água, 1991.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: **Mediação & Mdiatização** / Jeder Janotti Junior, Maria Ângela Mattos, Nilda Jacks. Organizadores; prefácio, Adriano Duarte Rodrigues. Salvador: EDUFBA: Brasília : Compós, 2012.

BOBBIO, Norberto; MATTECUCCHI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Brasília: Editora UNB, 2007.

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 21-40.

_____. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

_____. A pesquisa exploratória na construção de investigações comunicacionais com foco na recepção. IN: BONIN, Jiani; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Org.). **Processualidades metodológicas: configurações transformadoras em comunicação**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 23-42.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Memória Globo/Editora Globo, 2009.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivido da memória: ensaios de psicologia social**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand: 2004.

_____ et al. **Ofício de Sociólogo**. São Paulo: Editora Vozes, 2004.

BRASIL, 2014. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. Disponível em: file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Livro%20Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mídia_INTERNET.pdf. Acesso em: 25 abr. 2022.

BRITTOS, Valério Cruz. **Oligopólios Midiáticos: a televisão contemporânea e as entradas de barreiras**. Caderno IHU Ideias. São Leopoldo, Universidade Vale do Rio dos Sinos, Unisinos. Ano 1 – Nº 09 – 2003.

_____; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Espaço público midiático e ideologia do merchandising social da Rede Globo: Uma crítica na perspectiva da Economia Política da Comunicação. **Compós**, Bauru, v. 1, n. 15, pp. 1-13, jun. 2008.

_____; MELO, Paulo Vitor. Luz, câmera, concentração: 50 anos da Rede Globo e a hegemonia no Mercado Brasileiro de Televisão. Paper. **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 4 a 7 de setembro de 2015.

BUCCI, Eugênio. Sobre ética e imprensa. Companhia das Letras: São Paulo, 2000.

_____. **Televisão Objeto: A crítica e suas questões de método**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA-USP, São Paulo, 2002.

_____. Na TV, os cânones do jornalismo são anacrônicos. In: BUCCI, Eugenio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

_____. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Editora UFRJ, 1997.

_____. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Calas, 2019.

CAMACHO Azurduy, Carlos, Alberto. Democratización de la sociedade: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa. In: **Punto Cero**, v.10, n.10. Cochabamba, 2005.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**. O longo Caminho. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CARVALHO, Cavassana Fernanda. **Mídia e Eleições: as entrevistas do Jornal Nacional aos candidatos à presidência do Brasil em 2014**. Aurora: revista de arte, mídia e política, São Paulo, v.7, n.21, p. 7-25, out.2014-jan.2015. Disponível em: file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/21736-Texto%20do%20artigo-58793-1-10-20150423%20(7).pdf. Acesso em: 28 jun. 2022.

CASADEI, Eliza Bacheга. O sentido da cidadania no jornalismo popular televisivo: Entre a visibilidade e a tradução. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 14, jan./jun. de 2012. Disponível em: file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/909-Texto%20do%20Artigo-1637-1-10-20120625%20(2).pdf. Acesso em: 05 jun. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

_____. A era da intercomunicação. **Le Monde Diplomatique Brasil**. 01.ago.2006. Seção Outro Mundo. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/a-era-da-intercomunicacao/>. Acesso em: 06 jul. 2022.

_____. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza, 2009.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo: Cortez, 2014.

CHOMSKY, Noam. **El control de los médios de la comunicación**. Disponível em: <https://www.voltairenet.org/article145977.html>. Acesso em: 10 out. 2019.

COGO, Denise. A comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. 82. São Paulo, v.33, n.1, p. 81-103, jan./jun. 2010.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

COSTA, Ana Manuela Arantes. **Telejornalismo e Cidadania: o conteúdo colaborativo e a participação do telespectador na dinâmica do Jornal Nacional e JA 2ª Edição**. Goiânia, 2015. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Goiás (UFG). Disponível em:

https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/TELEJORNALISMO_E_CIDADANIA_ANA_MANUELA.pdf. Acesso em: 18 maio 2022.

COSTA, Edwaldo. **A ditadura brasileira no tempo**: um estudo dos discursos do jornal O Globo em 1964/1985 e 2014. Tese (Doutorado em Comunicação). Pontífice Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), São Paulo, 2014.

CRARY, Jonathan. **24/7**: capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio** – A RBS em Santa Catarina. Editora da UFSC; Santa Catarina, 1996.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.

DATAFOLHA, Instituto. **Razões de voto para presidente da república no 2º turno de 2018**. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/10/22/86573009cfde5a6de64bd00cc1bd94a3.pdf>. Acesso em: 06 out. 2019.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DERRIDA, Jacques. **Mal de Arquivo**: uma impressão freudiana. Tradução de Claudia de Moraes Rego. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

DOURADO, Jacqueline Lima. **Estudo das estratégias da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2008. Disponível em: <https://www.livrosgratis.com.br/ler-livro-online-109995/estudo-das-estrategias-da-rede-globo-de-televisao-na-esfera-da-cidadania>. Acesso em: 05 out. 2021.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1988.

FAUSTO NETO, Antonio. **O impeachment da televisão**: como se cassa um presidente. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1995.

_____. **Lula presidente**: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker; São Leopoldo: Unisinos, 2003.

_____. Olhar sobre a recepção através das bordas da circulação. **Anais Compós**, 2009. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1164.pdf. Acesso em: 10 set. 2019.

_____. Nos limites da mediação: “Que Brasil você quer para o futuro”, “Quero o Brasil do presente”. **Anais Compós**, 2018.

_____. Política entre ações comunicativas e circulações disruptivas. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 7, n. 2, p. 10, dezembro, 2019. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/14481-Texto%20do%20Artigo-61688-1-10-20200213%20\(4\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/14481-Texto%20do%20Artigo-61688-1-10-20200213%20(4).pdf). Acesso em: 20 fev. 2022.

FAXINA, Elson. **Do mercado à cidadania**: o desafio das transformações dos sujeitos discursivos, das institucionalidades e das narrativas jornalísticas na TV pública brasileira. 2012.

Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

FECHINE, Yvana. Televisão Transmídia: conceituações em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV. **XXII Encontro Anual da COMPÓS** (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Salvador: Universidade Federal da Bahia (UFBA), 2013.

FERNANDES, Carla Montuori. **Os contrapontos eleitorais e os cinco Brasis em Campanha pela Caravana JN**. 2009. Tese de Doutorado. Pontífice Universidade Católica de São Paulo. (PUC/SP). Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4153>. Acesso em 20 jun. 2021.

FISCHER, Rosa Maria B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Revista Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun.2002.

FOLETTTO, Rafael. Desenhando os caminhos do fazer científico através da concepção epistêmica transmetodológica. IN: ROSÁRIO, Nísia Martins; BONIN, Jiani Adriana.(Orgs.) **Processualidades metodológicas: configurações transformadoras em comunicação**. Florianópolis: Insular, 2013.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das Ciências Humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FRANÇA, VERA. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, Alex et al. (Org.). **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande & Senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da Modernidade**. Edusp, 1995.

_____. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Calas, 2019.

GUARINELLO, Norberto Luiz. Cidades-estados na Antiguidade Clássica. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. (orgs.). **História da Cidadania**. 6ª. Ed., São Paulo: Contexto, 2016. p. 29-47.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. **Representation: cultural representation and cultural signifying practices**. Sage-USA, 1997.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2014.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo: sim eu sou o poder**. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987.

HJARVARD, Stig. *Midiatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. **Matrizes**. Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012. São Paulo – Brasil. p. 53-91.

_____. *Midiatização: Conceituando a mudança social e cultural*. **Matrizes**. V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014. São Paulo – Brasil. p. 21-44. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>. Acesso em: 04 jun. 2022.

HOPENHAYN. Martin. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v.19, n.2, jul./dez. 2002.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

_____. *O príncipe eletrônico*. **Perspectivas**. Revista de Ciências Sociais/ UNESP. São Paulo: v.22, p.11-29, 1999.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock>. Acesso em 29. Set.2018

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOVCHELOVITCH, S. **Os Contextos do Saber: Representações, comunidade e cultura**. Petrópolis: Vozes, 2008.

KAPLÚN, Mário. *La comunicación popular e alternativa válida?* **Chasqui**. Revista Latinoamericana de Comunicación, no.7. p.40-43,1983.

KEHL, Maria Rita. *Visibilidade e Espetáculo*. In: BUCCI, Eugenio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

_____. *A teoria barberiana da Comunicação*. In: TRINDADE, Eneus; LACERDA, Juciano de Souza; FERNANDES, Mário Luiz (Org.). **Entre comunicação e mediações: visões teóricas e empíricas**. São Paulo: ECA-USP, 2019; Campina Grande: Ed. da UEPB, 2019.

KLOCKNER, Luciano. **O Repórter Esso na história Brasileira**. Dissertação de Mestrado. 1998. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS).

LEAL FILHO, Laurindo. *Que tal uma caravana JN?* **Observatório de Imprensa**. jun.2010. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/entre-as-pas/agencia_carta_maior__39904/. Acesso em 20 jun. 2021.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

LIMA, Venício A. de. GUAZINA, Liziane. *“Responsabilidade social” em tempos de crise: novo oficialismo do Jornal Nacional?*. Paper. Seminário Temático 09. Democracia, Comunicação Política e Eleições. **XXVIII Encontro Anual da ANPOCS**, 2004, Caxambu, Minas Gerais. Disponível em: <https://anpocs.com/index.php/papers-28-encontro/st-5/st09-5/3960-lima-guanina-responsabilidade/file>. Acesso em: 20 mar. 2021.

_____. “Comunicação e política”. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. Pp: 84-94.

_____. **A mídia e as eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. **Mídia – Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. Sete Teses sobre Mídia no Brasil. **REVISTA USP**, São Paulo, n.61, p. 48-57, março/maio 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1992.

MACHADO, Marta Corrêa. **A cobertura de eleições presidenciais brasileiras pelo Jornal Nacional**: a literatura, as imagens e algumas discussões. São Paulo, 2021. Tese de Doutorado. Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30188>. Acesso em: 18 maio 2022.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MAIA, Maíra Carneiro Bittencourt. **O príncipe digital**: estruturas de poder, liderança e hegemonia nas redes sociais. 2016. Tese (Doutorado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-14092016-112629/pt-br.php>. Acesso em: 15 maio 2019.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Editora Cortez, 2013.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagem de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MALDONADO, Alberto Efendy. Explorar a recepção sem dogmas, em multiperspectivas e com sistematicidade. GT – Mídias e Recepção. **IX Encontro Anual da COMPOS**: PUC-RS, 2000.

_____. **Teorias da Comunicação na América Latina**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

_____. Produtos midiáticos, estratégias e a recepção/ a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda/UFF**, n. 9, 2002. Disponível em: <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/299/182>. Acesso em: 12 out. 2019.

_____. **Metodologias de pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiana Adriana; ROSÁRIO, Nísia

Martins. **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa: Editora UFPB, 2008. p. 27-54.

_____. Práxis teórico-metodológica na pesquisa. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. (Org.). **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 277-303.

_____. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiana Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins. **Perspectivas metodológicas em comunicação**: novos desafios na prática investigativa. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013. p. 31-57.

_____. Perspectivas transmetodológicas na pesquisa de sujeitos comunicantes em processos de receptividade comunicativa. In: MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**. 1 ed. Salamanca, Espanha: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2014. v. 1. p. 17-40.

MALDONADO, Alberto Efendy; ALMEIDA, Renata Cardoso. Cidadania, Integração e Identidades Culturais na América Latina. **Revista Extraprensa**, 2017, p.212-231.

MARIN, Elizara Carolina. O ofício da pesquisa: processos do fazer. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al (Org.). **Metodologias de pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARONA, Mário. Jornal Nacional tenta retomar o caminho. De ônibus. **Observatório de Imprensa**. Ago.2006. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/jornal-nacional-tenta-retomar-o-caminho-de-onibus/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUNHOZ, Sonia (Coord.). **Televisión y melodrama**: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonia. Barcelona: Anthropos, 2010.

MARTINI, Felipe Gue. Platina: **Transmetodologia radical e escutas poéticas musicais entre Porto Alegre e Montevideú**. 2018. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Vale do Rio dos Sinos São Leopoldo, 2018. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/7111>. Acesso em: 30 ago 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes e redes. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín. (Dir.). **Periodistas y magnates**: primer informe sobre estructura y concentración de las culturas en América latina. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros, Instituto Prensa y Sociedad, 2006.

MATA, María C. De la cultura massiva a la cultura mediática. In: **Diálogos de la Comunicación**. Lima n° 50, 1999.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Loyola, 2002.

_____. **Un mundo vigilado**. Barcelona - Buenos Aires - México: Paidós, 2008.

_____. **A globalização da comunicação**. São Paulo: Edusc Martins Fontes, 2001.

_____; MATTELART, Michéle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

MENDES, Helen. Gazeta do Povo. **Por que o Brasil é o país no mundo que menos confia nos políticos?** Curitiba, 30 jul 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/por-que-o-brasil-e-o-pais-no-mundo-que-menos-confia-nos-politicos-2rxp0c6scuo9304qkpvh1hn2r/>. Acesso em: 05 abr. 2019.

MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das Fakes News. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, julho a dezembro, 2019. p.46-58.

MILLS, Charles Wright. Do artesanato intelectual. In: _____. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MORAES, Dênis. **A batalha da mídia**: governos progressistas e política de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

MORAIS, Anielle Aparecida Fernandes de. **Telejornalismo e Cultura**: Os sistemas representacionais na região Nordeste no Caravana JN. Dissertação de Mestrado. 2009. Universidade Federal de São João Del Rey, UFSJ. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp127113.pdf> . Acesso em: 28 maio 2022.

MORIGI, Valdir José; CORRÊA, Franciele Zarpelon; GUINDANI, Joel Felipe. Mídias Escolares: a cidadania na prática da Educomunicação. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, ano XIX, n. 2, p. xx-xy, 2014.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

NUNES, Pedro. Arqueologia do Impeachment de Dilma Rousseff e o papel da imprensa corporativa no Brasil. In: NUNES, Pedro (Org.). **Democracia Fraturada**: a derrubada de Dilma Rousseff, a prisão de Lula e a Imprensa no Brasil. João Pessoa: Editora do CCTA; Aveiro: Ria Editorial, 2019.

PIGNATON, Caroline de Marchi. **A influência da cobertura do Jornal Nacional na formação do discurso de ódio contra Lula**. 2021. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Disponível em: https://sappg.ufes.br/tese_drupal//tese_15392_CarolinePignaton_Biblioteca_20220311-155706.pdf. Acesso em: 01 jul. 2022.

PIRES, Julherme José. A dimensão política do processo comunicativo: uma análise cidadã dos jogos vorazes. 2016. Dissertação - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Vale do Rio dos Sinos São Leopoldo, 2016. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6033>>. Acesso em: 15 mai 2019.

PIUBELLI, Rodrigo. **A luta dos Guarani Kaiowá do Mato Grosso do Sul pelo território: memórias e imagens do (re)existir num permanente estado de exceção no Brasil (1964-2018)**. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília. Brasília, 2019. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/35248/1/2019_RodrigoPiubelli.pdf. Acesso em: 04 jul. 2022.

PLATÃO, 427-347 a.C. **A República**. Tradução de Carlos Alberto Nunes. 3ª. edição. Belém: EDUFPA, 2000.

RAVACHE, Guilherme. Globo se rende ao Google, ameaça agências e coloca concorrentes em desvantagem. **Notícias da TV**. Portal UOL (online). 15 abr. 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/globo-se-rende-ao-google-poe-concorrentes-em-desvantagem-e-ameaca-agencias-55289?cpid=txt>. Acesso em: 18 set. 2021.

REBOUÇAS, Bruno H.B. **Los dueños de las empresas de comunicación y la utilización política de los medios en Brasil: el caso de los estados Bahía, Ceará y Río Grande del Norte**. 2018. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Facultad de Ciencias de la Información – Universidad Complutense de Madrid, 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Sulinas: Porto Alegre, 2008. (Coleção Cibercultura).

RELATÓRIO sobre índice de competitividade global 2018. **The Global Competitiveness Report 2017-2018**. Disponível em: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/?doing_wp_cron=1532988984.8242220878601074218750#topic=data. Acesso em: 05 abr. 2019.

ROCHA, Maria Eduarda Mota da. O Jornal Nacional e o rito de destituição de Dilma Rousseff. **Revista de Ciências Sociais**. Fortaleza, v. 50, n. 2, jul./out., 2019, p. 359–398. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/31495/98947>. Acesso em: 25 mar. 2022.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Ed. UNICAMP, 2007.

ROMERO, Eduardo Pereira. Os processos midiáticos e a política em: O Brasil que eu quero uma tentativa de mediação pela televisão. Jarapatinga, 2018. **Colóquio de Semiótica da Mídia 7**. Disponível em: CISECO - Centro Internacional de Semiótica e Comunicação - Os processos midiáticos e a política em “O Brasil que eu quero”: uma tentativa de mediação pela televisão. Acesso em: 15 maio 2022.

ROSA, João Luiz. Unificada, Globo estuda novos modelos de negócio. **Valor Econômico**. São Paulo: 30/07/2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/07/30/unificada-globo-estuda-novos-modelos-de-negocio-sembarreira.ghtml>. Acesso em: 13 maio 2022.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; COLLING, Leandro. **Mídia, Cultura e eleições presidências no Brasil contemporâneo**. 2006. Disponível em:

http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/06/rubim_colling_midiaculturaeleicoes.pdf. Acesso em: 05 jun. 2021.

SANTAFÉ, Vlademir. Lacerda. “Príncipe Eletrônico”: entre os mitos, a linguagem e os regimes de poder. **Revista Extraprensa**, 3(3), 909-926. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2010.77221>. Acesso em 15 jun. 2022.

SANTOS, Adriano Austeclínio Pádua dos Santos. **Engajamento de redes sociais online na construção de universos transmídias: O Brasil que eu quero para além da Globo**. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte, 2020. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/33675>. Acesso em: 13 maio 2022.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Chegou a hora de uma nova esquerda**. Entrevista concedida a Diego León Pérez e Gabriel Delacoste. *La Diaria* [reproduzida por OutrasPalavras], 10 maio 2016. Tradução de Antonio Martins. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/554872-boaventura-chegou-a-hora-de-uma-nova-esquerda>. Acesso em: 11 out. 2019.

_____. **Carta Capital**, 2 nov 2016. Disponível em: <http://www.patrialatina.com.br/o-que-mais-custa-aceitar-e-participacao-do-judiciario-no-golpe/>. Acesso em: 11 out. 2019.

SANTOS JR. Introdução. In: SILVA, E.A; PIZA, S. (Orgs.). **Cidadania, que coisa é essa? A formação cidadã na universidade**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, Radiodifusão e Voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, 2005, v.1, p. 77-101.

SARLO, Beatriz. **Cenas da Vida Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

SARTRE, Jean-Paul. **Crítica de la razón dialectica**. Buenos Aires: Losada, 2011.

SENNETT, Richard. 1988 [1977]. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade de generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Editora Zhar, 2011.

SILVA, Fernando Barros e. Caravana leva circo para dentro da TV. **Crítica. Folha de S. Paulo**. 06 ago. 2006. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0608200615.htm>. Acesso em: 22 abr. 2022.

SILVA, Marielle Francisco. **UPP - A redução da favela a três letras: uma análise da política de Segurança Pública do estado do Rio de Janeiro**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, 2015. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/2166/Marielle%20Franco.pdf;jsessionid=FF4042533CF135F00BBDF66FD79FB9BF?sequence=1>. Acesso em: 01 jul. 2022.

SILVA, Samuel Henrique Senra. **O Quadro o Brasil que eu quero: Um estudo acerca do Brasil e do neoliberalismo**. Monografia apresentada como Conclusão do curso de Jornalismo

da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Minas Gerais, 2019. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/2337>. Acesso em: 01 maio 2022.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar a Mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2006.

_____. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUZA, Jessé. **Subcidadania brasileira: Para entender o país além do jeitinho brasileiro**. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

STADNIK, Célia. **A hipótese do fenômeno do “Coronelismo Eletrônico” e as ligações dos parlamentares federais e governadores com os meios de comunicação de massa no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso—PUC/RS: Curso de Jornalismo - FAMECOS, 1991.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “Fake News”: a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, [s.l.], v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf. Acesso em: 08 set. 2021.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TV CULTURA. **Programa Roda Viva** – participação de Michel Temer. São Paulo: TV Cultura, 16 set 2019. Programa de TV. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/17/depois-de-falar-em-golpe-temer-diz-que-processo-de-impeachment-foi-legal.htm>. Acesso em: 29 set. 2019.

VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Cidadania e formação cidadã na sociedade da informação. Uma abordagem a partir da comunicação-educação. In: APARICI, Roberto (Org.). **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo, Paulinas edições, 2014.

VASCONCELOS, Fabíola Mendonça de. **Mídia e conservadorismo: O Globo, a Folha de S. Paulo e a ascensão política de Bolsonaro e do bolsonarismo**. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Universidade Federal de Pernambuco, 2021.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

_____. **La Semiosis Social: fragmentos de una teoría de la discursividade**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1996.

VIANA, Rodrigo. Ex-repórter da Globo critica jornalismo da TV. **Observatório da Imprensa**. Edição 316. 20.nov.2006. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/exreporter-da-globo-critica-jornalismo-da-tv/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

WARDLE, Claire. Fake news. It’s complicated. **First Draft News**, v. 16, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: 23 ago. 2018.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

YAMAMOTO, Karina Leal. **As manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional**: uma pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo. 2016. Dissertação (Mestrado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-13032017-105552/pt-br.php>. Acesso em: 15 maio 2019.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE AUXÍLIO À PESQUISA ENVIADO À REDE GLOBO E DOCUMENTOS ANEXOS

Formulário de Solicitação de Auxílio à Pesquisa – Globo



Nº:
01/2018

Instruções:

1. A Globo auxilia pesquisadores regularmente matriculados em universidades e professores;
2. A emissora auxilia pesquisas preferencialmente relacionadas às suas áreas de atuação, por exemplo: telejornalismo, mídia, teledramaturgia, televisão, engenharia de telecomunicações, etc.
3. Para iniciar o processo de pesquisa, o solicitante deve juntar, a este formulário, ofício assinado pelo orientador do projeto, em papel timbrado da universidade, confirmando o objetivo da pesquisa e o vínculo acadêmico;
4. O solicitante deve preencher os campos abaixo com as principais informações do projeto de maneira sucinta e clara;
5. O solicitante deve destacar o atual estado da pesquisa, se já foi apresentada em anais de congresso, capítulos de livros ou outras informações que considerar relevantes;
6. O solicitante deve incluir um resumo, em português, do projeto com, **no máximo**, vinte laudas, apresentando os seguintes tópicos: introdução (caracterização do problema, questões, hipóteses); objetivos; argumentação teórica; justificativas; metodologia; cronograma das atividades; e referências;
7. Se a solicitação incluir entrevistas, indicar sugestões de profissionais e a lista das perguntas;
8. Se o pedido for referente a vídeos, descrever o material: nome do programa, período em que foi exibido e o episódio ou trecho que será analisado;
9. Conferir antecipadamente se as informações solicitadas não estão no site do **Memória Globo** (www.memoriaglobo.globo.com), na plataforma **Globo Play** ou em outros sites da emissora;
10. A análise da documentação leva aproximadamente 30 dias;
11. O preenchimento deste e dos demais documentos não garante a aprovação do apoio para a pesquisa;
12. Com a aprovação, será exigido do solicitante que assine o “Termo de Auxílio à Pesquisa”. Só após a entrega deste termo assinado é que a pesquisa poderá ser iniciada.
13. Os documentos podem ser enviados por e-mail ou pelo correio.
14. Solicitamos que o pesquisador encaminhe uma cópia da dissertação ou tese para arquivo do Globo Unversidade após apresentação à banca examinadora da sua universidade.

Dados pessoais do solicitante

Nome: Eduardo Pereira Romero	Profissão: Jornalista, vereador e ator.	Empresa: Câmara Municipal de Campo Grande /MS	Cargo: Vereador
Telefones: (67) 99619- 6703	E-mail:		
RG: 909872 SSP/MS	Endereço: Rua: Elvira Matos de Oliveira / bairro - Universitário - Campo Grande/MS		
CPF: 870.907.161- 04	CV Lattes (link): http://lattes.cnpq.br/5234991082421572 .		
Informações sobre o projeto			
Título: “A midiaticização e o discurso (tele)jornalístico na construção do <i>ethos</i> político: uma análise de “O Brasil que eu quero”	Instituição: Universidade Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)		
	Faculdade / Departamento: Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação		
	Curso: Doutorado em Ciências da Comunicação Área de Concentração: Processos Midiáticos Linha de Pesquisa: Cultura, Cidadania e Tecnologia da Comunicação.		
Orientador: Alberto Efendy Maldonado Gómez de La Torre	CV Lattes do orientador: http://lattes.cnpq.br/0850914521365876		
Data máxima para finalizar a pesquisa com a Globo: Dezembro de 2018			
Indique o nível da pesquisa (mestrado, doutorado, etc): Doutorado em Comunicação			
Descreva a área principal (p. ex: jornalismo): Telejornalismo			
Acrescente até cinco subáreas (p. ex: esportes): Radiojornalismo Jornalismo digital – plataforma G1			
Resumo (no máximo, 1000 caracteres): O presente projeto de pesquisa propõe um estudo acerca da midiaticização televisiva e do discurso (tele)jornalístico apresentado no quadro “O Brasil que eu quero” veiculado nos telejornais da Rede Globo de Televisão, especificamente, no Jornal Nacional, Jornal da Globo, Bom dia Brasil, Fantástico e nos locais MSTV 1ª. e 2ª. edição (TV Morena) da afiliada da emissora na capital do estado do Mato Grosso do Sul, em Campo Grande. Com vistas a analisar o OBQQ pretendemos verificar quais estratégias utilizadas pelo telejornalismo contribuem à construção de um <i>ethos</i> político na esfera pública contemporânea. Os sujeitos da pesquisa serão os cidadãos			

das quatro maiores cidades do estado de Mato Grosso do Sul (Corumbá, Dourados, Três Lagoas e Campo Grande) inclusive aqueles que tiveram o vídeo selecionado e apresentado em um dos telejornais da emissora.

Objetivos (no máximo, 1000 caracteres):

Elencamos nossos objetivos de investigação, que conjugam duas ordens de análise: empírica e teórica, pois pretendemos: entender como o jornalismo televisivo sofre as consequências do fenômeno da midiaticização, contribuindo na formação de um *ethos* político sendo nosso objetivo geral e tendo como específicos aqueles que possibilitam o desenhar dos caminhos metodológicos pois permitem: a) Analisar em que medida a midiaticização influencia (ou não) nos processos de representação discursiva da política antes e pós decisões eleitorais; b) Categorizar como a (des) construção da imagem do político pelo jornalismo televisivo interfere na relação da própria sociedade com a política; c) Discriminar como ocorre a (inter) dependência da mídia em relação ao comportamento da classe política e se a ação contribui ou não ao processo democrático brasileiro.

Material solicitado (descrever com, no máximo, 1000 caracteres):

Quadro: “O Brasil que eu quero” telejornais da Globo
(Período de março à setembro de 2018)

Trechos 1

Especificamente os trechos de comentários dos âncoras e ou jornalistas antecipando e ou finalizando o referido quadro.

Trechos 2

Especificamente trechos em que o cidadão seja de um município do estado de Mato Grosso do Sul.

Informações relevantes (no máximo, 1000 caracteres):

***Questionários para os moradores das quatro maiores cidades de Mato Grosso do Sul – amostragem de 1000 questionários** -(Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá) já coletado no mês de junho de 2018 e em processo de tabulação.

Entrevistas 1 - Sugestões de entrevistas com os jornalistas âncoras dos principais telejornais Central Globo - Rio de Janeiro/RJ

Jornal Nacional: William Bonner/ Guiliana Morrone; **Bom dia Brasil:** Chico Pinheiro e Renata Vasconcelos; **Jornal Hoje:** Dony De Nuccio e Sandra Annenberg; **AJornal da Globo:** Renata Lo Prete; **Fantástico:** Tadeu Schimidt e Poliana Abritta.

TV Morena afiliada Globo – Campo Grande/MS

Bom dia MS: Atila Eugênio Rocha; **MSTV 1ª. edição:** Bruna Mendes; **MSTV 2ª. edição:** Lucimar Lescano

Central Globo - Equipe de criação/edição e seleção - Quadro “ O Brasil que eu quero”

Editores - Telejornais

Central Globo – Rio de Janeiro/RJ

Jornal Nacional; Bom dia Brasil; Jornal da Globo; Jornal Hoje; Fantástico.

TV Morena Afiliada Globo – Campo Grande/MS Bom dia MS; MSTV 1ª. edição; MSTV 2ª. edição	
Entrevistas 2 - (Campo Grande, Dourados, Três Lagoas e Corumbá)	
Os quatro cidadãos que tiveram os vídeos selecionados um de cada cidade citada. 10 - Cidadãos que enviaram o vídeo e não foram selecionados das quatro cidades envolvidas. 10 - Cidadãos das quatro cidades envolvidas que viram o vídeo no quadro “O Brasil que eu quero”.	
Anexos enviados	
<input checked="" type="checkbox"/> Ofício da Faculdade	<input checked="" type="checkbox"/> Resumo do Projeto

Assinatura do requisitante _____

Eduardo Pereira Romero
Jornalista e vereador

Local e data: Campo Grande, 02 de agosto de 2018.

Para uso interno do Globo Universidade:

Atendido por:		E-mail:
Aprovado ()	Não aprovado ()	Data:

Sugestão de entrevista - semiestruturada (é uma espécie de guia)

Nome completo:

Cidade natal:

Idade:

Telejornal:

- 1) Há quanto tempo está na bancada do telejornal? E, quantos anos está no jornalismo da Rede Globo?
- 2) Como jornalista, qual a maior dificuldade encontrada no atual contexto brasileiro para se falar e fazer reportagens sobre política?
- 3) A proposta do quadro “O Brasil que eu quero” é que o telespectador/ eleitor seja um representante de todos os moradores daquele município na reivindicação de benfeitorias e/ou denúncias sobre o mesmo. Em sua opinião, é uma tentativa de dar voz ao eleitor às vésperas de uma eleição?

- 4) Você acredita que ao dar voz ao cidadão/eleitor, em época de Eleições, o telejornalismo da Rede Globo ao propor quadros como “O Brasil que eu quero” cumpre sua função social e compromisso com a verdade dos fatos, mediador do espaço público, cujos ideais devem ser voltados à uma comunicação emancipatória?
- 5) Os vídeos que compõem o quadro a ser transmitidos no telejornal são vistos com antecedência por vocês, apresentadores da bancada. Como é ser um cidadão/eleitor e jornalista vendo os contrastes e ao mesmo tempo as semelhanças da população brasileira em relação a falta de compromisso de políticos e de políticas públicas que não cumprem o papel esperado?
- 6) No telejornal que apresenta, certamente você já fez algum comentário ou observação antes e/ou após o quadro? Tem algum momento que a situação te deixou incomodado (a) demais? É possível relatar o contexto e situação?
- 7) Entre as estratégias do jornalismo contemporâneo o quadro “O Brasil que eu quero” interação entre a televisão e a plataforma online (telejornalismo e jornalismo digital) para o envio do vídeo é uma tendência da chamada “Cultura da Convergência”. Em sua experiência como jornalista de TV, a televisão perde cada vez mais audiência para as redes digitais e há necessidade deste tipo de interação?
- 8) Muitas falas e comportamento dos apresentadores nas bancadas de telejornais viram “memes” na internet. Uma delas fez alusão ao apresentador Willian Bonner do Jornal Nacional – quando ele explicou como devemos proceder para gravar um vídeo pelo celular. Essa espécie de “receita” e “modos de fazer” é válida quando se trata de tecnologia ou é mais uma estratégia do telejornalismo em explicitar o que se quer?
- 9) Uma curiosidade, você recebe *e-mails*, comentários em redes sociais, mensagens em aplicativos como *what´app*, pedindo para participar do quadro “O Brasil que eu quero”? E se você participasse do Brasil que eu quero, onde seria, e o quê falaria no vídeo?
- 10) Você chegou a participar de um processo de seleção destes vídeos ou já acompanhou esse momento? Já chegou a ver vídeos que não foram selecionados? Sabe dizer, o que é principal para a seleção de um vídeo?

Of. PPGCC N.º 051/2018

São Leopoldo, 30 de julho de 2018

A Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Rio Grande de Sul, por meio do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC), na área de concentração Processos Midiáticos, linha de pesquisa Cultura, Cidadania e Tecnologias da Comunicação vem, através deste ofício, apresentar o aluno de doutorado Eduardo Pereira Romero que realiza pesquisa de interesse para as áreas de telejornalismo, cidadania e jornalismo digital e que tem como objeto de observação o quadro "O Brasil que eu quero" da Rede Globo de Televisão.

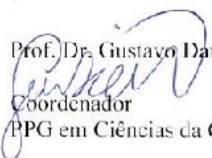
Trata-se de uma investigação quanti-qualitativa que somente no mês de junho e início de julho, por meio de pesquisa exploratória inicial conseguiu atingir 1010 pessoas por meio da aplicação de questionários nas quatro maiores cidades de Campo Grande, Mato Grosso do Sul (Campo Grande, Corumbá, Três Lagoas e Dourados).

Para atingir seus objetivos, o doutorando necessita da autorização da emissora para:

- Realizar entrevistas com os editores do quadro, com os jornalistas/âncoras dos telejornais (Jornal Nacional, Bom dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal da Globo).
- Acompanhar o processo de seleção dos vídeos enviados ao quadro e ter contato com o pessoal que recebe os vídeos.
- Realizar entrevistas com pessoal do Atendimento/Redes Sociais em relação às colocações em relação ao quadro "O Brasil que eu quero".

Agradeço a acolhida que vier a ser dada a este pedido de autorização para a pesquisa e o PPGCC, assim como o professor orientador do doutorando, Dr. Alberto Efendy Maldonado, fica à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,



Prof. Dr. Gustavo Daudi Fischer
Coordenador
PPG em Ciências da Comunicação

APÊNDICE B - TESES E DISSERTAÇÕES DA USP E UFRN UTILIZADAS COMO REFERÊNCIA EM NOSSA INVESTIGAÇÃO (NOME DO AUTOR, PALAVRAS-CHAVE E RESUMO)

1. Mudanças na prática social do telejornalismo: uma análise do Projeto JN no Ar (TV e Blog) e das mediações com espectador

JULIANA VASCONCELLOS TELES (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

PALAVRAS-CHAVE:

Telejornalismo; Jornal Nacional; Convergência Midiática; JN no Ar; Notícias *online*.

RESUMO

Em um momento de convergência midiática, o telejornalismo encontra-se em transição. A notícia passa a não ser transmitida ao telespectador apenas durante o telejornal mas é difundida em outras plataformas, como em sites, blogs, twitter, facebook. A dissertação tem como objetivo apresentar a apropriação da internet pelo Jornal Nacional. Para tanto, lançou-se mão da análise de conteúdo das reportagens realizadas em cidades dos nove estados localizados na região nordeste do Brasil que foram veiculadas no telejornal da Rede Globo e publicadas no blog oficial do projeto especial JN no Ar, entre os dias 31 de agosto e primeiro de outubro de 2010. O objetivo desta pesquisa foi verificar as diferenças entre o conteúdo televisivo e eletrônico e as suas interrelações. Como base conceitual e teórica apoiada na comunicação linear e em rede.

2. As manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional: uma pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo

KARINA LEAL YAMAMOTO (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO)

PALAVRAS-CHAVE:

Imagem; visibilidade; manifestações de 2013; instância da imagem ao vivo; Jornal Nacional.

RESUMO

A sequência de protestos em junho de 2013 sacudiu o cenário político brasileiro como um terremoto - foram manifestações que começavam e terminavam nas telas. Além de matéria-prima para imagens, as passeatas também como imagens sociais (dependem do olhar social) e itinerantes (para adquirir valor e significado), fundando uma nova visibilidade. Para apreender a dimensão desses eventos na instância da imagem ao vivo, foi analisada a edição especial do Jornal Nacional do dia 20 de junho daquele ano. Nos resultados, obtidos por meio da técnica da análise de conteúdo, é notório o adestramento do olhar que, insensível, olhou a multidão de uma perspectiva superior.

3. O príncipe digital: estruturas de poder, liderança e hegemonia nas redes sociais

MAÍRA CARNEIRO BITTENCOURT MAIA (ECA/USP)

PALAVRAS-CHAVE:

Príncipe digital; Líder de Opinião; *Groundend Theory* (GT); Mobilização Social; redes Sociais.

RESUMO

O conceito de “Príncipe” surgiu com Nicolau Maquiavel, no século XVI, para descrever o governante das monarquias e repúblicas. Em Antonio Gramsci, na metade do século XX, o lugar do Príncipe passou a ser ocupado pelo partido político, aparecendo assim o conceito de “Moderno Príncipe”. Mais tarde, no fim do século XX, o pesquisador brasileiro Octavio Ianni revisita as duas obras e propõe o “Príncipe Eletrônico”. Ele constatou que os meios de comunicação de massa passaram a exercer as funções sociais de Príncipe. Em Octávio Ianni, o rádio e, principalmente, a televisão são os lugares, por excelência de poder, hegemonia e liderança, não sozinhos, mas com o suporte e apoio dos grandes grupos econômicos e políticos. O objetivo desta tese é levar adiante a teoria criada por Ianni e explorar a hipótese da existência de um novo Príncipe no século XXI, que chamamos de Príncipe Digital. Sem prejuízo do que foi descrito por Ianni, essa nova figura não é necessariamente um intelectual, não nasce das mídias tradicionais de massa (rádio e TV) e não se alinha direta e necessariamente com os grupos econômicos e políticos, hegemônicos, mas é tão mais influente e eficaz (...).

APÊNDICE C - TESES E DISSERTAÇÕES DA UNISINOS UTILIZADAS COMO REFERÊNCIA EM NOSSA INVESTIGAÇÃO (NOME DO AUTOR, PALAVRAS-CHAVE E RESUMO)

1. Platina: Transmetodologia radical e escutas poéticas musicais entre Porto Alegre e Montevideú

FELIPE GUE MARTINI (UNISINOS)

PALAVRAS-CHAVE:

Transmetodologia; Escutas poéticas; Musicalidades Dialéticas; Estética Platina; Porto Montevideú – Porto Alegre.

RESUMO

A tese apresenta como eixo relações entre produção, veiculação e consumo de musicalidades realizadas de modo artesanal, individual e caseiro, veiculadas em portais da internet, principalmente *bandcamp*, em diálogo com o gênero musical *indie* rock. Nesse contexto, o recorte específico é mapear produções realizadas por sujeitos que vivem nas cidades de Porto Alegre e Montevideú, na expectativa de aproximação comparativa, não exaustiva, em torno da noção de estética platina (relativa aos países situados em torno do rio da Prata). A tese propõe nexos entre as músicas dos territórios através da noção de escuta poética, sem recorrer aos gêneros musicais ou a movimentos culturais estabelecidos, a fim de criar arranjo inédito, em torno de compositores e suas produções, narrando uma estética platina pelas bordas. Essa escuta tem relação com regimes de audibilidade contemporâneos marcados pela fragmentação, precariedade, composição, decomposição, recomposição, sampler, montagem, gambiarra e baixa definição. É da escuta do pesquisador, situada nesse tempo, que surgem os diálogos musicais entre Porto Alegre, Montevideú, com alguns contrapontos em Barcelona. A escuta, enquanto produção sociocultural histórica, é epistemologia, objeto e técnica de pesquisa, amparada nas teorias de Schaeffer (CHION, 1999) e Szendy (2003). Escutar-se escutar e escutar os sujeitos se escutarem é o procedimento metodológico base, amparado na observação participante (GUBER, 2004) e na estética de Walter Benjamin (1994; 2010) lida por Susan Buck-Morss (1981; 1995; 1996), onde a montagem como método e as imagens dialéticas permitem relativizar o caráter interpretativo etnográfico. A análise é baseada nas teorias da mediação de Martín-Barbero (2004) e seu mapa noturno, através das instâncias mediadoras da institucionalidade, ritualidade, socialidade e tecnicidade. Mediações observadas em pesquisa de campo, nas cidades de Porto Alegre, Montevideú, Rocha e Barcelona, com seis compositores e duas compositoras, que foram entrevistados. Além dessa descrição, o trabalho apresenta uma tese sonora, composta por seis músicas dialéticas, materialização das escutas poéticas. Diálogo entre ciência e arte, que parte da poética, de Bachelard (1971; 1966; 1994) e das noções de sentido e presença, de Gumbrecht (2010) e cotidiano e capitalismo, de Lefebvre (1991), radicalizado pelos princípios epistemológicos da transmetodologia (MALDONADO, 2008; 2013; 2014) [...]

2. A dimensão política do processo comunicativo: uma análise cidadã dos jogos vorazes

JULHERME JOSÉ PIRES (UNISINOS)

PALAVRAS-CHAVE

Jogos Vorazes; Processo Comunicativo; Política; Sujeitos Comunicantes; Mediações.

RESUMO

Esta pesquisa enfrenta a problemática da dimensão política do processo comunicativo, partindo da obra, passando pelas mediações, até chegar às apropriações dos sujeitos. Nosso objeto empírico de referência é o processo comunicativo da série de livros e filmes *Jogos Vorazes* e sua acolhida em território brasileiro. Procuramos entender como se constroem os “jogos de poder” (FOUCAULT, 2006), levando em consideração todo o contexto desse processo comunicativo. Problematizamos as questões narrativas, estilísticas, estéticas e formais do conjunto de obras da série e analisamos suas condições de distribuição. Refletimos sobre as mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009) e as latências (GUMBRECHT, 2010) que se atravessam sobre o processo comunicativo, constringendo a realidade e produzindo a ambiência de sua materialização. Questionamos sobre o papel do sujeito frente à comunicação, sua multidimensionalidade, suas condições de autonomia e opressão e reunimos informações empíricas de sujeitos e suas apropriações da série. Todos esses movimentos foram produzidos com base no princípio de duração bergsoniana e na cartografia benjaminiana, no intuito de mapear o processo comunicativo como um todo e analisar criticamente suas propriedades. Diante de toda problematização durante esta pesquisa, o desafio se tornou a refletir sobre as possibilidades emancipadoras dos processos comunicativos no Brasil e na América Latina do século XXI. Nossa análise constatou que *Jogos Vorazes* é uma série crivada pela estética (cosmética) hollywoodiana, ao contrário do que possa parecer, desprovida de características revolucionárias, ou meramente transformadoras. Fica evidente que somente a universalização da cidadania libertaria os processos comunicativos, as obras e os sujeitos, das opressões liberais em tempos de guerra. A seguir apresentamos um resumo de todo o material pré-selecionado à análise.

**APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PARA A PESQUISA EXPLORATÓRIA 1 -
CAMPO GRANDE, TRÊS LAGOAS, DOURADOS, CORUMBÁ**

Questionário para pesquisa Exploratória – PPGCC – Unisinos – Doutorado

Acad. Eduardo Romero – julho/2018

Tese: OQBRQ - Orient. Prof. Dr. Efendy Maldonado

Cidades envolvidas: Campo Grande, Corumbá, Dourados e Três Lagoas – Mato Grosso do Sul (MS)

Data de aplicação: ___/___/2018

QUESTIONÁRIO

1. COMO É VIVER EM _____ (nome da cidade)?

() excelente () muito bom () bom () ruim () péssimo () regular

2. VOCÊ MORA: () cidade/urbana () campo/rural

3. SEXO: () M () F

4. IDADE: _____

5. EM QUE AREA (S) A CIDADE PRECISA MELHORAR? E QUAL(IS) a(s)
VANTAGEM(S) DE MORAR AQUI?

Obs: _____

6. EM RELAÇÃO AO BRASIL, COMO É (SERIA) O BRASIL QUE VOCÊ QUER?

7. VOCÊ CONHECE O QUADRO “O BRASIL QUE EU QUERO” (OQBRQ)?

SIM NÃO

8. VOCÊ JÁ ASSISTIU OQBRQ?

sim não - Caso sim: Em qual(is) emissora ou portal? _____

TV Internet Em quais programas: Jornal Bom Dia Jornal Hoje Jornal Nacional Jornal da Globo outros

9. CONHECE ALGUÉM QUE ENVIOU VÍDEO PARA OQBRQ?

conheço não conheço eu envie

Caso conheça ou tenha enviado: O quadro foi exibido: sim não não sei

Se conhece ou foi responsável pelo vídeo: a mensagem do vídeo retratou o quê?

10. O QUE VOCÊ ACHA DO OQBRQ:

uma boa iniciativa que contribui e até resolve problemas políticos no Brasil.

uma possibilidade do cidadão expressar sua opinião sobre os problemas do Brasil.

não é uma iniciativa boa, pois não resolve nada.

apenas mais uma iniciativa comercial da Rede Globo.

11. VOCÊ CONFIA NO OQBRQ (seleção)?

sim não

12. VOCÊ SE CONSIDERA PREPONDERANTEMENTE:

negro branco indígena pardo amarelo/oriental não declarado

13. VOCÊ SE SENTE REPRESENTADO NO QBRQ?

sim não

**APÊNDICE E - QUESTIONÁRIO PARA A PESQUISA EXPLORATÓRIA 2 –
ALAGOAS**

Questionário para pesquisa exploratória – PPGCC – Unisinos – Doutorado

Acad. Eduardo Romero – novembro/2018 – **Orient.** Prof. Dr. Efendy Maldonado

Tese: Processos Midiáticos X Processos Políticos

Cidade realizada: Japaratinga – AL

Data: ___/___/2018

Gratidão pela colaboração.

QUESTIONÁRIO

O que você entende por política? Descreva.

Você gosta de política? () sim () não () nenhum pouco () detesto () odeio.

Essa minha opinião é porque _____

Você votou nas últimas eleições? () sim () não
Outros. _____

Presidente

Se sim, votou para presidente no 1º e 2º ano turno? () sim () não () somente no _____ turno.

Se sim, votou no mesmo candidato? () sim () não

Deputado

Se sim, votou para deputado (federal e estadual) () sim () não () somente no deputado () federal () somente no deputado estadual

Senador

Se sim, votou em senador? () sim () não

Qual o(s) critério(s) utilizado(s) para a escolha de seus candidatos nas eleições de 2018?

Qual (is) o(s) meio(s) ou forma de comunicação você mais usa para se informar sobre política:

() tv () rádio () internet () celular/Whatsapp () redes sociais () conversa com amigos
() outros. _____.

Quais os motivos pela escolha acima.

Descreva: _____

O que você acha da mídia brasileira? E do comportamento apresentado em relação ao tema política nos últimos cinco anos?

Você acha que as mídias e os aplicativos, como o Whatsapp, influenciam e até interferem na política do país? () sim () não. Por quê?

Você já mudou de opinião sobre política alguma vez, por conta de algo que leu, ouviu, presenciou e/ou assistiu nos meios de comunicação: () sim () não

Descreva:

No atual contexto político, você acha importante a relação da mídia com a política brasileira? Por quê?

Você já assistiu o quadro “O Brasil que eu quero” (OQBRQ) ?

() sim () não . Em caso afirmativo, em qual(is) emissora ou portal?

() TV () Internet

Em quais telejornais: () Jornal Bom Dia Brasil () Jornal Hoje () Jornal Nacional ()
Jornal da Globo () outros. _____

O que você achou do OQBRQ?

- uma boa iniciativa que contribui e até resolve problemas políticos no Brasil.
 uma possibilidade do cidadão expressar sua opinião sobre os problemas do Brasil.
 não é uma iniciativa boa, pois não resolve nada.
 apenas mais uma iniciativa comercial da Rede Globo.

Você confia no processo de seleção dos vídeos para o OQBRQ? sim não

Você se sente representado no OQBRQ?

sim não

Você chegou a ver um vídeo de sua cidade no OQBRQ?

sim não

Em caso afirmativo. Conheça o cidadão que representou seu município no OQBRQ?

sim não. _____

Você se considera preponderantemente:

negro branco indígena pardo amarelo/oriental não declarado .

Você reside: cidade/urbana campo/rural

Sexo: M F **Idade:** _____

Profissão: _____

Nível de escolaridade: Ensino Fund. 1 Ensino. Fund. 2 Ensino Médio
 Ensino Técnico Graduação Pós-graduação (). Outros. _____

Nome: _____

Cel: () _____ **e-mail:** _____

Alguma observação e ou mensagem a incluir ao autor:

APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM RONILÇO GUERREIRO

TRANSCRIÇÃO DA ÁUDIO CONVERSA/ENTREVISTA RONILÇO GUERREIRO

15/07/2018 (domingo) – 9h30 – sede da Gibiteca em Campo Grande (MS)

Pesquisador: Hoje é dia 15 (quinze) de julho, domingo, entrevista inicial para tese de Doutorado, sobre Comunicação e Política, o entrevistado de hoje é Ronilço Guerreiro, para falar um pouco sobre o quadro O Brasil Que Eu Quero. Ronilço, você pode se apresentar para a gente por favor.

Ronilço Guerreiro: Meu nome é Ronilço Cruz de Oliveira, na verdade Ronilço Guerreiro foi um presente que a sociedade me deu até porque quando eu fazia faculdade de Psicologia eu tinha uma situação financeira muito complicada e naquele momento eu não tinha dinheiro pra comprar sapato, e meu sapato furou e eu comecei a colocar papelote de jornal no sapato e ia pra Universidade, e aquilo ali me incomodava muito, e cheguei em casa tinha um coturno, de quando eu servi o quartel, e todo dia eu ia de coturno e as pessoas começaram a me chamar de guerreiro, o guerrilheiro, o soldado, e daí que eu peguei o nome de Ronilço Guerreiro. Eu acredito que um guerreiro às vezes pode estar ferido, morto jamais. Hoje eu sou psicólogo, especialista em RH, também sou executivo em Master Coach, sou instrutor do Senai, sou palestrante, e tenho alguns projetos na área social, entre eles a Gibiteca, Gibicicleta, Livros Carentes, Bairros da Leitura, e Bibliotecas nos Terminais de Ônibus.

Pesquisador: Conta um pouquinho mais da sua história, fala sua idade por gentileza.

Ronilço: Eu tenho 49 (quarenta e nove).

Pesquisador: Conta um pouquinho mais da sua história, até chegar em todos esses projetos.

Ronilço: Então, eu vim do movimento comunitário, desde os 14 (quatorze) anos eu mexo com movimento comunitário. Nasci aqui no jardim Oracilia, sou daqui do bairro. Eu comecei trabalhar até com meu pai em movimento comunitário, comecei pela Igreja Católica. Depois, aqui na região não tinha água, não tinha luz, tínhamos um lixão enorme aqui na comunidade, e que nós tiramos o lixão. Tiramos o prefeito da cama meia noite, porque nós invadimos o lixão pra poder tirar ele de lá. E minha vida começou aí, começou a brigar, porque aqui era conhecido como Vila Seca, não tinha água, só tinha um poço de água nessa região que era o da minha casa e que nós servíamos água pra vila e a comunidade toda, e ai nós começamos a trabalhar em relação a esses projetos em área social. Aí um belo dia eu entrei no Hotel Campo Grande, como recepcionista, e fui numa palestra, e naquela palestra o palestrante falou que nós tínhamos que ter um sonho pessoal e um pra sociedade. O pessoal eu fiz Psicologia e pra sociedade eu falei que ia construir uma creche. Ai eu peguei construir uma creche chamada Santa Clara, com apoio do governo na época, ai essa creche tinha crianças que ficam rodando, os maiores, eu ficava preocupado com aquelas crianças maiores, e um amigo meu foi em Curitiba e viu que existia uma gibiteca em Curitiba e me falou, eu peguei um ônibus aqui numa sexta-feira à noite, cheguei em Curitiba e vi como era a gibiteca de Curitiba, sem dinheiro e sem nada, só com a passagem do ônibus, sem comida pra comer, voltei no mesmo dia. Mandeí 180 (cento e oitenta)

correspondências pra várias embaixadas, vários lugares, várias empresas que poderiam financiar. De 180 (cento e oitenta), recebi somente dez respostas, sendo que oito falaram assim: parabéns pelo projeto, só que nós não podemos te ajudar. Duas, a embaixada da França, por isso eu estou hoje torcendo pela França na Copa do Mundo (hoje é o dia da Final do Mundial) e a Austrália, falaram podemos te ajudar, e me deram mesas, cadeiras, essas mesas, cadeiras, estantes que estamos vendo aqui, quem me deu foi a embaixada da França. Ai eu comecei a montar um Gibiteca com 120 (cento e vinte) gibis.

Pesquisador: Em que ano que foi isso?

Ronilço: 95 (noventa e cinco) referindo-se a 1995 (mil novecentos e noventa e cinco). Aí comecei a montar uma gibiteca com mais o menos 120 (cento e vinte) a 160 (cento e sessenta) gibis. E ai eu fiz parceria com a Universidade Católica Dom Bosco, consegui estagiários, fui pedindo, pedindo, pagava aluguel do prédio antigamente com meu salário, e pedia, e fazia promoção, ganhava livros, consegui apoio da fundação Abrinq. Ai consegui apoio, um Ponto de Cultura, consegui o Ponto de Cultura, ai tive apoio do Ministério da Cultura, da Fundação de Cultura e do Governo do Estado.

Pesquisador: E isso já era mais ou menos?

Ronilço: Há, uns 5 (cinco) anos atrás. (2013). Ai consegui o Ponto de Cultura, ai a Gibiteca deu uma explosão muito grande, em relação a infraestrutura, só que durou só 3 (três) anos, porque ai os Pontos de Cultura em Campo Grande e no Brasil já não existem mais. Ai me convidaram uma vez pra participar do ESQUENTA da Regina Casé, fui no Esquenta da Regina Casé e lá conheci um cara chamado Fabio Porchat, que ele gostou do meu projeto, ele me deu uma Gibicicleta, que é um triciclo que eu rodo a cidade levando livros, levando gibis. Ai eu ganho muitos livros, você viu que o rapaz chegou aqui me dando livros (enquanto estávamos na entrevista chegou uma pessoa com doações), eu falo que livro parado não conta histórias. E livro não pode ficar parado aqui na gibiteca, tanto é que eu te ofereci alguns livros (recebi alguns exemplares com temática ambiental como presente), e livro tem que ler. Aí todos os sábados eu coloco uma placa na Barão do Rio Branco, próximo ao Bar do Zé (comercio histórico no centro da cidade), chamado Livros Carentes, e entrego entre 200 (duzentos) e 300 (trezentos) livros todos os sábados, gratuitos, a população. Virou um ponto, onde também eu ganho muitos livros, ontem mesmo uma senhora doou vários lá. Ai eu vi que em Florianópolis dentro dos terminais tem biblioteca. Eu coloquei nas redes sociais, o Porchat como ele me acompanha, ele viu a matéria, viu essa minha postagem e falou eu vou te dar essas estantes e me deu as estantes, ai nós implantamos as bibliotecas em todos os terminais de ônibus, a não ser nas Moreninhas que sumiram com a estante do terminal. Eu tenho as duas bikes da leitura, é um serviço voluntário, a Gibiteca hoje tem um apoio da Prefeitura de Campo Grande, agora luz, água, telefone, tudo é doação. E eu pago com meu salário de professor.

Pesquisador: Hoje qual é o acervo?

Ronilço: Nós temos uma média de 20 (vinte) mil Gibis, que nós vamos emprestando e uns 10 (dez) a 15 (quinze) mil livros. Na verdade eu ganhei dois milhões e quinhentos mil reais em livros pra doar (doação de empresa que não quer ser divulgada), então o projeto é muito grande. E que hoje, graças a Deus, isso é empoderamento, as pessoas estão ajudando, estão participando, contribuindo com o projeto. Isso que é bonito, cada história fantástica. Por exemplo, três histórias que eu acho bonito de contar, que me emocionam:

Eu estava no Terminal Morenã (nesse momento bastante emocionado, com olhos lagrimando), eu saio do Senai as dez e meia da noite, porque eu trabalho de uma as cinco e entro as seis e meia e vou até às dez e meia.

Pesquisador: Você está no Senai há quanto tempo já?

Ronilço: Estou há 11 (onze) anos de casa, com carteira assinada e mais 4 (quatro) de prestador de serviço, total de 15 (quinze) anos. E de lá que eu tiro meu sustento, que eu trabalho, mantenho a Gibiteca e minha casa também.

Aí as dez e meia sai do Senai correndo, e fui levar livros no Terminal, quando estava no Terminal com minha caixinha, colocando lá, passou três rapazes meio estranhos. Eles passaram, cumprimentei eles, eles me cumprimentaram, deram três passos e um falou: “mano”, pro colega dele, “peguei um livro de química ali, semana passada, e tirei oito na prova”, uma senhora que estava perto veio e me abraçou. Nosso papel é despertar sonhos adormecidos. É fazer dessa cidade uma cidade de leitores, eu acredito que só através da educação nós podemos fazer um país melhor. Não adianta você de repente ir pra rua se manifestar, que às vezes você vira massa de manobra, o que as pessoas têm que ter é consciência, que através da educação é que vamos mudar esse país. E outra história bacana é uma moça que pegou um livro no terminal Bandeirantes, e outro no terminal Júlio de Castilhos, ela ia fazer um concurso da prefeitura, e foi lendo os livros no ônibus, chegou pra fazer a prova, depois ela mandou mensagem pra mim dizendo que caíram duas questões de português que ele tinha lido naquele livro, e ela passou no concurso e estava assumindo naquele momento o cargo de professora e ela tinha que falar isso pra mim. Outro caso bacana que teve, uma senhora que pegou um livro no terminal Moreninhas, que não existe mais, não o terminal, mas a estante que foi desviada, e ela falou que queria uma bíblia, uma igreja havia feito uma campanha e colocado mil bíblias nos terminais, e essa senhora pegou uma bíblia rosa que estava lá, ela foi no EJA (Educação de Jovens e Adultos, programa de alfabetização) das Moreninhas e falou assim: “eu quero aprender a ler nesse livro”, e ela aprendeu. A filha dele esteve aqui, gravou um vídeo pra mim, trouxe uma foto e me disse: “minha mãe está lendo o segundo livro dela”. Eu vejo assim, que é bacana você provocar nas pessoas isso. Muitas vezes eu falo será que está valendo a pena, tá valendo a pena sim, o que eu estou dando de mim para o outro neh, é um trabalho que de uma certa forma lá na frente vai dar resultado, quando eu criei o projeto Eduardo as pessoas falavam assim: como é que pode, as pessoas de Campo Grande não têm cultura, tá começando a adquirir cultura. Uma coisa me chateou, mas me provocou, foi quando um rapaz mandou uma mensagem (nas redes sociais) dizendo assim: “você não vai ganhar nada na vida distribuindo livrinhos e gibizinhos”. Cara, só que eu não comentei, eu estava dando aula no Senai, quando cheguei em casa fui abrir minhas redes sociais, e tinha mais o menos uns cem comentários, pessoas criticando essa postura daquele cara e o projeto caminha. Acho importante provocar isso nas pessoas, provocar cidadania, quantas pessoas pegam um ônibus hoje, tristes e chateadas, ai pega um livro, um livro de auto ajuda, de atendimento ao cliente, um livro técnico, uma revista, é um companheiro, uma companheira, que vai estar todos os dias com aquela pessoa pra ele seguir em frente.

Pesquisador: Você participou de alguma eleição, disputou eleições, conte seu histórico político.

Ronilço: Então, eu sempre tive um pé atrás com relação a campanha eleitoral, eu nunca queria participar, só que uma vez eu ajudei uma pessoa X e quando a pessoa ganhou ela virou as costas pra mim, aquilo me incomodou muito neh. Eu ajudei, ajudei, e quando eu liguei ela me disse:

“o que que você quer? ”, que coisa chata. E toda minha família queria que eu participasse, ai fui candidato uma vez a vereador em 2012, tive 1.500 (um mil e quinhentos) votos, mas não consegui ser eleito. Mas o que me faltou na verdade foi a estrutura, dinheiro. Eu era do PRB (Partido Republicano Brasileiro) e fui na cara e na coragem, partido pequenininho. Fui candidato a deputado estadual também em 2014, mas sabia que não iria ganhar, queria só ver como era o “trem”, tive quase 6 (seis) mil votos e ainda era do mesmo partido. E em 2016 fui candidato a vereador, numa coligação totalmente forte, pesada, era a mais forte que existia, uma coligação que elegeu 07 (sete) vereadores, e eu tive 2.469 (dois mil e quatrocentos e sessenta e nove) votos, ai eu já estava no PR (Partido da República). O presidente do lugar que eu trabalho é desse partido, e ele seria candidato a prefeito, eu pensei, bom, se eu estou trabalhando aqui e meu chefe é candidato a prefeito, de repente eu tenho uma possibilidade maior. Mas política é como nuvens, como dizia Ulisses Guimaraes, “você olha está de um jeito e de repente muda tudo”, só que não deu certo, (o PR fez coligação e não teve candidatura á prefeitura) porque se colocou (o partido) numa chapa muito forte e foi uma campanha desafiadora (foi a primeira com a “reforma política” que restringiu prazo de campanha para 45 dias – antes era de 90 dias, e proibiu-se a presença de candidatos em diversos locais públicos: como feiras, comércio e eventos). Eu não podia ir ao mercado, nem vir aqui no projeto, eu não tinha dinheiro, o Senai me liberou pra campanha, mas cortou meu salário, eu fiquei sem salário (no período de campanha), e eu tinha 04 (quatro) pessoas trabalhando comigo e eu fiz 04 (quatro) reuniões somente. Sendo duas reuniões no jardim Noroeste, uma reunião nas Moreninhas e uma reunião que foi a inauguração (lançamento) da minha campanha. Tinha dias que as sete e meia da noite eu já estava em casa porque não tinha o que fazer. Muito angustiante, as vezes eu ficava em casa e pensava: meu Deus o que eu estou fazendo? Eu pensava que ia ter menos votos que em 2012, porque em 2012 eu trabalhei mais. E ai tive 2.469 (dois mil e quatrocentos e sessenta e nove) votos, assim, numa campanha onde na minha coligação teve gente que gastou quase um milhão de reais, citando nomes conhecidos, uma chapa que teve Magali Picarelli (foi vereadora por 05 mandatos, esposa de deputado estadual com 08 mandatos, ambos possuíam programas de TV e são ligados ao segmento evangélico. Ela não se reelegeu e ele continua no mandato atualmente), eu tive mais votos que Magali, uma chapa que teve Flavio César (foi vereador por 02 mandatos e foi presidente da Câmara), eu tive mais votos que ele. Uma chapa que tinha vários radialistas e eu fiquei como terceiro suplente da chapa. O primeiro suplente é o Dr. Jamal (foi vereador por 04 mandatos, e Secretário Municipal de Saúde), ele foi o candidato mais rico, o que mais tem dinheiro, não sei se gastou na campanha, mas nas declarações de imposto de renda, de todos os candidatos a vereador.

Pesquisador: Esse ano você pretende ser candidato:

Ronilço: Não. 2018, não. Esse ano não. Eu quero na verdade esse ano Eduardo, focar nos meus projetos, na minha vida profissional, muitas palestras, porque assim, não adianta você querer, tem uma frase, quando você anda de avião que fala assim: em caso de despressurização máscaras de oxigênio cairão, coloque a máscara primeiro em você. Se está você e uma criança, você coloca a máscara primeiro em você e depois na criança, não adianta você querer colocar a máscara no outro sem antes colocar em você. Entao este ano, eu quero cuidar muito da minha vida profissional e dos meus projetos, eu quero ampliar, virar projeto referência, não em questão política partidária, mas em questão de política cultural, ser referência mesmo. No Brasil todo, várias pessoas me convidam pra falar do projeto, e esse ano de 2018 eu não quero ser candidato, **não que eu não queira**, mas eu acredito que este ano não é um bom ano pra ser candidato. Até porque eu vejo que este ano é só realmente pra quem tem estrutura, porque o candidato pode

aplicar cem por cento do gasto de campanha com dinheiro pessoal, dinheiro dele mesmo, e as vezes eu não tenho nem o dinheiro de pagar uma conta de luz aqui da Gibiteca. Esse mês quem pagou a luz aqui foi minha chefe, a conta de telefone quem pagou foi a Patrícia da Feira Central, a água ficou cortada por três meses. Então não tem como se aventurar numa campanha e não ter estrutura mínima.

Pesquisador: Quais programas da rede Globo você já participou pra falar dos seus projetos?

Ronilço: Eu participei duas vezes do programa Esquenta da Regina Casé, acho que em 2011 e 2015. Aí eu participei do Encontro com Fátima Bernardes, duas vezes também. Participei do programa É de Casa. A Ana Maria Braga já falou do projeto nosso (não foi ao programa, apenas ela falou), e participei do Programa do Porchat.

Pesquisador: Você acaba tendo uma boa relação com a mídia pra falar dos seus projetos; como é que você avalia essa relação do projeto social com a televisão, com os programas?

Ronilço: eu vejo assim, depois que eu participei do programa Esquenta da Regina, deu uma visibilidade muito grande. Eu fiquei muito amigo de pessoas famosas, e pessoas famosas muitas vezes eles ajudam você. Só de curtir sua página (redes sociais), tipo o Porchat curtiu uma coisa minha lá aquilo ali repercuti muito grande. Eh, esse ano, tem um programa de televisão que está me sondando pra eu poder participar, não vou falar agora neh, mas tá me sondando, mas a primeira coisa que eles me perguntaram é: você é candidato? Falei não. Então tá. Porque eu quero uma Kombi, então eu quero uma coisa diferente, quero uma **kombiteca**. Éh, tem uma visibilidade muito grande neh, tanto que no Brasil que eu Quero, eu mandei um vídeo, e **sou um porta-voz de Campo Grande** no Brasil que eu Quero, falando sobre cultura e educação. Eu vejo assim, que é importante a comunicação, eu vejo até que muitas vezes jornais e televisão divulgam muito mais coisas tristes do que coisas boas. Eu até falei pro cara da TV Morena (afiliada local da Globo), Toninho (Antonio Alves – diretor de Marketing da TV Morena) vocês precisam de um programa pra mostrar aqui, eu tive na Gibiteca a visita daqueles Caçadores de Bons Exemplos (casal que sai pelo Brasil em busca de bons exemplos e muitos casos são apresentados no Fantástico ou no G1), precisamos provocar nas pessoas o despertar do sonho adormecido, você liga a televisão só tem sangue, só tristeza, você vê só corrupção, tem que mostrar que isso não é normal, isso não é regra. E quando você de uma certa forma participa de um programa, como eu participei da Regina Casé, cara, **num dia eu recebi mil e-mails**, em um dia, a minha rede social deu um salto, teve uma vez que eu recebi 5 (cinco) mil curtidas numa foto. Então assim, dá uma repercussão muito grande, e dá uma visibilidade muito grande ao projeto.

Pesquisador: Essa sua decisão de não disputar eleições esse ano tem alguma influência desse relacionamento com a mídia? Você acha que isso interfere um pouco?

Ronilço: Eu vejo assim, interfere no seguinte sentido, parece que hoje você ser candidato você é igual os outros. Antigamente, eu lembro que quando eu era criança, quando vinha um vereador aqui, você ficava feliz da vida, era uma autoridade. Hoje parece que você é marginal quando você mexe com política. Quando eu fui candidato eu entrei numa loja um cara disse assim: “acabou de entrar outro bandido, outro ladrão”, eu virei pra ele e disse assim: qual sua profissão? Ele falou, eu sou engenheiro. Eu falei: todo engenheiro não presta. Ele respondeu: você não pode falar isso de mim você não me conhece! Eu perguntei a ele, e você me conhece? Quando você me julga sem me conhecer, o senhor me dá o direito de julgar sem conhecer o

senhor também. O senhor me respeita. Depois de um tempo encontrei ele e me disse: eu votei em você viu. Eu vejo assim, que a mídia hoje, tem um pé atrás com relação aos candidatos, até porque eles meio que não querem proteger ninguém e nem divulgar ninguém. Então se você não for candidato hoje você tem tudo com a mídia, se você é candidato eles já te olham com outros olhos, eu acho que isso é natural também.

Pesquisador: E isso pra você pesa na decisão?

Ronilço: De ser candidato? Não, naooo. Eu só não sou candidato esse ano porque eu tenho um foco. Qual é meu foco: ampliar os projetos e ganhar dinheiro com as minhas palestras. Ok.

Pesquisador: Você acha que a mídia em geral pode te ajudar nesse foco?

Ronilço: Ah, com certeza. A mídia é muito importante, a mídia é fundamental. O projeto, hoje eu ando por ai Eduardo, e tudo mundo me viu na televisão. **Cara, eu conversei com o Toninho e ele me disse que o vídeo de “O Brasil que eu quero” foi visto por 30 (trinta) milhões de pessoas.** Trinta milhões de pessoas e tá lá no canal da Globo, ou seja, outras pessoas vão ver aquilo ali. A mídia ela constrói e ela destrói, eu particularmente acho a mídia fundamentalmente nesse processo dos projetos sociais. Eu acho, acredito, que se você tem um bom relacionamento com a mídia, você consegue sim ter retornos muito bacana.

Pesquisador: Por quê você resolveu mandar um vídeo para “O Brasil que eu quero”?

Ronilço: Foi assim, foi um sábado, o pessoal da minha casa saiu todo mundo e eu fiquei morrendo de vontade de comer um peixe. Ai eu peguei e deixei o carro próximo à Praça das Araras (frente a essa praça, que é cartão postal da Cidade, com três gigantescas esculturas de araras, tem o restaurante mais tradicional no cardápio de peixes – Casa do Peixe), e pedi um marmitex. Eu vi as Araras e lembrei do Brasil que eu Quero, e eu falei assim, gente, eu queria mandar um vídeo, até pra falar um pouco da cultura, ai eu peguei e fiz o vídeo, rapidinho, gravei uma vez só, e falei assim: “O Brasil que eu quero é com cultura e educação, porque o lugar onde não tem cultura a violência vira espetáculo”. Só isso, peguei e mandei. Esqueci que eu tinha mandado aquele vídeo, eu só mandei porque de certa forma eu gosto, como já falei eu participei de programas de televisão, **sou meio comunicador**, dou palestras, falei há, vou mandar. Seja o que Deus quiser. O não eu já tenho, vou atrás do sim. Ai um dia cheguei em casa mais de dez e meia da noite, do Senai, liguei meu computador para ver minhas mensagens e assistindo TV, ai de repente começou “O Brasil que eu quero”, aí de repente eu ouço: eu sou Ronilço Guerreiro, eu falei opa, sou eu. E passou no jornal da Globo. E por incrível que pareça, meu celular não parava de tocar mais, pessoas mandando mensagens, te vi aqui, te vi aqui. Olha o poder da comunicação. Então se você me perguntar, porque você mandou, eu mandei pela mídia, pelo estímulo que a mídia deu, pela televisão. E por falar, por de repente ter a oportunidade de ampliar a visibilidade daquilo que eu acredito, do meu sonho.

Pesquisador: E você que é um cara tão ligado a questões de literatura, da leitura, Gibiteca. Porque você mudou o cenário assim, de repente foi para Praça das Araras e não dentro da Gibiteca?

Ronilço: Não, na verdade, olha o que que é a mídia, eles falaram assim: escolha um lugar que é bem conhecido da cidade. Ok. Aí depois, sabia que me questionaram isso, pô por quê você não fez com os livros? Falei: éh verdade cara. Só que assim, foi na verdade um ato porque eu estava ali. Tipo, eu vi as Araras, ah isso aqui representa Campo Grande, tá eu fiz. Eu poderia

ter feito aqui dentro da Gibiteca mostrando os gibis, livros, neh, acho que seria muito mais, pra mim, interessante, do aquilo ali. Mas ali representa a cidade, o Pantanal, a nossa natureza.

Pesquisador: Você teve esse start, fez e já mandou e você ficou sabendo já quando foi ao ar? Não teve nenhum contato prévio?

Ronilço: Nada, nada não. Contato nenhum, nenhum; é assim que funciona meu. Ou seja, várias pessoas mandam e de repente aparece você lá. Eu não sabia, eu não tenho ninguém dentro da rede Globo. Há você como já participou da Globo lá, o pessoal te conhece, não. (entre a gravação, envio e publicação no JG foi menos de um mês)

Pesquisador: Você acha que o fato de já ter sido personagem de alguns programas ajudou?

Ronilço: Não, não ajudou nada. Porque na verdade eles, tem até alguns vídeos muito estranhos ali dentro neh, uns vídeos com erros de português gritante, “menas corrupção” eu vi o pessoal falar, então assim, na verdade eu acho que eles pegaram e misturaram todo mundo assim, não tem nada não.

Pesquisador: Para você a indicação que a TV deu, o tutorial dizendo como é que gravava o vídeo, foi importante?

Ronilço: foi importante. Porque na verdade eu gravei assim (faz o gesto com o aparelho na horizontal), e eles que me ensinaram a gravar assim (horizontal), eu só gravava assim (mostra o aparelho na vertical), eu não sabia. Agora só tenho gravado assim (horizontal), até as minhas “lives” que eu fazia eu gravava assim (vertical) e agora só gravo assim (horizontal), sem medo de errar. **Eles que me ensinaram, aprendi isso com a TV, ninguém me ensinou, foi com a TV, olha a importância da mídia.**

Pesquisador: Me diz uma coisa, a chamada do programa não te deu nem a liberdade de pensar em gravar em outro cenário, você quis gravar automaticamente em um lugar que identificasse a cidade?

Ronilço: Sabe de uma coisa, que eu achei interessante, e depois as pessoas começaram a falar, porque a Globo só quer lugar bonito neh. Eu não minha cabeça, queria gravar num lixão, numa coisa feia, e na verdade, eu pensei em gravar, a primeira vez que apareceu isso, falei: vou gravar nos buracos, num lugar feio, eu pensei em fazer isso também. Só que o primeiro vídeo que eu gravei, eu mandei, e foi ali. Então assim, não sei, poderia ter feito em outro lugar. Só que aí a Globo, ela viu, teve tanta crítica com relação a isso, que ela começou a aceitar vídeos das pessoas morando na favela, de pessoas dentro de buracos, de pessoas falando de obras abandonadas, então ela realmente mostrou que isso não é o Brasil que nós queremos.

Pesquisador: Você se sente representado nesse quadro? Além de ter o seu vídeo exposto, você entende que esse Quadro, a composição dele representa, por exemplo, parte de seus sonhos nesse Brasilão?

Ronilço: Eu vou te contar uma coisa. Trinta milhões de pessoas viram o vídeo, segundo o Toninho da TV Morena. Campo Grande tem quase 900 (novecentos) mil habitantes, milhares de pessoas mandaram esse vídeo. Eu fui, de uma certa forma, hoje eu sou porta-voz nesse projeto, com o vídeo que fala de “O Brasil que eu quero”. Então, eu me sinto sim representado. Muitas pessoas criticam, falam mimimi, mas por quê não faz melhor então? Por que não se candidatam? De repente muitas pessoas mandaram o vídeo, não foram escolhidas e criticam,

ok. Eu mandei o vídeo pra falar daquilo que eu acredito, cultura e educação, e falei. E foi uma frase que eu acho muito bacana, porque eu ministro aula de cidadania, no lugar onde não tem atrativos culturais a violência vira espetáculo.

Pesquisador: Você conhece mais alguém que tenha mandado vídeo?

Ronilço: Conheço, nossa vieram um monte, vieram gente gravar aqui dentro da Gibiteca.

Pesquisador: Depois que foi ao ar o vídeo, essas pessoas te procuraram?

Ronilço: Me deram os parabéns. Foi você neh, foi você que foi escolhido neh. Muitas pessoas me cumprimentaram, muitas viram o vídeo e falaram comigo. Eu tive alunos que falaram assim: professor eu ia gravar, mas não vou mais não, o senhor já foi escolhido.

Pesquisador: Depois que foi ao ar, você teve mais comentários de pessoas já conhecidas ou de anônimos também?

Ronilço: Muitos anônimos, muitos. Só que os anônimos são meio reservados Eduardo, eles só falam com você se você falar com eles. Ah eu vi você! Agora quem te conhece já diz: te vi lá cara, que bacana. Hoje eu tenho, assim, eu sou um cara um pouco conhecido em Campo Grande, eu participo de festas mas fico muito reservado. Porque muitas vezes as pessoas te conhecem e não falam que te conhecem, e se você fizer alguma coisa errada, no bom sentido, eles comentam neh. Exemplo, eu estava na fila de um mercado esses dias e comecei a conversar, a moça falou eu te conheço, eu te vi na televisão. Então eu ando por isso tudo, mas não ando sem camiseta, de shortão, neh. Porque as pessoas conhecem você, você é referência. Como eu tenho mais de 600 (seiscentos) alunos no Senai, eu não vou andar por ai enchendo a cara de cachaça, eu tomo em casa meu vinho, minha cerveja, com a família, entendeu. Tenho muito cuidado com isso.

Pesquisador: Você confia na seleção dos vídeos do quadro de “O Brasil que eu quero”? O que você acha da seleção?

Ronilço: Acho que foi imparcial, porque senão, exemplo: se fosse assim mais duro, eles iam pesquisar minha vida, e ver que eu sou e fui político e não iam me selecionar, ok. Então na verdade eles pegaram o vídeo, porque a rede Globo não quer mostrar político. Eles nem sabiam que eu não seria candidato, quantas pessoas de repente mandam o vídeo e é candidato. Eles não sabem.

Pesquisador: Você usou esse vídeo depois nas suas redes sociais:

Ronilço: Usei, muito, muito. Eu até fiz vídeo patrocinado.

Pesquisador: esse exibido na Globo? E como foi o retorno?

Ronilço: Sim, esse que foi no Jornal da Globo. Nossa, retorno fantástico. As pessoas falavam nossa, você é nosso orgulho, você me representa, você falou aquilo que eu queria que você falasse. Um falou assim, há você só não falou do esporte, tem que falar do esporte também. Uns falavam assim, cara você chegou longe, olha onde você já está, você é o orgulho de Campo Grande, o orgulho de nosso Estado. Cara que bacana que foi você que foi escolhido, não tinha pessoa melhor pra ser selecionado. Deu muito *feed back* nesse sentido.

Pesquisador: O que você acha dessa iniciativa de “O Brasil que eu quero”?

Ronilço: Eu ainda não entendi onde a Globo quer chegar com aquilo ali. Um sentimento meu, eu não sei ainda onde ela vai chegar, eu vejo que no final ela vai ter que fazer alguma coisa. Se eu fosse a Globo eu iria, pelo menos nas 27 (vinte e sete) capitais, pra fazer bate bola, conversando, um bate-papo, daquilo que mudou. Porque assim, a Copa do Mundo meio que esvaziou esse Brasil que eu Quero, quero ver é agora neh. E eu espero que a rede Globo, dê um sentido novo. Agora o que eu vejo muito Eduardo, se for o Brasil que eu Quero, aquilo que o povo está falando, o Brasil tem jeito. O que que eles falam, vamos renovar, não queremos corrupção, queremos educação, queremos segurança, queremos professores, neh. Então se for aquilo ali, quem sabe nós tenhamos esperanças na eleição 2018.

Pesquisador: Você acha que esse recado está chegando para os políticos?

Ronilço: Se está chegando para os políticos? De uma certa forma sim, eu vejo sim que eles estão preocupados, que são clamor popular. Eu vejo que esse recado está fazendo eles ficarem com o pé atrás. Esse é o Brasil que eu Quero, e o povo tá falando. O mais humilde tá falando. Aquela senhora que fala, “nóis foi, nóis fica”, “é menos corrupção”, mas tá falando. Tá chegando e eles estão com o pé atrás sim.

Pesquisador: Você acha que o Quadro contribui pra dar uma mudança, mínima que seja, na questão política?

Ronilço: Eu acho assim, a rede Globo, muitas pessoas falam mal da Globo, eu como já participei de alguns programas da Globo, eu vejo que ela hoje tem uma postura muito grande. Ela debate alguns assuntos relacionados a homossexualidade, debate alguns assuntos relacionados violência, a prostituição, alguns assuntos relacionados a droga, então ela dá o recado dela. Só que as pessoas no Brasil hoje, você não pode falar nada, vivemos numa sociedade emocionalmente fraca, tudo que você fala tá magoando as pessoas. Eh, você vê um casal homossexual, ai no outro dia vai os religiosos e acabam, falam que a Globo é não “sei o que e tá tá tá”. E a Globo ela fala tudo, tem programa religioso, tem programa música, tem programa, lógico que ela tem lado, ok. Só que eu não vejo assim que ela tá puxando pra um lado, tá contribuindo sim para que as pessoas possam ser provocadas.

Pesquisador: No bloco que foi exibido seu vídeo, após, a apresentadora faz um comentário, sobre saneamento básico. Como é que você se sentiu ali, vendo seu vídeo falando de cultura e educação e de repente o comentário de bancada falando sobre outro tema?

Ronilço: Assim, foi o primeiro comentário que falou sobre saneamento básico, ok. Todo mundo fala cultura, educação, na verdade ela pegou uma coisa que ninguém tinha falado ainda e o meu fechou. Ela puxou uma coisa lá atrás, olha primeiro comentário sobre saneamento básico eu achei fantástico e bem representado também.

Pesquisador: Você acha que isso não diminuiu a força do seu recado?

Ronilço: Não, não. Até porque se não ai eu vou ficar muito cheio de “nhem nhem, mimimi”, muito estrela neh.

Pesquisador: Você, enquanto cidadão, acha que de fato foi ouvido pela Globo, ou só foi mais um quadro?

Ronilço: Se eu fui ouvido pela Globo, eu acho que eu fui ouvido, porque eu gritei ali, mais cultura e educação, e o vídeo tá lá. Ou seja, eles falam assim, quem quiser ver o vídeo da sua

cidade, eles estimulam a entrar lá. E quantas pessoas já colocou Campo Grande lá e já viram o vídeo! Muitas pessoas que está assistindo, neste exato momento centenas de pessoas devem estar entrando pra ver. Você acha que ninguém vai ser provocado a ver, quem será que é de Campo Grande? Quem será que falou? Ah é o Guerreiro! Então eu acho que sim.

Pesquisador: Você fez o uso desse vídeo nas suas redes sociais quantas vezes?

Ronilço: Eu usei três vezes. Uma, quando saiu. Outra quando houve um negócio relacionado a violência, e a outra vez que eu fui divulgar um projeto do Senai sobre cultura e educação aos alunos.

Pesquisador: Como tem sido o *feed back* nas redes sociais?

Ronilço: Nas redes sociais, o retorno delas é muito importante pra mim. Esses comentários, parabéns professor, valeu; se teve algo negativo, ninguém comentou. Todos, todos os comentários, ninguém colocou aquela carinha emburradinha não, todos colocaram coraçõzinho, joia, parabéns, você me representa, falou tudo, é isso Guerreiro. Então assim, foi bacana sim.

Pesquisador: Comparada a outros vídeos que você publicou, chegou a ter mais ou menos acessos?

Ronilço: Tem um vídeo meu de palestras que já teve mais de 30 (trinta) mil curtidas, esse teve mais de 8 (oito) mil curtidas.

Pesquisador: Há algo mais que você queira falar sobre o Quadro.

Ronilço: Dizer que é bacana você ter a oportunidade, nesses momentos, de você falar um pouco da vida tem pessoas que dizem há se você faz é aparecido, se não faz é omissos. Eu acho que você tem que aproveitar tudo que é canal de comunicação para divulgar seus projetos. Tem que aproveitar tudo que você tiver nas mãos, de uma maneira honesta e ética, pra ocupar espaço. Se não fosse eu, seria outro. O que o outro iria falar? O que a outra iria falar? Será que iria falar de repente sobre violência, sobre saneamento básico, ou ia mostrar uma obra abandonada. Eu não, eu fui, falei, mostrei o símbolo do Pantanal, que são as Araras, eu falei sobre cultura e educação e vendi meu peixe. E acredito que conseguimos representar Campo Grande muito bem.

Pesquisador: Bom, se no futuro a gente precisar voltar a conversar um pouco mais pra aprofundar mais algum assunto...

Ronilço: Estou à disposição e tenho certeza que você será um grande Doutor.

Pesquisador: Gratidão.

ANEXO A – CAPAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO (JULHO DE 2018)

INFORME PUBLICITÁRIO

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DOMINGO, 1º DE JULHO DE 2018 R\$ 6,00

PEÇA JÁ A

PORTA BILI DADE

**100% DIGITAL
DO SEU SALÁRIO
E SEJA ORIGINAL.**



**COM APENAS UM CLICK,
VOCÊ LEVA:**

-  **Isenção total de tarifas**
-  **Cartão de crédito sem anuidade**
-  **50% de desconto no Cheque Especial e no Crédito Pessoal**



Banco ORIGINAL
Você é original. Esse banco é seu.

Sujeito a análise e aprovação de crédito. Consulte benefícios. O desconto é aplicado sobre a taxa base do Cheque Especial e do Crédito Pessoal enquanto seu salário cair no Original. Oferta válida para novas contratações. A isenção de anuidade do cartão de crédito é exclusiva para os cartões Internacional, Gold e Platinum. Os benefícios valem até julho de 2020.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SEGUNDA-FEIRA, 2 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 11:33 • R\$ 4,00

copa 2018

Tite celebra defesa para mata-mata contra o México

Festjada pelo quarteto ofensivo, a seleção brasileira de Tite aposta na segurança de sua defesa para superar o México hoje e avançar às quartas da Copa da Rússia. Em 24 partidas sob seu comando, a equipe tomou apenas 6 gols. A defesa começa lá com o Gabriel, diz Casemiro, destaque do time. **p.1**

Espanha é eliminada em dia decidido nos pênaltis
Outra surpresa deste Mundial, a Rússia despachou uma das favoritas no título em Moscou. Os anfitriões pegam nas quartas a Croácia, que também precisou dos pênaltis para superar a Dinamarca. **p.47**

Tostão
Depois da Espanha, tenho certeza, nada entendo de futebol. **p.3**

Ana Estrela de S. Pinto
Disputa por pênalti está mais para pôquer do que para loteria. **p.3**

Oitavas de final



ATMOSFERA B2



ANO 98 • Nº 32.597
CIRCULAÇÃO: 304.918/014 (Impressos + digitais)
AUDIÊNCIA: 35.913.871 visitantes únicos/mês



Andrés López Obrador, após vitória

López Obrador é eleito presidente do México

Resultado preliminar indica vitória de candidato da esquerda com 53,8% dos votos



Igor Akinfeev celebra a vitória após defender a cobrança de Iago Assis. Luciane/Reuters

Andrés Manuel López Obrador, 64, foi eleito ontem presidente do México na primeira vitória de um esquerdista em um país dominado durante décadas por políticos de centro-direita.

Mesmo antes de os resultados oficiais serem divulgados, seus dois principais rivais na disputa, José Antonio Méade e Ricardo Anaya, reconheceram a derrota, informa Sylvia Colombo.

O resultado preliminar do INE (órgão eleitoral), apresentado às 21h (1h de Brasília), confirmou vitória por ampla margem de Obrador, com 53,8% dos votos.

A participação foi de 62% dos eleitores. No México, não há segundo turno. Em discurso, ele prometeu respeitar contratos e a liberdade empresarial.

ANÁLISE
Clóvis Rossi
Desânimo com o sistema político explica resultado. **p.18**

Total de idosos em abrigos públicos sobe 33% em 5 anos

O número de idosos em abrigos conveniados aos estados e municípios no Brasil cresceu 33% entre 2012 e o ano passado, passando de 45.827 para 60.939, segundo dados do Ministério do Desenvolvimento Social. O total vai a sete mil comitê de idosos passaram morando unidades privadas.

Em sua maioria, os atendimentos aos idosos ocorrem em instituições de longa permanência que recebem recursos ou que têm algum vínculo com o poder público. O governo federal busca alternativas em que os idosos passem a morar com a família. **continua p.11**

Em 2017, só 11% guardaram dinheiro para a velhice

Faustina/ISTAT

Boas escolas não freiam violência em terra de Ciro Gomes

Em Sobral (CE), berço político do presidente Ciro Gomes (PDT), o título de campeão nacional do Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica) da rede pública não bastou para frear a violência. A cidade registrou 43 assassinatos até maio, a maioria de jovens. **continua p.11**

ENTREVISTA DA 2ª Alexandre de Souza

Petrobras devia ter prazo para reajuste de combustíveis
O presidente do Cade, órgão que fiscaliza a livre concorrência, afirma ser favorável a uma periodicidade do reajuste e que a medida poderia servir para enfrentar o monopólio da Petrobras. **continua p.11**

EDITORIAIS A2

Eleitores na mira
Sobre aliança entre PSDB e apresentador televisivo.

Farrá municipal
Acerca de benesses concedidas a servidores do TCM.

ilustrada C1
John Coltrane ganha álbum inédito gravado em 1963

mpme p.6
Como vender bem um produto sazonal durante o ano todo

ciência B5
Soro não chega aonde há mais picada de cobra no Brasil

CHEGOU A HORA DE DEBATER O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS. QUER SABER COMO É POSSÍVEL REDUZIR O PREÇO DA GASOLINA?

VEJA NOSSO ANÚNCIO NA PÁGINA 5.



FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 3 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 01h01 • R\$ 4,00

Empresas vão à Justiça contra cartel do câmbio

Ao menos 14 grupos empresariais entraram na Justiça de SP na tentativa de evitar a prescrição do prazo para cobrarem indenizações de bancos suspeitos de combinar a taxa de câmbio exigida de clientes. Vale, Braskem, Usiminas, Gol e Odobrecht são algumas dessas empresas. Entre os acusados de cartel estão BTG Pactual, Itaú BBA e Santander. O que se promulgaram negam irregularidades. **Marcado A21**

Uber muda sistema de pagamento de 500 mil motoristas

Mercado A20
Eleito no México, esquerdista AMLO acena ao mercado
Eleito ontem, Andrés Manuel López Obrador deu a linha de seu governo nos primeiros discursos. Disse que o Estado estará presente, mas que não haverá medidas radicais na economia, "nem confiscos, nem expropriações, e respeito à liberdade empresarial". **Mercado A20**

Portugal legalizará situação de 30 mil imigrantes ilegais

O governo de Portugal editou decreto para legalizar imigrantes em situação irregular no país. A medida, que deve beneficiar 30 mil estrangeiros, valerá para aqueles que estejam inscritos no mercado de trabalho português há pelo menos um ano. **Mercado A22**

Crise para produção de fábrica estatal de camisinhas no Acre

Cadêano B1
Ilustrado C1
Após 'Narcos', séries com traficantes se tornam filão rentável
Equilíbrio B5
Movimento em redes sociais busca reduzir estigma das espinhas
EDITORIAIS A2
Futuro incerto
Sobre escassez de poupança para as aposentadorias.
Carreiras demais
Acerca de proposta para a reforma administrativa.

ANO 98 - Nº 22.598
CIRCULAÇÃO: 285.592/DIA
(Impressão + Digital)
AUDIÊNCIA: 29.349.179
visitantes únicos/mês



Brasileiros comemoram o gol de Neymar protegendo o rosto, em referência ao game Counter Strike. **Acervo Negato/Photo/Contrasto**



TIME JUVENIL É ENCONTRADO VIVO APÓS 9 DIAS EM CAVERNA TAILANDESA
Jovens de 11 a 16 anos entraram no local em um passeio com o treinador de futebol em Chiang Rai, no norte da Tailândia; eles não foram retirados imediatamente devido às condições de saúde e às dificuldades de sair da caverna. **Mercado A12**

copa 2018 26 Pela 7ª vez consecutiva, Brasil está nas quartas de uma Copa

Seleção vence México por 2 a 0 e jogará por vaga na semifinal na sexta, contra a Bélgica
Com uma vitória por 2 a 0 sobre o México, a seleção brasileira obteve mais uma vez a vaga para as quartas de final da Copa do Mundo. Desde 1994, o Brasil sempre se classifica para o segundo mata-mata. Ontem, em Samara (Rússia), a seleção ganhou com gols de Neymar e Firmino. Os dois gols colocaram o Brasil à frente da Alemanha como o país com o maior número marcado em Copas: 28 contra 26. Nesta sexta (6), às 19h de Brasília, a seleção tentará se classificar para a semifinal. O rival será a Bélgica, que perdia por 2 a 0 e virou para 2 a 2 a partida contra o Japão. **Copa2018 p.1**

Juca Kfourí
Neymar não chiou e foi o melhor do jogo
De cabeça normal, Neymar apanhou feito boi ladrão, levou pisão que deveria ter terminado em expulsão do agressor e não reclamou, não simulou, não nada, ou melhor, simulado, o melhor em campo. **p.3**

Sérgio Rodrigues
O acaso, o subversivo e o grotesco são riscos para o time de Tite **p.3**

Inglaterra tenta vaga com artilheiro que se inspirou em estrela do futebol americano para brilhar **p.6**

Semelhanças, estádio do Mundial passam a impressão de reprise de um espetáculo **p.6**

Oitavas de final

Sáb. (1)	Uruguai	2	1
Portugal	1	2	
Sáb. (2)	França	4	2
Argentina	3	2	
Sáb. (3)	Brasil	2	0
México	0	2	
Sáb. (4)	Bélgica	3	2
Japão	1	2	
Dom. (5)	Espanha	1	1
Rússia	1	1	
Dom. (6)	Coreia	1	0
Costa Rica	1	2	
Ter. (7)	Suécia	3	1
Suíça	2	3	
Ter. (8)	Colômbia	1	1
Inglaterra	1	2	



100 DIAS DE TRANSAÇÕES COM TAXA ZERO.
SO A SAFRAPAY FAZ PELA SUA EMPRESA.

100 dias com transações com taxa zero!
100 dias com cartão de crédito de 100 dias de validade!
Emprestimos, aplicações e produção de conta corrente!

Safrapay
Safrapay é uma solução exclusiva e inovadora.

Safra
Safrapay é uma solução exclusiva e inovadora.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

QUARTA-FEIRA, 4 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 03:35 • R\$ 4,00

copa 2018 4

Quartas de final têm pior ranking desde a Copa-1994

As quartas de final da Copa terão o pior ranking de seleções desde o Mundial-94, nos EUA, o primeiro com a lista feita pela Fifa. A anfitriã Rússia, por exemplo, é apenas a 75ª colocada. Ontem, Suécia e Inglaterra avançaram, o que garantiu um europeu na final. Os suecos derrotaram a Suíça, e os ingleses eliminaram a Colômbia nos pênaltis. **Copa 2018 p.3**

Igor Gielow

Avanço da limitadíssima seleção russa provoca suspeitas de doping p.3

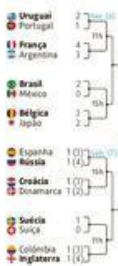
Michel Oliveira

A Copa muda a rotina, amplifica os debates e traz efeitos colaterais p.3

Centro que formou sete titulares da França faz 30 anos com métodos copiados e contestados p.3

Youtuber brasileiro perde patrocínios após post sobre Mhappé ser considerado racista p.7

Orkavas de final



O goleiro inglês Pickford (de verde), que defendeu um pênalti contra a Colômbia. **John Hobley/Reuters**



Forsberg (centro), autor do gol da Suécia contra a Suíça, o único do jogo. **Steve Lohr/Getty Images/REUTERS**

Eike Batista é condenado a 30 anos de detenção

O empresário foi sentenciado pelo juiz federal Marcelo Bretas, do Rio, por corrupção e lavagem; ele vai recorrer

O empresário Eike Batista foi condenado a 30 anos de reclusão na ação penal em que é acusado de ter pago propina ao ex-governador do Rio Sérgio Cabral. Essa é a primeira condenação de Eike. Ele foi considerado culpado pelos crimes de corrupção ativa e lavagem de dinheiro pelo juiz federal Marcelo Bretas. A sentença é decorrente da Operação Eficiência, na qual o empresário foi acusado de repassar US\$ 16,6 milhões (R\$ 51,9 milhões) em 2011 a Cabral. O pagamento ocorreu no exterior, por intermédio de doleiros.

Bretas também sentenciou o ex-governador a 22 anos e oito meses de prisão e condenou a ex-primeira-dama Adriana Araújo e Flávio Godinho, ex-vice-diretor de Eike no grupo EBR. Preso em janeiro, Eike foi solto em abril por liminar do ministro Gilmar Mendes, do Supremo Tribunal Federal. Ele cumpre recolhimento domiciliar à noite e não pode deixar o país, mas, segundo a atual jurisprudência, só começará a cumprir pena se houver condenação em segunda instância. Ele e os demais envolvidos vão recorrer. **Paulo Ari**

Governo poderá remanejar mais de 1 milhão de servidores federais

O Ministério do Planejamento publica hoje regras que facilitam a realocação de servidores federais. A medida tem potencial para atingir 1 milhão de funcionários públicos. A promessa é atacar setores ineficientes na administração pública e racionalizar a gestão de pessoal. **Marcos Rê**

Moro diz lamentar interpretação do STF sobre Dirceu

O juiz Sérgio Moro criticou decisão do ministro Dias Toffi de revogar medida cautelar contra José Dirceu. Moro havia determinado que o ex-ministro do PT, solto pela 2ª Turma do STF, usasse tornozeleira eletrônica. Para ele, Toffi mudou entendimento da corte sobre o tema. **Paulo Ari**

Meninos presos em caverna farão aulas de mergulho

Os 12 meninos e seu técnico de futebol, isolados pela água há dez dias em caverna inundada na Tailândia, receberão comida para quatro meses e aulas de mergulho. Socorristas continuam a bombear água para facilitar o resgate deles, que deverão percorrer 4 km até a saída. **Mundo A10**

EDITORIAIS A2

Saúde cura
Acerca de regulação do setor de planos privados.

Javali protegido
Sobre proibição da caça ao animal no estado de SP.



ANO 98 - Nº 32.599
CIRCULAÇÃO: 290.086 (Impressão + digital)
AUDIÊNCIA: 29.349.179 (Impressão + digital)

TIGGO 2
O INVESTIMENTO MAIS VANTAJOSO DO MOMENTO.

RECOMPRA GARANTIDA TABELA FIPE

5 ANOS GARANTIA

TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VALOR PLS 5
A PARTIR DE R\$ 59.990,00

60x 12 MESES 0% TAXA

CADA CHERRY

Justiça do Equador pede prisão de ex-presidente
Foi ordenada a prisão preventiva de Rafael Correa, acusado de ser o mentor de sequestro de opositor. De, que mora na Bélgica, diz se tratar de complô. **Mundo A12**

Com alta de 14%, conta de luz elevará a inflação
O aumento deste ano, acima do esperado, deve adicionar 0,5 ponto ao IPCA. Ontem, a Anel (agência reguladora) ajustou a taxa de 12,8% em SP. **Mercado A17**

Ciência B5
Notícia falsa diz que brasileiro não pode pesquisar o jambu

Ilustrada C6
Para Walter Salles, streaming deve ter cota para brasileiros



FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

QUINTA-FEIRA, 5 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 09H24 • R\$ 4,00

Produção da indústria em maio é a pior desde 2008

Em maio, a atividade industrial teve a pior queda em dez anos. O nível de produção ficou 23,8% abaixo do pico registrado em 2011, segundo o IBGE. Segundo o órgão, a paralisação dos caminhoneiros de estradas e o processo de produção nacional, seja pelo abastecimento de matéria-prima, seja pela distribuição. **Mercedes**



Baleia em San Juan, EUA

Turismo D1
Discreto, arquipélago de San Juan é destino para ver baleias orcas

Glória B5
Morre aos 85, em SP, o físico e professor Ernst Hamburger

Vacinação infantil está abaixo da meta em 1/4 das cidades

Mau desempenho ocorre em todas as vacinas; governo vê risco de retorno de doenças

Das 5.570 cidades do país, 1.451 têm cobertura abaixo do ideal em todas as vacinas obrigatórias para bebês e crianças. O levantamento foi feito pela Folha com dados de 2017 do Programa Nacional de Imunizações, estratégia de prevenção do SUS.

Hoje, a meta é de 95% para vacinas que protegem contra poliomielite, sarampo e meningite, por exemplo. O Ministério da Saúde considera que, abaixo do patamar, existe o risco de retorno de velhas doenças e de surtos daquelas nunca eliminadas.

Vários fatores contribuem para o resultado, segundo especialistas. Entre eles está o aumento na oferta de vacinas — o que exige novas idas ao posto até os 15 meses do bebê —, horários restritos de atendimento e baixo tempo em relação a doenças.

O governo tem feito um apelo aos municípios para a implantação de um sistema de registro nominal, que permite controle de dados da criança imunizada. Previsto desde 2014, ele atinge somente 65% dos locais de vacinação. **Caroline B1**



POR PRESERVAÇÃO, CAPELA DE 1922 É SUSPESA DURANTE OBRAS DO COMPLEXO CIDADE MATARAZZO, EM SÃO PAULO

Projeto de engenharia elevou a igreja de Santa Luzia, tombada pelo Condephaat, para construção de hotel, shopping e torre de 23 andares no local em que funcionou hospital. **Caroline B1**

Brasileiro precisará de autorização para entrar na Europa

Turistas brasileiros e de mais de 100 outras nacionalidades precisarão de autorização para entrar na Europa a partir de 2021. O documento custará €7 (R\$ 31,82) e poderá ser obtido pela internet. A iniciativa visa a aumentar a segurança na região. **Caroline B1**

Presidente da GE é preso em operação da PF contra fraude na saúde no Rio

O presidente da General Electric para a América Latina, Daurio Speranzini Junior, foi preso ontem na Operação Resonância, deflagrada pela Polícia Federal.

A medida deriva de investigação que levou à prisão do ex secretário da Saúde do Rio Sérgio Côrtes por fraudes na secretaria e no Instituto Nacional de Traumatologia.

O pedido de prisão cita o período em que ele presidia a Philips Medical no Brasil, até 2016. Sua defesa não foi localizada. A GE afirmou não ser alvo da investigação. **Índice A4**

Terapia gênica é nova estratégia contra a hemofilia

Índice B1

Trump sugeriu diversas vezes invadir Venezuela

Mundo A10

copa 2018

Entre os 8 ainda na Copa, Brasil é o que menos faz faltas

Com um esquema sortido de marcação, o Brasil chega às quartas de final da Copa com média de nove faltas por jogo, menor entre as oito seleções na competição. Os brasileiros pegam a Bélgica amanhã, às 19h, por vagas nas semifinais. **Copa 2018 p1**

Embraer terá 20% de nova empresa com a Boeing

Mercedes p.3

EDITORIAIS A2

Rejeição à urna
Sobre motivos do desalento de parte do eleitorado.

O jardo de Merkel
Acerca de políticas para os imigrantes na Alemanha.

ANO 98 - Nº 32.600
CIRCULAÇÃO: 294.770 (impressos + digitais)
AUDIÊNCIA: 29.349.179 (impressos + digitais)



TIGGO 2

O INVESTIMENTO MAIS VANTAJOSO DO MOMENTO.

RECOMPRA GARANTIDA TABELA FIPE



5 ANOS GARANTIA

TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO A ESCOLHA INTELIGENTE

VALOR DE FÁCIL FINANCIAMENTO: R\$ 59.990,00

60x 12% T.A.E. TAXA 0%

QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

Ricardo A. Pereira
Neymar: pela reação à dor, parece ser feito do calcanhar de Aquiles p.4

Marilyn: Pereira Jorge
Russas estão sendo punidas com machismo e xenofobia oposta p.2

Com os jogos, saia o que muda no trânsito de cidades como São Paulo, Londres, Rio e Sydney p.4

ATMOSFERA B2
São Paulo hoje: 28°C / 14°C
0h - 4h - 12h - 18h - 24h
Fonte: www.climatempo.gov.br

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ UN JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SEXTA-FEIRA, 6 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H56 • R\$ 4,00

copa 2018

Marcelo volta à seleção hoje, no mata-mata com a Bélgica

Recuperado da dor nas costas que o deixou fora contra o México, o lateral esquerdo Marcelo estará hoje, às 19h, diante da Bélgica. O vencedor estará classificado para as semifinais da Copa do Mundo da Rússia. Outra novidade na seleção de Tite é o volante Fernandinho, que substitui Casemiro, suspenso. O lateral direito reserva Danilo lesionou o tornozelo e está fora da Copa. **copa2018.p.3**

Caixinha de surpresas aposta na Bélgica p.2



Tostão
Neymar é um gênio barroco, o centelho que ilumina o espetáculo p.4

Cidade que recebe jogo decisivo do Brasil, Kazan já esteve sob o domínio de Ivan, o Têrrel p.8

Jaco Kfourí
Uma Copa é ganha por heróis previsíveis e improváveis p.3

Uruguai se coloca como azarão no confronto com a França; atacante Cavani é dúvida p.6

Quartas de final



A partir do alto à esq., no sentido horário, os brasileiros Neymar, Tite, Fernandinho e Marcelo

Boeing acerta compra de 80% de setor da Embraer

Empresa americana pagará R\$ 14,9 bi por fatia da divisão de jatos comerciais; ações da companhia brasileira caem 14%

A Boeing anunciou a compra de 80% da divisão de jatos comerciais da Embraer por US\$ 3,8 bilhões (R\$ 14,9 bilhões). Um memorando de entendimentos foi assinado nesta quinta-feira (5), mas o desfecho do negócio deve ocorrer somente no segundo semestre de 2019. As companhias buscam agora concluir o acordo para submetê-lo à aprovação do governo, que detém 58% da share (ação que dá poder de veto em decisões) na empresa, antes do fim do mandato de Michel Temer. O Planalto já expressou simpatia pelo negócio. Essa percepção, no entanto, pode mudar dependendo de quem ganhar a eleição presidencial deste ano. O memorando de entendimentos menciona ainda a criação de uma associação na área de defesa — tema extremamente sensível para o governo brasileiro —, sem apresentar detalhes. As incógnitas da transação são apontadas como a causa da queda das ações da Embraer, que desvalorizaram 14% ontem. **mercado.a3**

Escândalo derruba ministro respinga em aliado de Temer

O ministro Helton Yomura (Trabalho) foi afastado por ordem do Supremo após a Polícia Federal apontar indícios de fraude em esquema para liberar registros sindicais. Ele, que nega envolvimento, pediu demissão. Eliseu Padilha assumirá a pasta. Mensagens também levantaram suspeita contra o ministro Carlos Marun (Secretaria de Governo), articulador do presidente Michel Temer. Ele se diz vítima de conspiração. **poder.a4**

Prisão de migrantes em fronteira dos EUA quase dobra

O número de imigrantes apreendidos ou barrados na fronteira dos EUA com o México cresceu 92% no primeiro semestre do ano em relação ao mesmo período de 2017. Até junho, 268.812 imigrantes foram apreendidos nos EUA. No mesmo intervalo de 2017 foram 139.969. **Mundo.a10**

CNH Digital atinge menos de 0,4% dos condutores

Doze meses após ser lançada, a CNH Digital, versão para celular da Carteira Nacional de Habilitação, avança a passos lentos. Apesar do amplo acesso da população a celulares, a difusão enfrenta entraves como desorientação, burocracia e cobranças contrárias. **colúmbio.a11**

EDITORIAIS A2

PIB atropelado
Sobre impacto da paralisação dos caminhoneiros.

Preservobrás
Acerca de fábrica estatal de camisinhas no Acre.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.601
CIRCULAÇÃO: 304.968/DIA (Impressos + digitais)
AUDIÊNCIA: 29.349.179 (visitantes únicos/mês)



SOB MEDIDA PARA COMPRADORES PREFERENCIAIS.

TIGGO 2 FLEX AUTOMÁTICO 2019

5 ANOS GARANTIA

O CARRO MAIS COMPLETO ENTRE TODAS AS MARCAS COM ISENÇÃO TOTAL DE IPTU E ICMS. (VIA CREDENCIADA NA FOLHA S.)

CADA CIDADÃO

Tati Bernardi

A maternidade fez o cachorro ocupar o lugar de animal

Já foi uma moça que nina-va cachorros envolvidos em mantas em noites de frio. Não devei de amar minha cadela, mas depois de eu ter uma filha ela passou a ocupar o lugar de um animal querido. **colúmbio.a11**

Gúlia p.39

Passeios, filmes e exposições para a criança se divertir nas férias até cansar

Ilustrada C4

Morre aos 92 Claude Lanzman, diretor de 'Shoah', longa que aborda o Holocausto

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ UN JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SÁBADO, 7 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 01H07 • R\$ 4,00

Quartas de final



Artibeiro russo e ala inglês são atrações do dia que define os outros semifinalistas p.5 e p.9

Jogo para deficientes auditivos e visuais em SP tem apogeu em telão, drama e inclusão p.10

copa 2018

Ricardo A. Pereira
Não é por tirar o Brasil que a Bélgica deixa de ser um país chato p.3

Tostão
Acheva que a seleção venceria pela tradição e pelo conjunto; me iludi p.3

Jacú Kfourri
O time merecia melhor sorte; pena que Neymar não desequilibrou p.3

PVC
Brasil sai por causa de erro de Tite, mas ele tem de ser mantido p.3

Brasil perde nas quartas da Copa pela 3ª vez neste século

Seleção cai ante a Bélgica por 2 a 1, e torneio terá de novo um campeão europeu

A seleção brasileira perdeu da Bélgica por 2 a 1 ontem, em Kazan, e está fora da Copa do Mundo na Rússia. Fernando (contra) e De Bruyne marcaram os gols da equipe belga, no primeiro tempo, e Renato Augusto fez o do Brasil, no segundo. Neste século, é a terceira vez que a seleção é eliminada nas quartas de final.

As outras foram em 2006 e 2010. No Mundial de 2014, no Brasil, perdeu na semifinal—7 a 1 para a Alemanha. Diante da Bélgica, o Brasil não mostrou o equilíbrio desejado pelo técnico Tite, que creditou a derrota à boa atuação da equipe adversária. A CBF planeja que ele continue no cargo, mas o treinador não definiu seu futuro.

A estréia da seleção, Neymar, operado no pé direito em março, recuperou-se e fez dois gols no Mundial, mas não encantou, distanciando-se do sonho de ser eleito o melhor do mundo. Com a queda do Brasil e a eliminação do Uruguai pela França, a Copa terá um campeão europeu pela quarta vez seguida. **Copa 2018 p.3**

Últimas eliminações

- 2006 - Alemanha
- 2010 - África do Sul
- 2014 - Brasil
- 2018 - Rússia



No fim da partida em Kazan (Rússia), belgas se reúnem à frente de Neymar; a derrota por 2 a 1 eliminou a seleção brasileira da Copa do Mundo, nas quartas de final. **Francois Suro/Associated Press**

Crise da Argentina afeta o crescimento econômico do Brasil
As dificuldades enfrentadas pela economia argentina devem produzir efeitos negativos sobre a produção brasileira, sobretudo a automotiva, e reduzir a projeção para o PIB em 2018. O país vizinho, que pediu ajuda ao FMI, é um dos principais parceiros comerciais do Brasil. **Mercado p.6**

Taxa de 25% sobre produto chinês entra em vigor nos EUA
O governo de Donald Trump passou a taxar o equivalente a US\$ 3,1 bilhões em artigos chineses. Em resposta, a China aumentou impostos e apresentou ação contra os americanos na Organização Mundial do Comércio. **Mercado p.6**

Por risco à segurança, Exército americano dispensa imigrantes
Imigrantes que são reservistas ou recrutados estão sendo dispensados abruptamente. Segundo alguns deles, o Exército afirmou que eram considerados risco à segurança. Servir nas Forças Armadas é via para obter cidadania. **Mundo p.10**

Falta de oxigênio complica ação em caverna tailandesa
A retirada dos 12 meninos e do técnico de futebol presos em caverna no norte do país se complicou com a redução do nível de oxigênio no local, provocada pela presença de centenas de socorristas. A morte de um mergulhador evidencia o perigo. **Mundo p.11**

Casas tombadas de SP foram demolidas por erro de gestão
Cidilano B1

ATMOSFERA B2
São Paulo hoje
27° / 13°
Fonte: www.climatempo.com.br

ANO 98 - Nº 32.602
CIRCULAÇÃO: 318.091/2018
(Empresas e Significa)
ASSINATURA: R\$ 349,179
votantes: 490/cv/mês

5 ANOS GARANTIA

1º COLOCADO
TESTE COMPARATIVO "SEU PRIMEIRO SUV".
CAR AND DRIVER

RECOMPRA GARANTIA



TIGGO 2

TIGGO 2 2019 FLEX AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEICULO NO PREÇO A PARTIR DE **R\$ 59.990,00**

FINANCIAMENTO: **60x** a partir de **R\$ 887,00**

SEGURO: **12** meses **0%** de taxa

CADA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Ilustrada C1
Gustavo Pacheco, descoberto em Portugal, lança livro no Brasil e vai à Flip

Sobre tudo D1
Veja as principais lições dos best-sellers de autoajuda para vencer no trabalho

EDITORIAIS A2
Brasil fora
Acerra do desempenho e da eliminação na Copa.
Declínio bolivariano
Sobre processo contra o ex presidente do Equador.

INFORME PUBLICITÁRIO

FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DOMINGO, 8 DE JULHO DE 2018

R\$ 6,00

St Marche aposta em atendimento especializado para amantes de vinhos

Grupo tem 720 rótulos de 16 países e sommelier em todas as lojas

O consumo de vinho é um hábito cada vez mais presente na rotina dos brasileiros. Segundo números do Instituto Brasileiro de Vinhos (Ibravin), as importações brasileiras de vinhos e espumantes cresceram 30,2% no ano passado. Ainda a essa demanda, a rede de supermercados St Marche dá atenção especial à adega que abrange suas 21 unidades.

“Escolha dos vinhos que chegam às lojas é uma curadoria de que há de ser feita em termos de qualidade e preço. São 720 rótulos de 16 países.

“Experimentamos cerca de 6.000 vinhos por ano, das principais importadoras do mundo, para escolher os melhores de cada um. E os propomos às lojas de nossos parceiros importadores. Esse é o maior diferencial da adega St Marche”, diz Fernando Pires, fundador e CEO do St Marche.

A adega tem mais de cem rótulos que são importados diretamente de 21 vinícolas em seis países. Dentre esses, duas linhas foram criadas especialmente para o grupo: a chilenha Ocho del Sur e a sul-africana The Cape.

Nas lojas, a adega tem posição privilegiada, e as garrafas são organizadas de acordo com o país de origem. Para orientar a escolha do cliente, cada St Marche tem um sommelier de plantão. Esses especialistas orientam a quem quiser experimentar a variedade de vinhos com assistência online ou pessoalmente no ponto de venda.

“Uma adega desse porte não funciona sem um sommelier. Assim, o cliente deve ter a certeza de que vai encontrar a bebida e o preço recomendado”, afirma Vitor Moraes, sommelier do St Marche do shopping Higienópolis.

ADEGA INTERNACIONAL

Veja a origem dos vinhos do St Marche e as suas emblemáticas de cada país



ESPECIALISTA
Todas as lojas têm um sommelier para ajudar o cliente a escolher

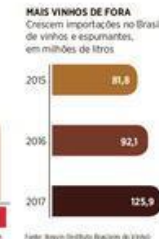
EXPERIMENTE
Festival de degustação acontece durante todo o mês de julho

DIFERENCIAIS ST MARCHÉ

VARIEDADE
A adega é formada por **720 rótulos** de **16 países**

NELHOR PREÇO
30% dos vinhos chegam por importação direta, o que ajuda a diminuir o preço final

MAIS DE 100 rótulos são importados exclusivamente pelo St Marche



Primeiro sorteio de carro inglês acontece no dia 12/7

Os clientes do St Marche têm, desde maio, mais um bom motivo para frequentar as lojas: a possibilidade de ganhar três carros Mini Cooper, modelo Countryman. O primeiro sorteio acontece no dia 12 de julho.

Dois carros de montadora inglesa são prêmios para acomodar toda a família. Têm quatro portas, amplo espaço interno e várias opções de cores. Os modelos coincidem com o perfil de quem frequenta a rede St Marche.

Para concorrer, o cliente precisa estar cadastrado no Vóce Marche, programa de fidelidade da empresa, e fazer compra de no mínimo R\$ 100 em qualquer das lojas. A cada compra nesse valor, um novo cupom é emitido. A promoção é válida até o dia 9 de setembro. Para mais informações, consulte o regulamento no site marche.com.br.

*Certificado de Autorização Caixa nº 6-6086/2018



Cliente que leva quatro garrafas ganha desconto

Para estimular o cliente a conhecer novos rótulos de vinhos, tintos, brancos, rosés e de espumantes, o grupo St Marche oferece desconto de 8% no valor total da compra de quatro garrafas na mesma ocasião.

Para facilitar, as quatro garrafas podem ser acomodadas na embalagem oferecida gratuitamente nos e-Clubs da rede. Localizada na Grande São Paulo (na cidade em Moji das Cruzes), confeccionada com papelão e com alça para ser levada à mão, ela tem resistência para suportar os vinhos no deslocamento até o caixa e, depois, até o endereço final do cliente.

A promoção dos 8% é exclusiva para clientes cadastrados no programa Vóce Marche, que oferece descontos nas lojas e no aplicativo St Marche e ofertas personalizadas nos produtos favoritos dos consumidores.

“Buscamos introduzir o vinho na rotina do cliente e mostrar as opções para harmonizá-lo



inclusive com os pratos do dia a dia”, diz Vitor Moraes, sommelier do St Marche do shopping Higienópolis. “É, por trás de cada vinho, a história e cultura de um país.”

Os viajantes internacionais, aliás, fazem com que os clientes conheçam mais uvas e rótulos e ampliem suas preferências. Há cinco anos trabalhando no grupo, Moraes tem observado que os clientes estão bastante interessados nos rótulos portugueses.


“Muitos consumidores viajam para Portugal e, na volta, querem comprar esses vinhos, que, em geral, possuem boa qualidade e bom preço”, explica o sommelier.

A tendência foi identificada também pelos números do Ibravin (Instituto Brasileiro de Vinhos): no ano passado, Portugal teve a Argentina do posto de vinícola maior fornecedora de vinhos para o Brasil. As importações brasileiras de bebidas portuguesas subiram 21,5% em relação a 2016 e ficaram atrás das importações chilenas.

Festival de degustação
Durante todo o mês de julho, o St Marche realiza um festival de degustação em todas as lojas da rede. Sempre às sextas-feiras aos sábados, os clientes que estiverem nas lojas durante a happy hour terão acesso exclusivo para experimentar novos rótulos de adega. Ação está programada para acontecer até a véspera do Dia do País (16/8).

As provas de vinhos serão gratuitas em formato de degustação, que terão áreas de três rótulos abertas por noite.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921  UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 10 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 09:02 • R\$ 4,00

copa 2018

França busca final com 3 candidatos a melhor do mundo

Mbappé, Griezmann e Pogba formam a espinha dorsal da França que se tenta avançar à final do Mundial na Rússia. O adversário é a Bélgica, algo da seleção brasileira. Além do título na Copa, tentam ganhar, em eleição da Fifa, o prêmio de melhor do mundo. **Copa 2018 p.4**



O atacante Griezmann, da França. **David W. Green/Associated Press**

Semifinais



Jaco Kjouri
Tinha a final racional, a ofensiva e a conservadora p.3

Sérgio Rodrigues
Maturidade deve ser lição para Brasil nesta Copa p.3

Estados compensam baixa no óleo diesel com alta na gasolina

Preço de referência para o ICMS aumenta após paralisação dos caminhoneiros; em SP, ganhos devem superar perdas

Na esteira da redução do ICMS sobre o óleo diesel, 13 governos estaduais decidiram aumentar a taxa de gasolina por meio de elevação no preço de referência (PMRF) sobre o qual incide o imposto.

Essa alta visa compensar a diminuição na receita provocada pela queda de arrecadação com o diesel. O ICMS dos combustíveis é cobrado sobre o PMRF, que é definido pelas secretarias estaduais de Fazenda. Nele incidem alíquotas que variam por produto e por estado.

Desde o fim da paralisação dos caminhoneiros, 17 estados reduziram o PMRF do diesel, acompanhando a queda de preço provocada pelas subvenções dadas pelo governo federal para encerrar o movimento.

Em alguns estados, o aumento do PMRF da gasolina deve render ganhos superiores às perdas com a baixa no ICMS do diesel. São os casos de Goiás, Rio Grande do Sul e São Paulo.

Considerando a média mensal de vendas em 2017, a receita do governo de SP seria de R\$ 68,9 milhões por mês, contra prejuízo de R\$ 45,1 milhões. **Marcado 11**



MAIOR TEMPESTADE EM DÉCADAS NO JAPÃO CAUSA MORTES E DESTRUIÇÃO

Equipe de resgate busca sobreviventes em Kumano, perto de Hiroshima; chuvas já deixaram 122 mortos, e 2 milhões receberam ordens para deixar suas casas

Contra lotação nas emergências, SUS se inspira em montadora

DIAS MELHORES

Unidades de urgência e emergência do SUS (Sistema Único de Saúde) adotaram um sistema de gestão inspirado na indústria automobilística para reduzir a superlotação. O método organiza fluxos internos.

Em prontas-socorros de seis hospitais públicos de São Paulo, Belo Horizonte, Palmas, Goiânia, Florianópolis e Fortaleza, onde a novidade foi inicialmente implementada, houve redução do tempo de atendimento em até 50%. **Carliano 11**

Odebrecht chega a acordo e pode fazer contrato com União

O governo anunciou acordo de leniência com a Odebrecht. O grupo se comprometeu a pagar R\$ 2,7 bilhões por danos de recursos da União. Com isso, a empresa poderá firmar contratos com estatais e órgãos federais. **Marcado 11**

Procuradoria diz que STJ deve julgar Lula

A PGR (Procuradoria-Geral da República) enviou ao STJ (Superior Tribunal de Justiça) na noite de antecedente uma manifestação em que defendeu a atribuição dessa corte para julgar pedidos de habeas corpus feitos em favor do ex-presidente Lula (PT), preso em Curitiba.

A petição foi uma resposta da PGR à guerra de decisões no domingo, quando Rogério Favreto, juiz plantonista do Tribunal Regional Federal da 4ª Região, em Porto Alegre, que foi filiado ao PT por quase 20 anos, decidiu libertar Lula após pedido de deputados petistas.

O cálculo dos parlamentares foi premeditado e subvertido com antecedência que Favreto seria o plantonista do TRF-4 nesse fim de semana. Eles previram que o decidido magistrado seria cassado, mas que o caso ilustraria a tese de que o Judiciário age contra Lula. **Podar 11**

EDITORIAIS A2

Várzea jurídica

Sobre sequência de decisões quanto a libertar Lula.

Efeito 'brexit'

A respeito de crise no governo do Reino Unido.

ATMOSFERA B2



Fonte: www.climatempo.com.br

ANO 98 - Nº 32.405

CIRCULAÇÃO 285.590

(Impressos + digitais)

AUDIÊNCIA 39.689.779

visitantes únicos/mês

ISSN 1677-0504

13 4653 731439 272522

Em menos de 24 horas, Theresa May tem 3 baikas em seu gabinete

Mundo 11

Juiz conservador e católico é indicado por Trump para a Suprema Corte

Mundo 11

Ilustrada C1
Roteiro de Reinaldo Moraes para filme sobre Boca do Lixo vai virar romance

Equilíbrio B5
Vídeos de sussurros para relaxamento e combate à insônia bombam na internet

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO QUARTA-FEIRA, 11 DE JULHO DE 2018 EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 05:36 • R\$ 4,00

EUA taxarão mais US\$ 200 bilhões em itens chineses

O governo dos EUA irá impor tarifas de 25% sobre uma lista de produtos chineses que somam US\$ 200 bilhões (R\$ 593,3 bilhões).

A medida é uma resposta ao fato de a China ter estabelecido taxas sobre US\$ 34 bilhões de produtos americanos. Os EUA já haviam imposto tarifas sobre o equivalente a US\$ 24 bilhões em produtos importados do país. **Mercado A17**

Comida p.1 Jovens herdeiros de fazendas comandam transformação na produção de café

Saúde B4
Sem comprovação de eficácia, conselho de medicina veta oferta de ozonioterapia

Esporte B5
Por € 100 milhões, Cristiano Ronaldo deixa Real e vai para a Juventus, da Itália

Senado aprova projeto de proteção a dados pessoais

Empresa que não cumprir regras será punida; texto vai para sanção de Temer

O Senado aprovou projeto de lei que implementa sistema que protege dados pessoais no país. O texto cria um marco legal de proteção, tratamento e uso de informações. Como já tinha passado pela Câmara dos Deputados, ele irá para sanção do presidente Michel Temer (MDB).

As regras são para os setores público e privado. Entre as sanções para quem as descumprir estão multa e suspensão do banco de dados.

Banco Central e Fazenda criticaram o dispositivo que diz que o tratamento de dados só poderá ocorrer com o consentimento do titular.

As regras são para os setores público e privado. Entre as sanções para quem as descumprir estão multa e suspensão do banco de dados.

Banco Central e Fazenda criticaram o dispositivo que diz que o tratamento de dados só poderá ocorrer com o consentimento do titular.

As regras são para os setores público e privado. Entre as sanções para quem as descumprir estão multa e suspensão do banco de dados.

Banco Central e Fazenda criticaram o dispositivo que diz que o tratamento de dados só poderá ocorrer com o consentimento do titular.

Análise Thiago L. Sombra
Lei é instrumento que vai colocar Brasil ao lado de países desenvolvidos

copa 2018



Torcedores da França festejam perto do Arco do Triunfo, na av. Champs-Élysées, em Paris, a classificação para a final da Copa do Mundo. **Foto: Getty Images/Contrasto**

França vence Bélgica e chega à 3ª decisão de Copa em 20 anos

A França bateu a Bélgica por 1 a 0, gol de Umtiti, e avançou à final da Copa na Rússia. Pela terceira vez em 20 anos, os franceses estão na decisão — ganharam em 1998 e perderam em 2006. Com a queda da Bélgica, é a primeira vez desde 1986 que o alvo do Brasil fica fora da final. **Copa 2018 p.1**

Ação de resgate de treinador e time é concluída na Tailândia

Uma operação que durou três dias conseguiu resgatar em segurança todos os 23 meninos e seu treinador de futebol que estavam presos em uma caverna na Tailândia há 18 dias. A operação contou com 19 mergulhadores. Ao todo, mil militares participaram do resgate. **Mundo A19**

Jairo Marques

Na caverna, ter alguém lá fora é fundamental

Há momentos em que a própria dedicação é insuportável, que é preciso que alguém deseje algo a mais que boa sorte. **Colômbio B3**

Tostão

A França tem excelentes atacantes, mas a sua força está no setor defensivo

Semifinais

Frância 1 x 0 Bélgica
Inglaterra 2 x 0 Croácia

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje
17°C / 8°C
www.climatempo.com.br

ANO 98 - Nº 32.606
CIRCULAÇÃO: 290.088/344
(Impressos e digitais)
AUDIÊNCIA: 29.349.179
visitantes únicos/mês

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

5 ANOS GARANTIA

1º COLOCADO
CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA



TIGGO 3 FLEX AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

DE 51.990,00
R\$ 59.990,00

60x
R\$ 957,00

TAXA 0%
12 MESES



CADA CHERY
REALIDADE. TECNOLOGIA E BEBIDA

Presidente do STJ nega habeas corpus para Lula

A presidente do Superior Tribunal de Justiça, Laurita Vaz, negou habeas corpus ao ex-presidente Lula e chamou de injusta e terrível a decisão do juiz plantonista do TRF-4 Rogério Faretto de mandar soltar o petista. De acordo com a ministra, a determinação não cabia ao magistrado. **Poder A4**

Elio Gaspari

Cadeia virou lugar seguro para petista

O circo de domingo transformou a cadeia de Curitiba numa câmara de proteção para Lula. Enquanto ele estiver preso, os outros terão a liberdade de fazer besteiras, como o predeceito dos juízes. **Poder A6**

MP do saneamento

deverá ser alvo de ação no Supremo

A medida provisória do saneamento deve ser questionada no STF por associações do setor e agências reguladoras. Um dos pontos de contestação é a transformação da Agência Nacional de Águas em agência de saneamento básico. Pela Constituição, o saneamento é prerrogativa dos municípios. **Mercado A16**

Famílias pobres

podem ter isenção na conta de luz

A Câmara aprovou emenda que dá isenção no pagamento de contas de até 70 kWh por mês, média de consumo das famílias de baixa renda. O texto ainda tem de passar pelo Senado depois de ir para sanção presidencial. **Mercado A11**

Após tarde gelada, São Paulo deve ter mínima de 6°C hoje

Colômbio B2

EDITORIAIS A2

Perto da guerra: Acerca de sanções comerciais de Trump à China.
Gestão espúria: Sobre investigação de propina na pasta do Trabalho.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

QUINTA-FEIRA, 12 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 11H6 • R\$ 4,00

Dodge pede ao STJ inquérito sobre juiz que soltaria Lula

A procuradora geral da República, Raquel Dodge, pediu ao Superior Tribunal de Justiça a abertura de inquérito sobre a conduta do juiz federal Rogério Favreto, do TRF 4, que deu ordem para soltar o ex-presidente Lula (PT).

Laurita Vaz, presidente do STJ, negou 143 pedidos postionizados de habeas corpus para Lula. **redado p.8**



Garotos da Tailândia, Akasorn/PT/18

Trump pede à Otan que dobre meta de gasto com defesa

Mundo 110

GAROTOS FORA DA CAVERNA

Meninos resgatados de uma caverna na Tailândia se recuperam em hospital; eles perderam peso e tiveram de tomar água que pingava da gruta, mas passam bem. **Mundo 112**

Brasil amplia venda de aço para os EUA após novas tarifas

Em junho, primeiro mês de vigência da sobretaxa de 25%, exportação do produto quase triplicou em relação a 2017

As siderúrgicas brasileiras ampliaram as vendas de aço para os EUA em junho, o primeiro mês de vigência da taxa de 25% criada pelo governo Trump a fim de reduzir a importação do produto.

O Brasil se livrou do aumento, mas se comprometeu a limitar as exportações a média dos últimos 3 anos.

Em junho, as vendas de aço para os EUA foram de US\$ 249 milhões, quase o triplo em relação ao mesmo mês de 2017. Na comparação com maio, quando a produção caiu por causa do impacto da paralisação dos caminhoneiros, as exportações subiram 99%, segundo o Ministério da Indústria.

O movimento se deve à recomposição das vendas após um mau início no Brasil, mas tem relação também com a explosão do preço dos produtos siderúrgicos no mercado americano.

Empresário diz que, com a sobretaxa, o aço passou a ser vendido aos EUA por valor 25% maior. **mercado p.1**

copa 2018

Croácia ganha da Inglaterra e jogará final contra França

A Copa do Mundo poderá ter um campeão inédito. A Croácia, que não figurava entre os favoritos antes do Mundial russo, venceu a Inglaterra por 2 a 1, na prorrogação, e será o rival da França no domingo, em Moscou. **Copa 2018 p.1**

Marcelo Franco

A Inglaterra sempre perde porque ninguém crê na vitória ou vice-versa? **p.3**

Jaco Kfourí

No posto mais alto de sua história, os croatas não têm nada a temer? **p.3**

Ativista russa usa caso de assédio brasileiro na Copa para divulgar a impunidade no país

p.4



Com punhos cerrados, o atacante croata Mandzukic comemora seu gol, que deu a vitória sobre a Inglaterra, de virada, na semifinal em Moscou. **Carl Heine/Reuters**

Turismo D1

Fazendas de cacau em Ilhéus abrem portas para visitas

Ilustrada C1

Estreia em São Paulo montagem nacional do prêmio 'Agosto'



ANO 98 - Nº 32.607

CIRCULAÇÃO: 296.779/51A (Impressão + digital)

AUDIÊNCIA: 29.249.179 visitantes únicos/mês



CADA CHERY

A MONTADORA QUE MAIS CRESCEREMOS EM 2018.

1º COLOCADO

CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO FLEX 2019 AUTOMÁTICO

A ESCOLHA INTELIGENTE

VELA NA PÃO 0

ANUIDADE

R\$59.990,00

QUANTIDADE

60x

RESCISÃO

12

TELA

0%

A GARANTIA DE 3 ANOS INCLUI MANUTENÇÃO CORRETIVA, CUSTO ZERO.

CADA CHERY

QUALIDADE, TECNOLOGIA E SERVIDO.

Senado aprova frete e anistia multas da greve de caminhões

Foi aprovada a medida provisória que estabelece preço mínimo para o frete. A proposta, que segue para sanção presidencial, inclui a anistia de multas aos caminhoneiros durante paralisação. **mercado p.8**

Lei de Diretrizes Orçamentárias prevê reajuste a servidores em 2019

Mercado p.8

EDITORIAIS A2

Dados sob proteção
Sobre regras para o uso de informações pessoais.

Mais 3,6 bilhões
Acerca de projeções para a população global em 2100.

FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SEXTA-FEIRA, 13 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 08h30 • R\$ 4,00

Em 2019, novo governo deve ter R\$ 68 bi de despesa extra

O próximo presidente da República deve ter em seu primeiro ano uma conta extra de R\$ 68 bilhões, resultado de projetos no Congresso que implicam queda na arrecadação de impostos e medidas de contenção de gastos que o governo não conseguiu aprovar. A União já gastou todos os anos R\$ 15 bilhões com o funcionamento da máquina pública. **Marcelo Azeiteiro**

Processos em que Lula é ou foi réu

- 1 Triplex de Guarujá (SP) (condenado)
- 2 Compra de silêncio de Cervero (absolvido)
- 3 Reforma de vilão em Atibaia (SP)
- 4 Compra de terreno para o ministro Lula em Angola
- 5 Contratos da Odebrecht em Angola
- 6 Benefício a empresas em compra de caças
- 7 Favorecimento a empresas em medida provisória

Juiz absolve Lula em caso de obstrução da Justiça

Banqueiro André Esteves, ex-senador e pecuarista também foram inocentados

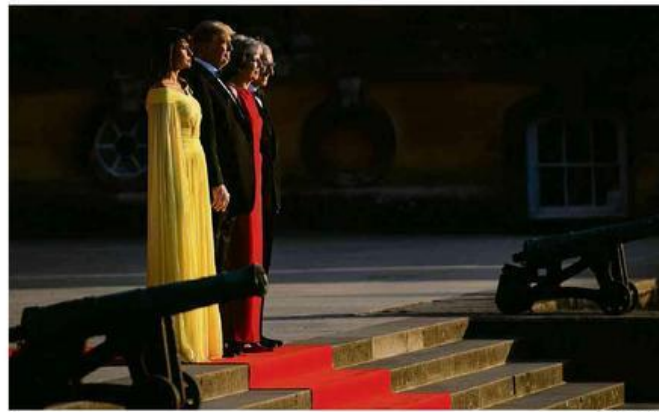
O ex presidente Lula foi absolvido da acusação de obstruir investigações da Lava Jato. A decisão do juiz Ricardo Leite, da 2ª Vara Federal de Brasília, baseou-se principalmente em falta de provas. É a primeira vez que o peita é isentado em ação penal vinculada à operação.

Outras seis pessoas foram absolvidas no processo, entre elas o banqueiro André Esteves, o ex-senador Delcídio Almeida (sem partido) e o pecuarista José Carlos Bumbali. Todos eram acusados de tentar comprar o silêncio do ex-diretor interacional da Petrobras Nestor Cervero.

A investigação partiu de gravação feita em 2015 por Bernardo Cervero, filho do ex-diretor, de uma conversa em que Delcídio prometia fugir e R\$ 50 mil mensais a Nestor, que já estava preso na ocasião e cogitava declarar o que sabia sobre o esquema de corrupção na estatal.

O Ministério Público informou que vai recorrer da decisão, mas avalia-se conseguirá todos os pedidos que não foram atendidos pelo juiz ou apenas parte deles. **Pedro A.**

ANÁLISE Rubens Valente
Absolvição de peita expõe investigação descuidada



EM MEIO A TENSÃO E PROTESTOS, TRUMP FAZ SUA PRIMEIRA VISITA AO REINO UNIDO

O presidente Donald Trump com a esposa, Melania Trump (esq.), a premiê britânica, Theresa May, e o marido dela, Philip, no Palácio de Blenheim, em Londres; em entrevista, o americano criticou a negociação de May para o 'brexit' e demonstrou mágoa com seu boneco inflável gigante sobrevoando a cidade. **Mundo A11**

ENTREVISTA Geraldo Alckmin

Se depender de mim, estaremos juntos com o DEM

O pre-candidato do PSDB à Presidência diz estar trabalhando para compor aliança com o partido que briga com Ciro Gomes (PDT). Com 7% das intenções de voto no Datafolha, o cacique afirma que as pesquisas vão virar. Ele defende as investigações sobre o caso do ex-SP e diz ser "vida limpa". **Pedro A.**

ENTREVISTA Fernando Collor

O poder é cruel com quem não sabe exercê-lo, e eu não soube

Pedro A.

Impeachment de Crivella é rejeitado pela Câmara do Rio

A Câmara Municipal do Rio rejeitou dois pedidos de abertura de processo de impeachment contra o prefeito Marcelo Crivella (PRB), acusado de privilegiar evangélicos em sua administração. Ele ainda terá de responder por supostamente ter a laicidade do Estado em ação do Ministério Público. **Pedro A.**

copa 2018 4 Finalista, Croácia concentra legado da extinta Iugoslávia

A Croácia tentará na final da Copa na Rússia, na domingo contra a França, obter a glória esportiva que lhe falta. Um dos seis países oriundos do ciclo da Iugoslávia, ela é a principal potência do balcão no esporte, como mostra o número de medalhas olímpicas conquistadas. **Copa 2018 p.3**

Igor Giclov

É tão bonito quanto Jalsu a França exaltar sua face multiétnica

Copa 2018 p.3

Ilustrada C1

Após 17 anos de liderança, HBO fica atrás da Netflix em indicações ao Emmy

Ilustrada C1

ANÁLISE Luciana Coelho

'Era de ouro da TV' pode estar no limite

Ilustrada C1

Guia p.6

Em clima de Copa, conheça 28 lugares com campos de futebol pela cidade

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.608

CIRCULAÇÃO: 104.968/DIA (Impressão + digital)
AUDIÊNCIA: 29.348.878 visitantes únicos/mês

9 171714-57259

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

1º COLOCADO
DESEJO CONSUMIDOR "O MELHOR SUV"
CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO 2 FLEX AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEJA NA PÁG. 5
EMPRESA R\$59.990,00
60% FINANCIAMENTO
TAXA 12% ANUAL
0% TAC

CADA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

Nova Previdência em SP empaca e preocupa Covas

Cotidiano B1

Pesquisa aponta casos de assédio no Banco Mundial

Uma entre quatro funcionárias do Banco Mundial que responderam a enquete diz ter sofrido assédio sexual na instituição. Foram ouvidos 5.056 colaboradores (homens e mulheres) do banco, no qual trabalham 24 mil. **Mundo A10**

EDITORIAIS A2

Pilhaquem do erário
Sobre projetos que ameaçam o Orçamento federal.
Um aliado incômodo
Acerca de atuação de Trump na cúpula da Otan.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRÍAS FILHO

SÁBADO, 14 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 05:52 • R\$ 4,00

Empresários temem ano perdido após caminhoneiros

Como consequência da paralisação dos caminhoneiros, em maio, empresários temem que 2018 esteja perdida. Ditos de restaurantes, atacadistas, varelistas e indústria já revertem suas projeções para o ano. Argumentam que parte das perdas registradas depois da paralisação é irreversível. Para eles, os estragos causados sobre a confiança de empresários e consumidores deverão ser mais duradouros do que o previsto. **Moisés Paes**



'BEBÊ TRUMP' APARECE EM LONDRES Boneco inflável gigante, exibido próximo ao Parlamento, em crítica à visita do presidente dos EUA ao Reino Unido; ele se encontrou ontem com a rainha Elizabeth 2ª. **Miguel Aze**

Ministério fraudou parecer para atender Marun, segundo PF

Investigação aponta que ministro solicitava facilidades para sindicatos de Mato Grosso do Sul em troca de apoio político

Relatório da Polícia Federal diz que integrantes do Ministério do Trabalho atreperavam exigências legais e fabricavam pareceres fraudulentos para atender a pedidos do ministro Carlos Marun (Secretaria de Governo).

De acordo com a investigação da PF, o ministro solicitava facilidades para sindicatos de Mato Grosso do Sul, possivelmente em troca de apoio político ao estado, que é seu reduto eleitoral, informa **Fábio Fabríni**.

As demandas estão registradas em mensagens de maio. Marun disse que os casos citados são encaminhamentos rotineiros de demandas recebidas. 'Não houve qualquer tipo de contrapartida', afirmou. **Paulo Ag**

copa 2018



VOLANTE POGBA ABANDONA O LADO MOLEQUE E VIRA LÍDER DA FINALISTA FRANÇA

O jogador, durante entrevista em Moscou, com fama de brincalhão, ele passou a dar bronca nos colegas da seleção, que pega a Croácia amanhã **Copas 2018 p.4**

ANÁLISE Mathias Alencastro Em 20 anos França troca de mito, para o do bom migrante

Esse jovem time finalista é a cara da França idealizada pelo presidente Macron. Os atletas bem comportados são alçados a modelos. Em 20 anos, a França passou do mito do triunfo do multiculturalismo ao mito do bom migrante. **Copas 2018 p.4**

Ricardo A. Pereira É deprimente ganhar o jogo do terceiro lugar, o 3º e o 2º dos segundos p.3

Lulic Macedo Mesmo já tendo vivido 11 edições, para mim a primeira Copa foi esta p.3

Final
 França vs Croácia

Semi
 França vs Inglaterra

Saúde B7
 Indústria pressiona e propõe novo alerta para sal, açúcar e gordura em rótulos

Ilustrada C1
 Produtora fala sobre as três décadas em que trabalhou com Ingmar Bergman

Sobre tudo D1
 Como evitar multas e outras punições no trabalho, no trânsito e no condomínio

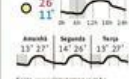
França força Covas a mudar concessão do parque Ibirapuera

O governador Marcio França (PSB) pediu ao prefeito Bruno Covas (PSDB) que suspenda a concessão à iniciativa privada do parque Ibirapuera, que inclui terrenos do estado. Convencido, anunciou a retirada da área estadual e realocação de parques na periferia dos quais a empresa vencedora cuidará. **Cadêano B4**

EDITORIAIS A2 Modelo de risco Acerca de proposta do governo para o saneamento.

Crivella na berlinda Sobre votação de impeachment do prefeito do Rio.

ATMOSFERA B2



CADA CHERY
 A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

1º COLOCADO
 NO CONSUMO DE 1.000 CARROS POR DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO 3 2019 FLEX AUTOMÁTICO
 A ESCOLHA INTELIGENTE

SEJA MEU CHEF E GANHE R\$59.990,00

60x 12 parcelas 0% TAXA

QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

ANO 98 - Nº 32.609
 CIRCULAÇÃO: 124.093 (DIA)
 (Empresas + digitais)
 AUDIÊNCIA: 29.349.179
 visitantes únicos/mês



FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DOMINGO, 15 DE JULHO DE 2018

Edição SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 22H24 • R\$ 6,00

WWW.KALUNGA.COM +180lojas

EcoTank® L4150
WIRELESS | IMPRIME | COPIA | DIGITALIZA

LIVRE-SE DOS CARTUCHOS

Na Kalunga você encontra o tanque de tinta que mais se adapta à sua necessidade.

IMPRIME ATÉ **7.500** páginas em preto ou 6.000 páginas coloridas

R\$ 1.079,10
10% de desconto em 12 parcelas de R\$ 93,26

EcoTank® L4160
WIRELESS | IMPRIME | COPIA | DIGITALIZA

R\$ 1.287,08
10% de desconto em 12 parcelas de R\$ 107,26

EcoTank® L6171
WIRELESS | IMPRIME | COPIA | DIGITALIZA | ETHERNET

R\$ 2.249,10
10% de desconto em 12 parcelas de R\$ 187,43

www.kalunga.com

EMPRESAS 11 2347-7000 0800-095556

Não abrimos embalagens. Ofertas válidas até 22.7.2018 ou enquanto durarem nossos estoques.



BIXIGA 70 É NOME FORTE DA MPB
(a banda apresenta 'Quebra Cabeça', que explora sons brasileiros, latinos e africanos)

ntes se perpetuam tidades do patronato

olha mostra sistema envelhecido e com suspeita de desvios

Por duas semanas, a reportagem da Folha escrutinou as confederações e federações de agricultura, indústria, comércio e transportes do país. Das 114 entidades existentes, conseguiu coletar informações de 99. Dessas, 41 têm presidentes com mais de oito anos no cargo.

Dentre eles, 17 comandam as entidades há mais de duas décadas. O recordista, Fábio de Salles Meirelles, da Federação da Agricultura de São Paulo, ocupa o cargo há 43 anos. Pelo menos nove dirigentes e ex-dirigentes de entidades são suspeitos de corrupção e de outros crimes.

Entre as razões para o apego dos presidentes estão o volume de recursos movimentado pelo Sistema S (Senac e Senai, entre outros), que recebeu R\$ 16,4 bilhões em 2017, e a falta de disposição das multinacionais para assumir o comando das entidades. *Marcelo P.*

Veja mitos e verdades no debate dos agrotóxicos

A discussão sobre o projeto que facilita a liberação de agrotóxicos acirrou ânimos de ambientalistas e ruralistas. Os primeiros afirmam que a aprovação trará riscos à saúde e ao ambiente.

Para os segundos, ela ajudará o país a manter a produtividade do campo. Em meio à guerra de versões, a Folha traz a palavra da ciência e dos cientistas a respeito do assunto. *Cláudia B. e R7*

'PT pode considerar nome de Ciro', diz governador de MG

Cercado por crise, Fernando Pimentel (PT) aposta na vitória de presidencial de esquerda para melhorar a situação de MG. Sem Laíla, avalia que o PT pode apoiar Ciro Gomes (PDT). *Podex AS*

CRESCER EM 2018.

1º COLOCADO em vendas de SUVs **CAR-DRIVER**

RECOMPRA GARANTIDA

Ilustríssima p.4
Antonio Candido, 100
No centenário de um dos maiores intelectuais do país, morto em 2012, a Folha visitou Bofete (SP), onde o então jovem pesquisador fez estudos para o doutorado. A vida cotidiana descrita em livro já não existe.

Ilustrada C4
Disfarçado de stand-up, monólogo 'Nanette', na Netflix, constrange e comove

São Paulo p.30
Produtos de moda e decoração têm até 70% de desconto em liquidação de inverno

60x 0,27% TELA 12 INCHES 0% FINANCIAMENTO

CADA CHEVY
SPECIAL, TRONCO E MOTO

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ UN JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SEGUNDA-FEIRA, 16 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 08H1 • R\$ 4,00



Potência

França ganha o bi mundial, consagra geração jovem e se firma entre as grandes seleções

Kylian Mbappé, 19, jogador mais novo a marcar numa final desde Pelé em 1958 e eleito o melhor jovem da Copa, festeja sob chuva na Rússia. *Arquivo: Hugo Charry/Imagem*

copa 2018

Na final de Copa com mais gols desde 1966, a França derrotou a Croácia por 4 a 2 e se consolidou entre as grandes forças do futebol. Bicampeão, o país igualou-se a Argentina e Uruguai. Com 12 conquistas, a Europa ampliou a vantagem sobre a América do Sul, que soma 9 taças. Foi a vitória de uma equipe jovem — com média de 26 anos, era a segunda mais nova da Copa. Mbappé, Griezmann e Pogba foram os destaques da seleção campeã. A Fifa deu ao croata Luka Modric o prêmio de melhor jogador da competição. *Maior novata do Mundial, o VAR (árbitro de vídeo) teve protagonismo na final, ajudando a marcar um pênalti para a França. O jogo teve ainda invasão de campo do grupo punk Pussy Riot, em protesto contra o presidente russo, Vladimir Putin. [copa2018.p1](#)*



O presidente francês, Emmanuel Macron, comemora no estádio Lujniki, em Moscou

Tostão

Não é apenas um craque que ganhou um título mundial. São vários [p.3](#)

Juca Kfourj

Campeão entra no rol das grandes escolas do futebol mundial [p.3](#)

PVC

Jogo salvou o VAR, que deve continuar e ser aprimorado [p.3](#)

Ricardo A. Pereira

A França é o melhor do mundo e o segundo melhor da Europa [p.3](#)

Multidão lota ruas de Paris em festa do bi

A liberdade e a paz. A população tomou a Champs-Élysées e parece não haver fim de torcedores saindo para as ruas, cantando e bebendo, relata o enviado Ivan Finotti. [p.8](#)

Mortalidade infantil tem 1º aumento desde 1990

Houve piora de 5% no cômputo mais recente; retrocesso está ligado a zika e crise econômica, segundo governo



O Brasil contabilizou em 2016 o primeiro aumento da taxa de mortalidade infantil desde 1990, segundo dados do Ministério da Saúde. Houve 14 mortes de crianças a cada mil nascimentos, alta próxima de 5% sobre o ano anterior. Entre as causas para o retrocesso, na avaliação da pasta, estão a epidemia do vírus da zika e a recessão econômica. A primeira, por causar queda de nascimentos e mais mortes por malformações graves. A segunda estaria ligada a óbitos evitáveis, causados por diarreias e pneumonias, que sofrem influência da perda de renda. Desde os anos 1990, a taxa vinha caindo em média 4,9% ao ano. *Continuação*

EDITORIAIS A2

Corda esticada

Acerca de estratégia eleitoral do PT em torno de Lula.

Tensão elétrica

Sobre obstáculos à privatização no setor de energia.

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje



Fonte: [www.climatempo.com.br](#)

ANO 98 - Nº 32.611

CIRCULAÇÃO: 304.918

(Impresso + digital)

AUDIÊNCIA: 29.349.179

visitantes únicos/mês

ISSN 0108-218X

9 797071 722229

CAOA CHERY

A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

1º COLOCADO TESTE COMPARATIVO "O PRIMEIRO DO CAR-DRIVER"

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO 2 2019 FLEX AUTOMÁTICO

TESTE NA PRÉ-1 ANTES DE R\$59.990,00

60x 12 0% TAXA

A ESCOLHA INTELIGENTE

QUALIDADE, TECNOLOGIA E BEZELER

ENTREVISTA DA 2ª

Mike Godwin

Comparação com Hitler não deve ser feita levemente

Criador da lei de Godwin, segundo o qual longos debates desembocam em citações ao nazismo, crítica paralela feita levemente. Mas diz que ela não impede comparações envolvendo Donald Trump. [A2](#)

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 17 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA A.D.H. • R\$ 4,00



O presidente americano, Donald Trump, recebe uma bola da Copa do presidente russo, Vladimir Putin, durante entrevista coletiva após encontro em Helsinque, na Finlândia. *Foto: L. Lempere/Reuters*

Geração de empregos deve atingir só 20% do previsto

Após a desaceleração da criação de empregos, iniciada em março, o país pode terminar o ano com um saldo líquido de 220 mil vagas com carteira assinada. Esse número é cerca de 20% do previsto no começo do ano de 2018.

Como foram perdidos 3 milhões de postos formais durante a crise, no ritmo anual, o mercado de trabalho levaria dez anos para se recompor. *Mercado A12*

Cármen suspende cobrança por plano de 40% da consulta

A presidente do Supremo Tribunal Federal, ministra Cármen Lúcia, suspendeu liminarmente resolução da Agência Nacional de Saúde Suplementar. A norma permitia que operadoras de planos de saúde cobrassem de usuários até 40% do valor dos atendimentos. *Justiça A12*



Fila em feira de empregos em SP ontem. *Danilo Siqueira/Photopost*

Trump contesta investigação e nega interferência russa

Em encontro com Putin, americano adota tom amigável e não questiona negativa sobre ação nas eleições dos EUA

Após trocar emprovações, os presidentes dos EUA, Donald Trump, e da Rússia, Vladimir Putin, se encontraram ontem na Finlândia.

Na capital, classificada por eles como importante passo para melhorar a relação, a dupla aproveitou para negar interferência russa nas eleições americanas de 2016, vencidas pelo republicano.

"Devemos nos guiar por fatos, não rumores", disse Putin. Segundo Trump, o presidente russo deu "poderosa negativa" à acusação de não haver motivos para duvidar dele. Poucos dias antes, o Departamento de Justiça havia denunciado agentes de inteligência da Rússia no caso. O tom amigável repercutiu mal nos Estados Unidos.

"Essa foi uma das performances mais vergonhosas de um presidente americano na história", declarou o senador John McCain, desfilado do Partido Republicano. Em uma rara nota, o chefe da inteligência nacional dos EUA, Dan Coats, reafirmou as conclusões sobre a interferência do Kremlin na disputa de 2016. *Mundo A8*

EUA e China vão à OMC contra tarifas

Os EUA ingressaram com uma reclamação contra China, União Europeia, Canadá, México e Turquia na Organização Mundial do Comércio.

Após taxarem US\$ 100 bilhões em importações, os americanos protestam contra sobretaxas retaliatórias aplicadas a seus produtos.

Também ontem a China acionou a OMC, contra a ameaça de novos US\$ 200 bilhões em tarifas impostas pelos EUA. *Mercado A12*

Turista morre após acidente no Beach Park, em Fortaleza

Crédito: B1

Qatar conservador não evitará festa na Copa, diz dirigente

Esporte B6

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.612
CIRCULAÇÃO 385.593/014 (Impressos + digitais)
AUDIÊNCIA 29.349.179 (Impressos, digitais, TV)



PCJ, conduziu ações em prisões com bloqueador
Chefes da facção fizeram ligações de prisões que têm bloqueador de celular, em SP-MS. O governo pedirá diz investigar o caso. O de MS, ter intensificado a violência nas celas. *Crédito: B1*

Vera Iaconelli
Faltam dicas para o ato de amamentar
Amamentar envolve dicas simples, imprescindíveis, cuja falta tem impactos e bebês em sérios apuros físicos e psíquicos. *Crédito: B1*

EDITORIAIS A2
Sincera patronal
Sobre distorções em entidades do empresariado.
América em qual lugar?
Acerra de encontro bilateral entre Trump e Putin.

INFORME PUBLICITÁRIO

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

QUARTA-FEIRA, 18 DE JULHO DE 2018

R\$ 4,00

África do Sul liberta Nelson Mandela

Receita e PF vão fiscalizar alta de preços

A Polícia e a Receita Federal vão subsidiar a Sisaib na fiscalização de preços. O presidente Sarney deve assinar até o final da semana medida provisória prevista aplicação de multa entre 200 e 500 mil BTN (R\$ 4,5 mil e R\$ 45 mil) aos infratores. A Receita usará informações dos impostos e poderá fazer discussões fiscais. A medida é a última carta de Sarney para conter a inflação. **PAG. B-1**

Supermercados de SP aceleram as remarcações

Os supermercados e hipermercados da cidade de São Paulo aceleraram as remarcações de preços na semana passada. Os supermercados passaram a cobrar 12% a mais em média pelos seus produtos e os hipermercados registaram em 17%, conforme pesquisa realizada pela DataFolha. As remarcações superaram a média das duas últimas de janeiro (que incluíam 21%). **PAG. B-4**

Opinião da Folha

Uma vez pag. A-5 no caderno "Mundo".

"Saúde" mostra melhor maneira de se barbear

A mídia nos diz que se alisar a cabeça é o melhor jeito de se barbear. Mas não é. O melhor jeito é se barbear com uma lâmina elétrica e limpa de barba e cabelo. **PAG. C-4**

Tobacocalvados agora é on EUA nos 60, diz Havel

O presidente da Tchecoslováquia, Václav Havel, lembrou de seu exílio nos EUA, no início dos 60, e a maneira de se barbear. **PAG. C-1**

Vejo íntegro do discurso de Gorbachev no Pcus

A Folha publicou um resumo do discurso de Mikhail Gorbachev em que explicou a fim do monopólio do Partido Comunista na URSS. **PAG. A-39**

Menino do ácido ataca outra jovem na cidade

Mais uma estudante de uma escola (Gleba) sofreu de ácido, 15, no distrito de Vila Rica, no bairro de Vila Rica. O menino do ácido ataca outra jovem na cidade. **PAG. A-39**



Nelson Mandela fará cem anos hoje. Livro traz cartas escritas durante os 27 anos em que esteve preso.

JARNE SPITZCOVSKY
Internacional e Ciências Sociais

O mais famoso preso político do mundo está livre. Depois de 27 anos de cárcere, Robbenla Nelson Mandela, 71, nasceu em 18 de julho de 1918 (18 de julho de 1918) o nome de privação de liberdade de Victor Verster, a montanha de Cidade do Cabo, África do Sul, ao lado de sua mulher, Winnie. A libertação causou euforia e celebração. Ele é o principal líder da luta contra o apartheid, regime de segregação racial que a maioria branca impôs à maioria negra no país. Centenas de pessoas morreram e centenas ficaram feridas durante as comemorações.

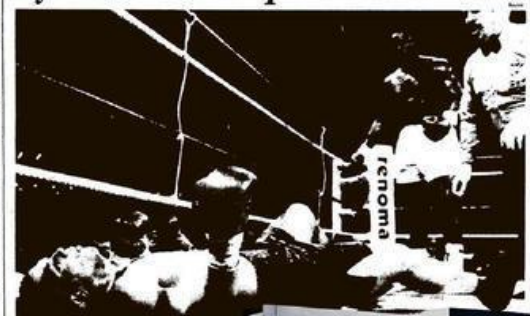
Combinado a prisão perpétua por tração e subversão, Mandela viveu sob condições inhumanas de defesa dos direitos humanos. Ele foi torturado como parte das negociações iniciadas pelo presidente Frederik de Klerk, que tomou posse em setembro passado.

Em discurso, Mandela fez uma ameaça: "Os fatos que nos obrigaram a fazer pela luta armada ainda existem hoje. Não nos resta outra opção senão continuar nossa luta". **PAG. Especial 1**

Pais e seu líder negro têm caderno especial

A Folha publica hoje o caderno especial África do Sul, com a história do país e do regime racista do apartheid, a luta contra esse regime e a vida de Mandela. **PAGs. Especial 1 a 8**

Tyson cai mas quer anular luta



O pugilista Mike Tyson caiu no segundo round e quer anular a luta. **GENEIRO K. YOSHIDA** / A Folha em 18 julho: profeta Agô e o combate. Duração: 10 minutos.

Acaba volta ao mundo em 19 dias de Collor

O presidente eleito, Fernando Collor, encerra hoje sua viagem de 19 dias ao exterior. Ele será recebido em aeroporto pelo ex-juiz Carlos, ex-Deputado. Terá encontro também com José Maria Durães, presidente da Confederação Espanhola das Organizações Esportivas. Embora para o Brasil as 22h59 (19h59 de Brasília). **PAGs. A-5 e A-6**

CMTC fez uso de verbas em curso político

A Companhia Municipal de Transportes Coletivos (CMTC) usou verbas em curso político. **PAG. A-39**

LANÇAMENTO MUNDIAL

CARTAS DA PRISÃO DE NELSON MANDELA

Um tributo à liberdade

27 anos de prisão em 250 cartas extraordinárias

Já nas livrarias todavialivros.com.br

todavia

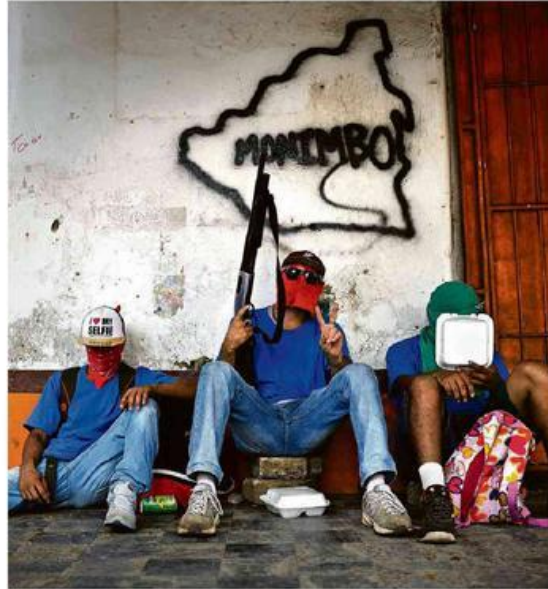
FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

QUINTA-FEIRA, 19 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 08H5 • R\$ 4,00



Após confrontos com manifestantes antigoverno, paramilitares descansam na cidade de Masaya, na Nicarágua. *Marcelo Ferraz/Reuters*

Nicaraguenses relatam torturas e desaparecimentos

Um dia após ofensiva do governo Daniel Ortega, moradores de Masaya, bastião opositor, relataram torturas e sumiço de parentes, informa Fabia no Maisonnave. Segundo CNI, ao menos nove foram retidos ontem. *Maisão A2*

Matias Spektor: Brasil não funciona mais como âncora da estabilidade

A norma democrática está rachada e conflitos pipocam por toda a vizinhança, como na Nicarágua, mas o Brasil não mais funciona como âncora da estabilidade regional. *Opinião A2*

Saúde B6

Produto usado por Dr. Bumbum não deveria ter finalidade estética

Ilustrada C1

Wes Anderson lança a politizada animação 'Isla dos Cachorros'

ANO 98 - Nº 32.614
CIRCULAÇÃO: 296.779/704
(Impressos + digitais)
ABONAMENTOS: 29.249/179
visitantes anônimos/incluídos

ISSN 0046-0201
12 2 14
F 077476732058

Indústria não teme Bolsonaro, afirma CNI

Para Robson de Andrade, que comanda a entidade, empresários querem um presidente que faça país se desenvolver

O presidente da Confederação Nacional da Indústria, Robson de Andrade, disse que empresários não temem vitória de Jair Bolsonaro (PSL) ou de qualquer outro candidato. "Queremos um presidente que faça o Brasil se desenvolver". A simpatia ficou evidente em evento da CNI há 15 dias, com seguídas salvas de palmas ao capitão reformado. Na ocasião, seis pré-candidatos falaram membros de federações. O tucano Geraldo Alckmin também foi aplaudido. Ciro Gomes (PDT) recebeu vaias.

Para dirigentes, a reação reflete o ânimo de empresários. "Ele diz aquilo que nós estamos todos os dias", disse Carlos Trombini, presidente de sindicato da refrigeração e aquecimento. Já Adalberto de Oliveira, da Federação de Indústrias do Acre, mostra cautela. "Ele falou que ninguém é obrigado a saber de tudo. Me preocupa. Busco quem conheça as instituições". *Poder A4*

General recusa vaga para ser vice do presidencial após partido se opor A4

Problema do pré-candidato do PSL é civilizatório, diz Lafer Piva

Para o ex-presidente da Fiesp Horácio Lafer Piva, o problema de Jair Bolsonaro (PSL), pré-candidato à Presidência, não é econômico, mas civilizatório. "O Brasil retrocederia e voltaria a discutir temas como gênero, segurança". O empresário disse também, em entrevista, expandir-se com o domínio do centro na cena política. *Poder A4*

União Europeia aplica multa de € 4,3 bi ao Google

A União Europeia aplicou multa recorde de € 4,3 bilhões (R\$ 59 bi) à gigante de tecnologia americana Google. A empresa é acusada de forçar fabricantes de celulares a instalar seus serviços e aplicativos. O dinheiro será distribuído entre os países que integram o bloco. *Mercedo A3F*

Lula

Querem me derrotar? Que o façam nas urnas

Estou preso há mais de cem dias. Os que não querem que eu fale, o que temem? Não querem que eu discuta soluções para o país? Querem me derrotar? Façam isso nas urnas. *Opinião A3*

Lafer Piva fala do PSL e ex-presidente CNI em 2018



MENINOS TENTARAM CAVAR TÚNEL PARA SAIR DE CAVERNA

Time resgatado na Tailândia joga futebol em Chiang Rai, garotos disseram ter começado a cavar um túnel, que chegou a quatro metros, e bebiam água "para encher a barriga". *Humor A3B*

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

1º COLOCADO
TESTE COMPARATIVO "O PRIMEIRO DA CAR-DRIVER"

RECOMPRA GARANTIDA
FORMULAÇÃO COMERCIAL

TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEJA NA PÁG. 9
A PARTIR DE
R\$59.990,00

DISEÑO 60x
12 ANOS

TAXA 0%

CADA CHERY
CUIDADOS, TECNOLOGIA E DESIGN

TSE nega pedido para tornar petista inelegível desde já

Rosa Weber, do Tribunal Superior Eleitoral, negou pedido do Movimento Brasil Livre para declarar Lula inelegível já. Segundo a ministra, o pedido nem poderia ser analisado, pois o ex-presidente não é oficialmente candidato. *Poder A9*

EDITORIAIS A2

Escolada autoritária
Sobre repressão violenta a protestos na Nicarágua.

Agruras cambiais
Acerca de impactos da alta do dólar sobre a indústria.

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje
28°
13°
de 07:15 às 18:30h
Fonte: www.climatempo.com.br

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SEXTA-FEIRA, 20 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 08h06 • R\$ 4,00



'TRISAL' DEIXA O BRASIL DEPOIS DE DECISÃO DA JUSTIÇA
Rafael (esq.), Luiza Carlos e Kelly, com Maria Luiza, filha do casal de três, após terem pedido de união estável negado pelo Conselho Nacional de Justiça, eles foram para o Uruguai. **Carla Lemos/96**

Centrão decide dar apoio a Alckmin na eleição presidencial

Aliança, que precisa ser formalizada, dará ao pré-candidato tucano quase 40% de todo o tempo de TV na campanha

Líderes de partidos do chamado centrão afirmaram ontem ter chegado a um acordo com o pré-candidato à Presidência Geraldo Alckmin (PSDB) para apoiar-lo na disputa eleitoral deste ano. As siglas que formam o bloco (DEM, PP, Solidariedade, PSC e PRB) ainda precisam validar internamente a decisão para que a aliança seja anunciada oficialmente. Alckmin deve aceitar o empresário José Alencar (PR-MG) para ser seu vice.

O acordo dará ao tucano capilaridade política e maior tempo de aparição na TV. Com o apoio do centrão, Alckmin, que tinha 1 minuto e 18 segundos na programação eleitoral, somará 4 minutos e meio, quase 40% de toda a fatia da disputa. Adversário histórico do PSDB, o PT, ainda sem alianças, tem 1 minuto e 34 segundos. O ex-governador paulista preferiu manter a causa. Lá, disse, via assessoria, que nada havia sido definido.

Uma das principais resistências ao acordo viria do presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ). Ele foi convencido a desistir do apoio a Ciro Gomes pelo desentendimento e pela incompatibilidade ideológica do pedetista, especialmente após conversa entre economistas dos dois grupos. Em sua terceira campanha presidencial, Ciro oficializou a aliança sexta (16), em Brasília, sua candidatura ao Palácio do Planalto. **Podar/Agf 36**

Juizes vão ter de explicar polémica sobre soltar Lula

Os magistrados Rogério Faverio e João Gebran Neto, do TRF-4, e Sérgio Moro terão de explicar ao Conselho Nacional de Justiça a governa de decisões tomadas no dia 8 deste mês em torno do habeas corpus ao ex-presidente Lula. **Podar/Agf**

PAINEL Acordo pode dar a bloco um poder de tutela inédito

Se confirmado o acordo, o centrão manterá o comando da Câmara. No desenho atual, indicaria ainda o vice de Geraldo Alckmin e elegeria o novo presidente do Senado. **Podar/Agf**

Bruno Boghossian Etapa turbulenta deixará sequelas na campanha de Ciro

A etapa de negociações partidárias para a eleição deixará sequelas na campanha de Ciro Gomes. Seu contorcimento para se adequar à pauta do centrão fracassou. **Opinião/Agf**

Gov. critica método da ANS para reajuste de planos de saúde

O reajuste dos planos de saúde de 8 milhões de pessoas é calculado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar com metodologia falha, diz o Ministério da Fazenda.

O aumento anual de 17% proposto pela agência reguladora atingiu clientes de planos individuais ou familiares com contratos a partir de 1999 — 17% do mercado.

Entre os erros, a pasta aponta o fato de não se levar em conta no reajuste o custo real dos serviços. A ANS diz que discutirá o método publicamente. **Carla Lemos/96**

Comida p.1 Grupos e entidades querem expandir o mercado de orgânicos

Guia p.6 Antes proibidas, guloseimas invadem as salas de teatro

Esporte B8 Alisson custa R\$ 323 mi e se torna goleiro mais caro da história

O ASSUNTO É LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Laura Scherret Mendes e Danilo Doneda
Eventual veto ameaçará o equilíbrio alcançado

Claudio Weber Ahrmann
Omissão sobre números cadastrais preocupa
Opinião A3

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje
30°
14°
De: 11h 12h 13h 14h 24h

ANO 98 - Nº 32.615

CIRCULAÇÃO: 304.968/DIA
(Impresso + Digital)
AUDIÊNCIA: 39.349.979
visitantes únicos/mês

ISSN 0045-9867
F 771147172368

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

5
ANOS GARANTIA

1º COLOCADO
TESTE COMPARADO "O PRINCIPAL SÍTIO"
CAR-DRIVER



TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VELLO NO PÃO 5 ANOS DE GARANTIA

R\$59.990,00

SELECIONE 60x

TEIXA 12 0%

RECOMPRA GARANTIDA
CONSULTE CONDIÇÕES

CADA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

Cidades com baixa vacinação culpam sistema federal

Municípios com baixo nível de cobertura vacinal infantil — grupo composto por 7 em cada 4 do país — afirmam que o índice é culpa do sistema de dados. O governo federal reconhece possíveis erros. **Carla Lemos/96**

Dr. Bumbum e sua mãe são presos após morte de paciente

Saúde B7

EDITORIAIS A2

Bolsonaro e a CNI
Sobre simpatia de industriais ao presidencialismo

Intervenção frustrada
Accusa de parcos resultados da ação federal no RS.

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SÁBADO, 21 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H59 • R\$ 4,00

Novos aliados de Alckmin são alvo de inquéritos

O presidente do Geraldo Alckmin (PSDB) fechou acordo com líderes partidários que têm ao menos 13 inquéritos criminais por suposto envolvimento em corrupção, lavagem de dinheiro e outros crimes. Para comodidade à aliança nacional, PSDB e centário terão de se acertar em estado nos quais há confronto de candidaturas. Poder A6



Ciro Gomes na convenção do PDT. (Foto: Henrique Nogueira)

Ciro acena à esquerda ao se lançar candidato ao Planalto

Pedetista busca atrair PSB, PC do B e empresariado e diz que nunca quis ser 'anjo'

No lançamento de sua candidatura à Presidência, ontem, em Brasília, Ciro Gomes (PDT) fez um discurso com acentos ao empresariado e principalmente aos partidos de esquerda. Ele buscou romper o isolamento em que esteve nos últimos dias.

Rechaçado por empresários e com dificuldades para fechar alianças, Ciro convocou "todas as forças políticas que tenham espírito público" para mudar o Brasil. Mirou PSB e PC do B. Na véspera, o centário optara por Geraldo Alckmin (PSDB).

Se não conseguir alianças, Ciro terá só 33 segundos na TV no período de campanha. O pedetista disse que as mudanças no país não serão feitas só pela classe trabalhadora, mas também por quem está na indústria, na produção e no comércio.

Criticado pelo estilo verborrágico, Ciro admitiu que nunca pretendia "ser anjo". "Não sou imune a erros", afirmou ele, que destacou a geração de empregos como prioridade. "São 207 milhões de pessoas que temos que vestir e empregar". Poder A4



E agora, Brasil? transporte urbano

Falta de planejamento torna capitais símbolos de trânsito caótico, transporte coletivo lotado e longos deslocamentos para o trabalho. Caderno Especial



Montagem mostra usuários do metrô embarcando e desembarcando de vagões na estação S4, no centro de São Paulo, uma das mais movimentadas da cidade. (Foto: Henrique Nogueira)

Ilustrada C3 Casa Folha na Flip

Espaço discutirá assuntos como racismo, economia, educação e eleições

Ciência B7 Estudo falso sobre câncer expõe falhas de revista científica

Sobre tudo D1 Saiba como valorizar o seu currículo, o seu carro e a sua casa

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje 27° / 15°

ANO 98 - Nº 33.616 CIRCULAÇÃO: 308.000/304 (Impressos + digitais) AUDIÊNCIA: 29.349.379 (adultos acima de 16 anos)



Resultado negativo em junho frustra retomada do emprego

Pela primeira vez no ano de missões superaram contratações no mercado formal em junho. O resultado frustrou a expectativa de recuperação do emprego em 2018. Os dados do cadastro de empregados e desempregados ficou negativo em 666 vagas. Desde 2002, ele só não tinha sido positivo nesse mês em 2015 e 2016. Mercado A17

Crianças separadas na fronteira dos EUA apresentam traumas

Crianças imigrantes que passaram por abrigos depois de serem separadas dos pais na fronteira entre EUA e México apresentaram alterações de comportamento. Elas incluem recusa a seguir regras e apatia. Segundo a Academia Americana de Pediatría, a separação pode causar "traumas irreparáveis" nas crianças. Mundo A12

OPINIÃO

Ana Estela S. Pinto

Evento foi ocasião para o registro de cenas de campanha. A convenção que oficializou a candidatura de Ciro Gomes virou ocasião oportuna para gravação de cenas de campanha eleitoral. Cinegrafistas, fotógrafos e até um pequeno drone, que precisou se livrar da companhia de dois urubus, registraram tudo. Poder A6

Pane afeta 107 voos e deixa empresas aéreas em alerta

Interior de SP sofre com falta de soro antiescorpionicó. Caderno B2

EDITORIAIS A2

O peso do centrão. Sobre acordo entre partidos fisiológicos e Alckmin. Estado de discórdia. Acerca de lei aprovada pelo Parlamento de Israel.

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

5
ANOS DE GARANTIA

1º COLOCADO
EM VENDAS NO BRASIL
CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA
CONVITE FINANCIAMENTO

TIGGO 3 FLEX
2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEJA NO PPL 5 ANOS DE GARANTIA
R\$59.990,00

RECOMPRA **60x**
FINANCIAMENTO

RENTAL **12**
MÊSES

TELA **0%**

*A PARTIR DE R\$ 400,00 MENSAL, COM PRIMEIRO CUSTO ZERO. CUSTO TOTAL DE PROPRIEDADE.

INFORME PUBLICITÁRIO

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DOMINGO, 22 DE JULHO DE 2018

R\$ 6,00

Cenas e personagens fictícios.



Revoada de carros da Toyota é vista no país inteiro

O Toyota Yaris chegou impressionando quem olhava para o céu.

O fenômeno começou na última sexta-feira. Os relatos começaram nas principais capitais e logo se espalharam por todo o país. Com a distância, somente era possível afirmar que eram carros com design moderno e imponente. Chegado mais perto, foi possível ver o logo da Toyota na grade frontal. Em seguida, testemunhas divulgaram que se tratava do Toyota Yaris, o novo modelo lançado pela montadora. No mesmo dia, os carros começaram a pousar nas ruas das cidades, em frente a várias pessoas. Nós aproximamos os fatos e vimos que todos eles tinham algo em comum: vivenciam mudanças significativas em suas vidas nos últimos tempos. Como a Simone, 38, que afirmou: "O Yaris chegou no melhor momento da minha vida". Ela, que acaba de ser promovida na empresa onde trabalha, estava totalmente à vontade dentro do seu Yaris hatchback. Embora tentasse, Simone não conseguiu desfrutar a empolgação com o sistema multimídia Toyota Play+ com tecnologia Harman® e com a função Smart Entry + Start Button/Push Start®, em que a abertura e o travamento das portas são feitos por aproximação e a partida é acionada por um botão. "Eu nem preciso tirar a chave da bolsa! O Yaris é muito mais do que eu esperava", completou ela.

URGENTE

Em busca de mais informações, toda a nossa equipe de reportagem agendou um test drive. Aqueles que já realizaram, garantem: "YES, YARIS!"

SEGURANÇA, QUALIDADE E CONFORTO

Paulo Roberto, 35, fez questão de falar com a nossa reportagem. E também fez questão de falar com todos os amigos, vizinhos, colegas de trabalho e todo mundo que passava na rua. Segundo ele, é difícil não falar sobre o Toyota Yaris. "É bonito demais", afirmou, para completar: "O Yaris está exatamente o que eu quero agora que vou ter um filho". Regina, esposa de Paulo, relata que ficou ciente do

fenômeno após receber uma ligação do marido, que falava repetidamente: "Tem teto solar, tem teto solar!" Ela então olhou pela janela do apartamento e também presenciou a revoadada. No fim daquele mesmo dia, os dois foram a uma concessionária Toyota conferir de perto o novo modelo. Regina contou aos nossos repórteres que está plenamente satisfeita com a aquisição de seu Yaris sedã, e ainda elogiou

o amplo espaço interno e o porta-malas de 473 litros. "Agora, sim, tenho espaço suficiente para guardar todas as coisas do nosso bebê", afirmou. Extremamente encantada, ainda disse: "Os controles de estabilidade e de tração me dão a confiança necessária para dirigir sem me preocupar com a segurança da minha família. Além disso, nós confiamos plenamente na qualidade da Toyota".

OPINIÃO

"Yes! Este é o melhor momento da minha vida, e este carro parece ideal para completá-lo", disse Paulo, 40.

CURIOSIDADE

O Yaris conta com o menor preço de manutenção da categoria*, preço fixo de revisão e 3 anos de garantia na compra dos acessórios genuínos.

Montadora afirma: o Toyota Yaris vai muito além do design!

Procurada pela nossa reportagem, a Toyota afirma que o Yaris, muito além do design, possui especificações técnicas que realmente impressionam os consumidores. O exclusivo teto solar com função anti-rançagem, o sistema multimídia Toyota Play+ com tecnologia Harman®, a transmissão Multidrive de 7 velocidades - CVT, a função Smart Entry + Start Button/Push Start, o amplo

espaço interno, os controles de estabilidade (VSC) e de tração (TRC) e o assistente de subida em rampa (HAC) estão disponíveis desde a versão de entrada. Além disso, a direção eletroassistida garante maior dirigibilidade e conforto. A montadora informa que o novo modelo já está nas concessionárias e que é muito fácil agendar um test drive. Para os que procuram mais informações, basta acessar o site www.toyota.com.br.

"Um deles quase pousou na minha garagem, mas, infelizmente, era do vizinho"

A afirmação é de José, 36, que não quis falar muito, pois se dirige a uma concessionária Toyota. A expectativa de colocar as mãos no Yaris era viável em todas as pessoas que acompanhavam o fenômeno. José, recém-casado, acredita que o Yaris versão hatchback é o ideal para sua nova fase de vida. "Quero conferir de perto o novo modelo. Sei que a Toyota sempre faz carros

extremamente duráveis e de qualidade incontestável!" E ainda completou: "Sei que a montadora possui um programa de financiamento chamado Ciclo Toyota, em que posso ter maior valorização do meu usado e sair de carro novo com mais facilidade!". Até o momento do fechamento desta matéria, não havia sido informada a cor escolhida por José.



A QUESTÃO QUE DIVIDE OPINIÕES:

Qual deles você escolheria, o hatchback ou o sedã?



Imagens dos Yaris XLS equipados com acessório luzes diurnas de condução vendido separadamente.

*Disponível nas versões XL Plus Tech, XS+ XLS. †Disponível na versão XLS. Segundo estudo realizado pela Toyota em março de 2018, o Yaris tem o melhor preço de revisão de categoria (de 1º a 6º revisão) entre os seus principais concorrentes: Volkswagen Novo Polo, Chevrolet Onix, Hyundai HB20, Fiat Argo e Honda Fit.

PREVISÃO DO TEMPO

O céu continua encoberto por nuvens de Yaris.



FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SEGUNDA-FEIRA, 23 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 08H10 • R\$ 4,00

Separada dos filhos nos EUA, brasileira relata reencontro

A brasileira Jaene Silva de Miranda, 45, ficou separada durante 44 dias de seus três filhos depois de tentar entrar ilegalmente nos Estados Unidos atravessando, pelo deserto, a fronteira com o México.

"Agora em que tirei meus filhos, tirei um tado de mim", conta a Estelita Hass Carazzzi. "Da não família de novo". Mundo A11

Nova Constituição de Cuba exclui o termo comunismo

Mundo A13

ENTREVISTA DA 2ª

Elie Horn

Eu me sinto anão da filantropia perto de Bill Gates

Dono da Cyrela, o bilionário Elie Horn, 73, quer incentivar mais empresários brasileiros a, como ele, aderir ao movimento de Bill Gates e Warren Buffett de doação de riquezas à filantropia. Ele doou a causa 60% de sua fortuna, de cerca de R\$ 3,9 bilhões. A14

Ilustrada C1

"Eduardo e Mônica", música mais solar da Legião Urbana, é adaptada ao cinema

Ciência B4

Autoras de vídeos científicos no YouTube recebem comentários hostis

Esporte B6

Hamilton vence após largar na 14ª posição na Alemanha e volta a liderar Mundial de F-1

EDITORIAIS A2

Desafio ao gigante
A respeito de máli a imposta ao Google na Europa.

Ineficiência seletiva
Sobre a situação de propina a conselheiro do TCU-SP.

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje
26°
12°
26° - 12° - 11° - 11° - 11°
Amplitude: 13° - 22°
Onda: 14° - 22°
Quarta: 13° - 25°
Fonte: www.climatempo.com.br

ANO 98 - Nº 32.618
CIRCULAÇÃO: 304.918
(Impressão + digital)
AUDIÊNCIA: 29.249.179
visitantes únicos/mês

02416
977143772229



PARQUES DE SP TÊM MELHORIAS CONGELADAS HÁ 5 ANOS

Vista aérea de trecho do Parque da Luz, no centro; prefeitura previa investir R\$ 251 mi de 2014 a 2017 na reforma e adequação de 106 parques, mas só R\$ 6,8 mi foram aplicados. Continuação B1

Candidato, Bolsonaro minimiza isolamento

Deputado chama centrão de 'escória', afirma contar com apoio popular e que é 'patinho feio' da política

O deputado Jair Bolsonaro (PSL, RJ), 63, oficializou ontem sua candidatura à Presidência da República minimizando a importância de alianças formais e criticando acordos já realizados por seus adversários na disputa. Ele se referiu como "escória" ao centrão, grupo de partidos formado por DEM, PP, SD, PR, que se alia a Geraldo Alckmin (PSDB) na corrida presidencial.

Em seu discurso, classificou-se como o "patinho feio" no meio político e disse não estar isolado, ao contar tanto com apoio popular quanto de deputados federais de siglas que acabaram não se aliando formalmente à sua candidatura.

"Nós temos que fazer esse Brasil grande. Para fazer esse time campeão, o seu chefe não pode estar devendo nada para partido político nenhum", afirmou. Apesar das críticas, Bolsonaro tentou negociar a vaga de vice em sua chapa com o Pj de Valdemar Costa Neto, condenado no mensalão.

Com menções a Deus, família e ataques à esquerda, ele repetiu vários chavões de discursos anteriores.

Critada para a vaga de vice na chapa do deputado, a advogada Janaina Paschoal fez críticas aos seguidores do presidencialista por quererem, segundo ela, "ouvir um discurso inteiramente uniformizado". Poder A4

Leandro Narloch

Eleitor do deputado encarna desilusão com o PT e ódio à nova esquerda. Poder A4



Jair Bolsonaro em evento no Rio neste domingo. Carlos Souza/SP

Cleto Rocha de Barros

Leilão do centrão ensinou algo a todos candidatos

O leilão do centrão foi instrutivo, e cada candidato aprendeu alguma coisa. Nos próximos meses, descobriremos se tempo de TV, estrutura partidária e dinheiro continuam funcionando do mesmo jeito em 2018. Poder A6

Em meio a decisões controversas, ANS vive crise interna

Além de tomar decisões controversas sobre o custo dos planos de saúde, a ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) vive crise interna de imagem potencializada por loteamento de cargos e acusações de atender a interesses privados. Continuação B3

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

5
ANOS GARANTIA

1º COLOCADO
em CAR = DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA
CONSULTE A CONDIÇÃO

TIGGO 3 FLEX
2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VELLO NA PELA 5 ANOS DE
R\$59.990,00

SELEÇÃO 60x
12 MESES

SELEÇÃO TAXA 0%
12 MESES

CADA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E PASSIÃO

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 24 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 08H15 • R\$ 4,00



ARQUIPÉLAGO DOS ALCATRAZES, NO LITORAL NORTE PAULISTA, SERÁ ABERTO PARA TURISTAS

Considerado o maior ninhal de aves marinhas do sul e sudeste do país e com 1.300 espécies de animais, o local oferecerá turismo náutico, contemplação de pássaros e mergulho. *Colômbio da Silva*

Fundo eleitoral revela poder de lideranças dos partidos

A documentação entregue pelos partidos ao Tribunal Superior Eleitoral como requisito para receber o fundo eleitoral mostra o poder dos líderes das legendas na distribuição dessa verba. As 11 siglas (de 35) que apresentaram seus críticos optaram por investir em políticos com mandato e rechaçaram dividir igualmente os recursos entre seus candidatos. *Podex A4*

ENTREVISTA Fernando Haddad Empresários têm visão distorcida da realidade

Opção do PT para ser candidato à Presidência caso Lula não concorera, Fernando Haddad, ex-prefeito de SP, considera que os empresários, em parte, têm "visão distorcida da realidade" e "precisam ser educados para a democracia". *Podex A4*



Tamara, que vive em Zaitsevo, na Ucrânia. *Foto: Marcelo P. Polakowski*

Governo identifica R\$ 10 bi em gastos sociais irregulares

No total, foram excluídos 5,7 milhões de beneficiários do Bolsa Família, da aposentadoria por invalidez e do auxílio-doença

O governo federal identificou, do segundo semestre de 2016 a maio deste ano, R\$ 10 bilhões em pagamentos indevidos a beneficiários de três programas sociais. Diante disso, cancelou 52 milhões de benefícios — 5,2 milhões do Bolsa Família e 47 mil auxílio-doença e aposentadorias por invalidez. A economia foi usada para reduzir o déficit assistencial. No ano passado, a despesa da União com os três programas foi de R\$ 107,4 bilhões. O pente fino vem sendo realizado pelo Comitê de Monitoramento e Avaliação de Políticas Públicas, criado em 2016 e formado por ministros e órgãos de controle. Sua missão é vasculhar programas do governo com o objetivo de melhorar a qualidade do gasto público. O comitê também avalia no momento o Fies (financiamento estudantil), o seguro-desemprego (espécie de seguro-desemprego temporário do pescador artesanal) e o RDC (Benefício de Prestação Continuada). A expectativa é que as análises em curso encontrem mais R\$ 20 bilhões em benefícios irregulares em 2018, segundo o governo. *Marcelo da Silva*

Perigos da guerra levaram ucranianos a passar menos tempo ao ar livre
Manda A11

Esporte B6
Comitê brasileiro vai investir em Tóquio-20 menos da metade do gasto na Rio-16

Ilustrada C1
A autora de 'Jesus', novela da Record que estreia hoje, não se considera religiosa

EDITORIAIS A2

Projeções sombrias
Sobre realidade orçamentária no próximo governo.

Comunismo rasurado
Acerca de projeto da nova Constituição cubana.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.619
CIRCULAÇÃO: 299.037/DIA (impresso + digital)
AUDIÊNCIA: 39.248.979 visitantes únicos/mês

Em São Paulo, carro em ciclovia recebe 40% menos multas

Nos três primeiros meses deste ano, o número de multas para motoristas que estacionam ou transitam em ciclovias caiu 40% em comparação com o mesmo período de 2017. Para a prefeitura, a queda se deve à melhora da sinalização viária. *Colômbio da Silva*

João P. Coutinho Um certo cansaço democrático cresce no mundo ocidental

A história do presente mostra que parte crescente do eleitorado, por ignorância ou desespero, está disposta a trocar a liberdade e a dignidade da democracia por expedientes mais radicais e securitários. *Marcelo da Silva*

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

QUARTA-FEIRA, 25 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 0H23 • R\$ 4,00

Estudante brasileira é morta a tiros na Nicarágua

A estudante de medicina Raynêta Gabrielle Lima, 31, foi morta a tiros em Manágua em meio à convulsão social que tomou o país governado por Daniel Ortega. A brasileira teria sido metralhada enquanto voltava de carro para a casa dela. Brasileiros chamaram embaixador na Nicarágua para relatar a situação. **Mundo A10**



A estudante brasileira Raynêta Lima. **Imagem: J. P.**

Em áudio, Trump discute compra de silêncio de modelo

Mundo A11

Previdência complementar não atrai servidores

A uma semana do fim do prazo de adesão à previdência complementar de servidores, menos de 5.000 funcionários do Executivo optaram pela migração, o que equivale a cerca de 2% do projetado pelo governo. O novo regime foi criado para tentar equilibrar as contas do funcionalismo a longo prazo. **Mundo A14**

Antonio Delfim Netto País precisa decidir entre a juventude e os burocratas

Opinião A1

Imagens de celulares indicam 'genocídio' do PCC, diz polícia

A facção criminosa PCC pratica um "genocídio" no país em sua guerra contra grupos rivais, disse a Polícia Civil de São Paulo ao apreender celulares de membros do grupo com milhares de imagens de assassinatos. Elas podem explicar 400 mortes em seis meses a mando do PCC. **Crimes A10**

Mudança de hábito

Com homenagem a Hilda Híst, Flip abre espaço a autores fora do cânone literário

Comida p.1
Bares e restaurantes apostam em cervejas criadas para seus estabelecimentos

Esporte B6
Neymar fica fora da eleição da Fifa para melhor do mundo; Marta concorre

Somadas, campanhas presidenciais custarão 45% de Dilma em 2014

Com proibição de doação de empresas, candidatos estimam despesa de R\$ 200 mi; há 4 anos, PT declarou R\$ 438 milhões

Com a proibição de doações de empresas para campanhas eleitorais deste ano, candidatos à Presidência estimam despesas mais modestas na disputa. A previsão inicial das principais campanhas juntas é de cerca de R\$ 200 milhões em gastos.

O valor é menos de metade do desembolsado para eleger Dilma Rousseff em 2014 — R\$ 438 milhões, em valores corrigidos pela inflação. Na eleição passada, segundo a Justiça Eleitoral, os três primeiros colocados gastaram R\$ 800 milhões.

O custeio agora pode ser feito por repasses do fundo eleitoral, doações de pessoas físicas e autofinanciamento. A redação também se deve ao teto de despesas, aprovado pelo Congresso, de R\$ 70 milhões por candidato no primeiro turno. **Poder A4**



INCÊNDIOS FLORESTAIS DEIXAM PELO MENOS 74 MORTOS NA GRÉCIA

Helicóptero joga água na tentativa de conter as chamas no vilarejo de Kinetá, perto de Atenas; onda de calor causou os incêndios, os piores desde 2008. **Mundo A12**

EDITORIAIS A2

Programa evasivo
Sobre propostas do PT apresentadas por Haddad.

Parques a perigo
Acirra de espaços de lazer na cidade de São Paulo.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.620
CIRCULAÇÃO: 302.007/DIA (Impressos + digitais)
AUDIÊNCIA: 28.349.179 (visitantes únicos/mês)



CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCE NO BRASIL.

5 ANOS GARANTIA

1º COLOCADO
DESEMPENHO "OS HOMENS DE CAR = DRIVER"

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO 3 FLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEICULO POR 5 ANOS DE R\$59.990,00

60x 12 MESES TAXA 0%

CADA CHERY QUALIDADE, TECNOLOGIA E PREÇO

Josué Gomes da Silva (Josué Alencar)

Não é hora de o Brasil apostar em aventuras

Geraldo Alckmin (PSDB) reúne todos os requisitos para cumprir a complexa missão que terá o presidente da República. Aguardo os partidos que tomarão a decisão de apoiar sua candidatura. **Opinião A3** (Impressos, 4.000 cópias)

Com indefinição de Josué, tucanos divergem sobre vice

A indefinição de Josué Alencar quanto a ser candidato a vice de Geraldo Alckmin (PSDB) divide aliados do tucano sobre o plano B. O deputado Mendonça Filho (DEM), a senadora Ana Amêlia (PP) e Aldo Rebelo (SD) são opções. **Poder A4**

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

QUINTA-FEIRA, 26 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 04:02 • R\$ 4,00

Sonda acha água líquida em Marte, em lago de 20 km

A sonda europeia Mars Express achou evidências de um lago de 20 km de largura, com água em estado líquido, sob calota polar em Marte. E também encontrou marciano dos lagos existentes sob o gelo da Antártida. O local é potencialmente habitável, mas os cientistas são cautelosos a respeito da possibilidade. **CIÊNCIAS**

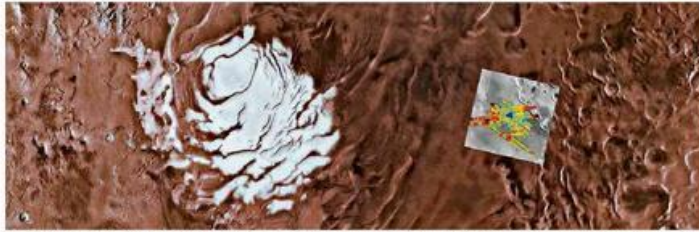


Imagem de Planum Australe, a calota polar sul de Marte, com destaque, à direita, para as detecções de radar feitas pela sonda; a região em azul é o lago. **UOL/AGF**

EUA atendem só 2% dos pedidos de asilo de brasileiros

O asilo, recurso citado por brasileiros que entram ilegalmente nos EUA, é prestação ao migrante concedida de forma criteriosa pelo país. De 2012 a 2016, apenas 2% dos 1,500 pedidos foram atendidos, diz a Justiça americana. **América Global e 17%.** **Mundo A30**

Educação a distância p.1 A sala virtual está cheia

Um ano após decreto que reduz exigências, número de faculdades online cresce 133%

Esporte B9 Tite renova contrato para comandar a seleção brasileira até a Copa de 2022

Cotidiano B2 Depois de surto de sarampo, Fortaleza se torna referência contra a doença

Huistrada C1 Convidado da Flip, sonoplasta de 150 filmes diz que 95% dos sons são inúteis



Fernanda Montenegro lê texto de Hilda Hiltel na abertura da Flip, em Paraty. **UOL/AGF/PAULINA**

Trégua entre EUA e Europa ameaça acordo com Mercosul

Americanos e europeus negociarão para amenizar tensão no comércio

Estados Unidos e União Europeia iniciaram negociações para amenizar as tensões no comércio transatlântico, anunciaram ontem Donald Trump, presidente dos EUA, e Jean-Claude Juncker, presidente da Comissão Europeia. Em uma declaração divulgada depois de se reunirem em Washington, os dois líderes concordaram em trabalhar juntos para eliminar tarifas, barreiras comerciais e subsídios relacionados a bens industriais não automobilísticos.

Apacificação pode ter diferentes impactos sobre o Brasil, em particular no segmento do agronegócio. Entre as medidas acertadas estão o compromisso da UE de comprar mais soja dos EUA. As tratativas podem ser uma ameaça ao acordo costurado há mais de 20 anos entre Mercosul e o bloco europeu, de acordo com especialistas ouvidos pela Folha. O governo brasileiro, contudo, afirma que a negociação não deverá prejudicar as conversas da Europa com o Mercosul. **Mercado A31**

Facebook retira rede de páginas e perfis do ar e atinge o MBL

Uma rede de 196 páginas e 87 perfis no Facebook foi retirada do ar no Brasil por, segundo a empresa, criar, gerenciar ou perpetuar conteúdo enganoso. Páginas e perfis ligados ao MBL (Movimento Brasil Livre), grupo político de direita, integram a lista. Para o MBL, a ação da empresa americana foi arbitrária e irônica. **Poder A4**

EDITORIAIS A2

A conta da eleição
Sobre queda nas previsões de gastos das campanhas.

Desperdício social
A respeito de desvios em programas de seguridade.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.621

CIRCULAÇÃO: 305.700/DIA

(Impressos + digitais)

AUDIÊNCIA: 29.349.179

INDICADOR ANTONIO/2018

9 773114 32210

CAOA CHERY

A MONTADORA QUE MAIS CRESCE NO BRASIL.

1º COLOCADO
NELLE CATEGORIA "SÚPERMINI SUV"
CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA
COMpra COMPROVADA

TIGGO 2 PLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEJA NA PÁG. 9
A PARTIR DE
R\$59.990,00

FINANCIAMENTO
60x
R\$527,00

ELICITIMOS TAXA
12
MÊSES
0%

CAOA CHERY
SOLUCIONANDO PROBLEMAS E DIVERSOS

ANÁLISE

Nelson de Siqueira
Atitude e reflexão de radicalização
A ação do Facebook reflete sua radicalização ante as eleições em alguns mercados. O problema é atuar de forma mais indiscriminada do que é capaz de reconhecer — e corrigir. **Poder A8**

PSDB terá de saber dividir espaços de poder, diz Mata
Poder A8

Michel Temer
Avanço tecnológico é meta dos Brics
Na cúpula dos Brics, a meta é fortalecer a cooperação em ciência e inovação. É o desenvolvimento tecnológico que permite avançar nas pesquisas. **Opinião A3**

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SEXTA-FEIRA, 27 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 09:02 • R\$ 4,00

Programa do PT vai propor limite à atuação do Supremo

O programa de governo do PT para a eleição presidencial vai propor limitar a atuação do Supremo e a revisão de leis de combate à corrupção e ao crime organizado, com críticas às delações premiadas. Segundo a versão mais recente do documento, à qual a Folha teve acesso, o PT quer que a competência do STF seja "limitada ao controle de constitucionalidade das leis". Poder A4

Alvo de ação da PF, economista Roberto Giannetti deixa a campanha de Dória

Poder A4

Centrão oficializa apoio a Aلكmin; Jósé não será vice

O bloco de partidos conhecido como centrão oficializou apoio ao presidente eleito Geraldo Alckmin (PSDB). Também ontem, o empresário José Aلكcar (PR) formalizou sua decisão de não ser o vice. A aliança busca novo nome para a vaga, que pode ser de uma sigla que não compõe o grupo. Poder A4



PAQUISTANES COMEMORAM APÓS CANDIDATO DECLARAR VITÓRIA EM PLEITO PRESIDENCIAL. Apoiadores do ex-jogador de críquete e astro do esporte Imran Khan festejam em Karachi, adversários apontaram irregularidades na eleição. Mundo A30

Esporte B6
Palmeiras contrata Felipão, que dirigirá o time pela terceira vez

Ilustrada C6
Brasil tem que ter mais leitor que escritor, diz contista decano na Flip

Facebook registra perda recorde na Bolsa de NY

Resultado decepciona e empresa perde US\$ 120 bi em valor de mercado em um dia

O Facebook perdeu ontem US\$ 120 bilhões (R\$ 446,8 bilhões) na Bolsa de Nova York. Foi a maior queda diária no valor de mercado de uma companhia na história de Wall Street. Os papéis da empresa americana recuaram 19%, para US\$ 176,26. No ano, acumulam perda de 2,1% — até a véspera, subiam 23%. O forte recuo, equivalente ao valor da McDonald's ou da Nike, dilapidou US\$ 15,4 bilhões do patrimônio do fundador Mark Zuckerberg.

Trata-se de resposta de investidores à receita abaixo do esperado no primeiro balanço trimestral divulgado depois do escândalo envolvendo a consultoria política Cambridge Analytica. Analistas revisaram para baixo projeções para as ações do Facebook. Segundo o banco JPMorgan, pensa a incerteza sobre a reação de anunciantes e usuários ao vazamento de dados de perfis na rede. A monetização de serviços também gera dúvidas. Mercado A11



A partir da esq., Bruno Araújo (PSDB), Paulinho da Força (SD), Alckmin, Nilson Leitão (PSDB) e Ciro Nogueira (PP). Foto: Carlos Patrício

Leilão de usina térmica pode elevar conta de luz em R\$ 1 bilhão

Mercado A20

Reinaldo Azevedo: Lula prefere perder eleição a ficar sem o controle do PT

Para Lula, o mais grave é perder o controle do PT. Se indicasse já um substituto para concorrer à Presidência, este assumiria as articulações, e o grande líder seria só um ex-presidente morando na cadeia. Poder A4

Polícia afirma que PCC planeja roubar armas de fóruns

Crédito: B4

EDITORIAIS A2

Aposta na ignorância
A respeito de declarações descabidas de Ciro Gomes.
Olhos curvados para Marte
Sobre sinais de água líquida no planeta vermelho.

CADA CHERY
A MONTADORA QUE MAIS CRESCER NO BRASIL.

5 ANOS GARANTIA

1º COLOCADO NAS COMPARAÇÕES DE PREÇOS DO CAR-DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA (VALOR DE COMPROVAÇÃO)

TIGGO FLEX 2019 AUTOMÁTICO
A ESCOLHA INTELIGENTE

VEJA NA PÁG. 5
AMBIENTE DE
R\$59.990,00

FINANCIAMENTO: **60x** INÍCIO
CUSTO TOTAL: **12** INÍCIO
TAXA: **0%**

CADA CHERY
CUIDAR PARA, TER E ENJOGAR E DEIXAR

9 771114-572265

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SÁBADO, 28 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 18h • R\$ 4,00



HOJE Veja no site, a partir das 11h, especial de restaurantes, bares e quitutes; não perca amanhã a versão impressa folha.com/restaurantes

Ex-secretário de Alckmin e mais 13 são denunciados

O Ministério Público Federal denunciou Laurence Casagrande, ex-secretário de Transportes do governo Geraldo Alckmin (PSDB-SP), e outras 13 pessoas. Presidindo o mês passado, Casagrande, também ex-presidente da Dersa, é acusado de fraude, associação criminosa e falsidade ideológica. Ele nega irregularidades. Poder A3

Luís E. Carvalho Fº

Seja quem ganhe a eleição, é bom ficar de olho no vice

O impeachment está no horizonte do presidente quando repartir o poder. É bom ficar de olho no vice, que entre tantos perfis pode ser sambista, astronauta ou príncipe. **Colúmbio Rê**

PCC faz campanha para recrutar um bandido por hora

A Polícia Civil de São Paulo descobriu que a facção criminosa PCC lançou uma campanha pela qual cada membro deve convidar um outro para o grupo. A meta visa recrutar 30 novos bandidos por dia. **Colúmbio Rê**

Doria usou cargo a fim de divulgar parceria, nunca feita, com amigo

Colúmbio Rê

Sobre tudo p.4 O uniforme sai de moda

Aprenda a montar o guarda-roupa conforme o perfil da sua empresa

Ilustrada C4 Hilda Hilst foi lírica e pornô, afirma crítica literária na Flip

Especial p.1 Exportação do país cresce com colheita recorde de grãos



Look de conjunto informal masculino **Ilustração: Carlos Pellegrini**

Proporção de jovens eleitores sobe pela 1ª vez desde 2006

Levantamento mostra que quase 30% dos adolescentes de 16 e 17 anos se habilitaram para votar em outubro

Pela primeira vez desde 2006, a proporção de jovens de 16 e 17 anos que tiraram título de eleitor para as eleições de outubro teve alta, indica análise da Folha feita a partir de números do IBGE e da Justiça Eleitoral. De acordo com o levantamento, 29,5% dessa faixa etária está alistada para votar, o que corresponde a 250 mil novos eleitores. Em 2014, na eleição que reelegera a petista Dilma Rousseff, essa porcentagem foi de 23,9%. O interesse por votar pela primeira vez, dizem especialistas, relaciona-se à forte presença de jovens em redes sociais, em que há divulgação de propostas, e com a identificação deles com temas de cunho social. **Poder A3**



ECLIPSE LUNAR MAIS LONGO DO SÉCULO TINGE A LUA DE VERMELHO

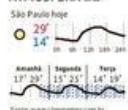
Fenômeno conhecido como "lua de sangue" pôde ser visto no templo de Apolo, na Grécia; no Brasil, visão foi parcial e ocorreu entre 16h30 e 18h3 **Colúmbio Rê**

EDITORIAIS A2

A ameaça das facções. Acerca de ofensiva do PCC pela hegemonia do crime.

Parceiros, mas não tanto. Sobre contradições observadas na cúpula dos Brics.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.623

CIRCULAÇÃO: 313.031/DIA (previsão - digital)

AUDIÊNCIA: 29.349.179 visitantes únicos/mês

ISSN 1677-0502

CADA CHERY
A MARCA QUE MAIS CRESCE NO BRASIL.

TIGGO 2019 FLEX AUTOMÁTICO
CENTRAL MULTIMÍDIA 9" - 600W

SEU MELHOR PREÇO É 7 ANTES DE

R\$ 59.990,00

60x 12 MESES

SEM JUROS 0%

RECOMPRA GARANTIDA

CADA CHERY

Tabela de preços mínimos de frete atinge padarias

Vitória dos caminhoneiros na paralisação, a tabela de preços mínimos do frete chegou ao chão. Muitos dizem ter de reajustar a farinha devido à alta de custos. Padarias alegam que recente aumento no preço do produto já compensaria o frete mais caro. **Mezelo A12**

Rodrigo Zeidan Duvida daqueles com quem você concorda, sempre

Fake news existem por serem propensos a aceitar notícias que corroboram nossa visão de mundo. O ceticismo nos mantém honestos. Duvide, principalmente daqueles com quem você concorda. **Mezelo A12**

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

DOMINGO, 29 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SÃO PAULO • CONCLUÍDA ÀS 22H31 • R\$ 6,00



restaurantes, bares & cozinha 2018 Arroz de costelinha e moqueca de caju do Balaio, no Instituto Moreira Salles, premiado na categoria 'novidade' *Imagem: Roberto P. / Folhapress*

Bons pratos e drinques

Os vencedores eleitos pelo júri e pelo Datafolha

38 marcas campeãs para quem cozinha

796 endereços de bares e restaurantes

Revista traz número recorde de páginas Especial p.1

Ciência B10



Nasa, 60

SUS gastou R\$ 486 mi com complicações por aborto

Em uma década, 2,1 milhões de mulheres foram internadas e despesas cresceram

De 2008 a 2017, o SUS gastou R\$ 486 milhões para tratar complicações do aborto, sendo 25% deles providos. Foram internadas 2,1 milhões de mulheres. Embora as hospitalizações tenham caído 7% no período, as despesas cresceram 12%.

Isso se deve à gravidade de quase um terço dos casos. Pelo menos 4.455 mulheres morreram de 2000 a 2006. Os dados do Ministério da Saúde devem subsidiar o Supremo Tribunal Federal em ação pela descriminalização do aborto até a 12ª semana.

A audiência pública em 3 e 6 de agosto terá 44 expo- sitores ligados a igrejas, ONGs e sociedades médicas, entre outros. A ação diz que a proibição viola direitos fundamentais porque as mulheres correm risco ao interromper a gravidez ilegalmente.

Já grupos contrários defendem que a vida é inestimável em qualquer estágio. No texto enviado ao STF, o Ministério da Saúde alega que está cada vez mais difícil diminuir mortes por aborto sem a renovação da política pública. *Continuando p. 81*

Fatura p.1

3ª edição de festival celebra a comida da roça com cozinheiros e produtores do país

Ilustrada C1

Aumento de teto da Rouanet dá margem para valor recorde de 'Fantasma da Ópera'

Cotidiano B4

Troca de pastilhas antigas do Copan vira disputa entre prédio e prefeitura



Fachada lateral do Copan, no centro de São Paulo, que está sem pastilhas *Imagem: Roberto P. / Folhapress*

Cortes na chefia continuam mesmo após período crítico

Mesmo depois do período mais crítico da crise, cargos de diretores, gerentes e supervisores continuam sendo reduzidos no Brasil. Segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, foram fechados 80 mil postos de chefia no primeiro trimestre do ano. Economistas atribuem os cortes à redução dos custos

e ao acúmulo de funções, como no caso de um diretor que passa a exercer o trabalho de um gerente demitido. De 2014 a 2017, quase 3 milhões de vagas com carteira desapareceram do mercado de trabalho. *Mercado A11*

Tecnologia ameaça mercado de trabalho. *Classificados p. 4*

Doria nega estafa do PSDB em SP; Skaf esconde Temer

Poder A10

EDITORIAL A2

Conserto da máquina Sobre diretrizes para um Estado mais justo e eficiente, a serem seguidas na tarefa urgente de reequilibrar as finanças públicas.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.624
CIRCULAÇÃO: 324.349/DIA (Impressão e digital)
AGÊNCIA: 29.349.179
visitantes@folha.com.br

Sérgio Bóvila

Primeiro Mundo começa a deixar o Facebook de lado

Maquagem contábil do Facebook visa esconder estagnação e queda do seu número de usuários nos países ricos. O Primeiro Mundo percebeu a perda de tempo que é a rede social. *Opinião A2*

Kim Kataguiri

Censura ao MBL na rede social é atitude autoritária

Bastou o MBL agir para eleger candidatos liberais que teve suas páginas derrubadas. O caso não só sobre defender a direita, mas a democracia. *Opinião A3*
Kim Kataguiri é coordenador do MBL (Movimento Brasil Livre).

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★★ UN JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

SEGUNDA-FEIRA, 30 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 04H42 • R\$ 4,00



AVIÃO DE PEQUENO PORTE CAI E MATA PILOTO EM SP

Bombeiros trabalham no Campo de Marte, onde um bimotor da empresa catarinense Videplast, com sete pessoas a bordo, caiu após arremeter às 18h do domingo; o piloto morreu. *Crédito: RZ*

Ilustrada C1

Flip encolhe e se renova

Apesar do orçamento menor e de ter menos autores consagrados do que em 2017, a Festa Literária Internacional de Paraty ganhou amplitude com a ajuda de robusta programação paralela. Editoras menores tiveram presença forte.

Felipe Fortuna

Por que homenagear aspectos patéticos de poeta discreta, e não grandes nomes?

Ilustrada C1

ciência B4

Pesquisador congela sêmen para salvar peixes ameaçados da Amazônia

impime A20

Busca por roupas sob medida traz ateliês de costura de volta à moda

EDITORIAIS A2

Arbitrário à solta Sobre abusos da Polícia Federal em ação na UFSC.

Imprevisão do tempo Acerca de incêndios na Grécia e outras anomalias.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.625
CIRCULAÇÃO: 303.276 (imprensa + digital)
AUVIÊNCIA: 29.349.179 visitantes únicos/mês



SÃO PAULO PERSEGUIE LIDERANÇA

Diego Souza dança na comemoração de seu gol, o primeiro da vitória de 2 a 0 do São Paulo sobre o Cruzeiro, resultado que deixou o time a dois pontos do líder, Flamengo. *Imprensa A8*

Golpes são ameaça a indenizados dos planos econômicos

Entidade registra fraudes desde que a Justiça determinou o pagamento de até R\$ 12 bilhões em ressarcimentos

O acordo judicial para que bancos indenizassem clientes devido a perdas decorrentes dos planos econômicos das décadas de 1980 e 1990, finalizado em março, gerou uma série de casos suspeitos de golpes. De acordo com a Frente Brasileira dos Poupatados, há retenção de indenização por parte de advogados.

Além disso, ocorrem pedidos indevidos de adiantamentos e até o crime da "saladinha do banco", em que o poupatador é assaltado com o dinheiro em mãos. No Paraná, há sete ações judiciais contra um advogado cujos clientes haviam reclamado ressarcimento por perdas ocorridas nos planos Bresser, Verão e Collier 2.

Eles não localizaram R\$ 1 milhão a que têm direito. O advogado e empresa que o havia contratado para o serviço negam irregularidades. São 1 milhão de ações do gênero no país, totalizando até R\$ 12 bilhões em indenizações. Tem direito ao ressarcimento quem entrou na Justiça até 2016, e é preciso fazer cadastro. *Infôrmes A8*

Lava Jato já recuperou quase 1/3 do valor que foi desviado

A ação da Operação Lava Jato recuperou R\$ 23,4 bilhões entre a sua primeira delação premiada, em agosto de 2014, e agora. Os valores se referem a devoluções e acordos de leniência. A Polícia Federal estima que o rombo total na Petrobras possa chegar a R\$ 22,8 bilhões. *Poder A4*

ENTREVISTA DA 2ª
Carlos Fernando
Procurador da República em Curitiba
PF é 'porta de trás' para quem acerta delação premiada
Poder A6

CAOA CHERY
A MARCA QUE MAIS CRESCE NO BRASIL.

5 ANOS GARANTIA COMERCIAL

TIGGO 2019 FLEX AUTOMÁTICO

VELA NAZ PRÓXIMA \$ 7.000

APROXIMADO R\$ 59.990,00

60x R\$ 1.027,00

RECORRIDO TEXA 12% 0%

RECOMPRA GARANTIDA CUIDA E COMODOS

QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

Celso Rocha de Barros
Fora do sistema, Bolsonaro nunca será um Trump
Poder A8

Servidor de estatal emprestado custa R\$ 700 mil por ano
FolhaOnline A17

Hesitação oficial faz sem-teto se fixar no Paissandu
Desalojados pelo incêndio e desabamento de prédio no centro de SP deixaram barracas ao sair do local. Como elas não são retiradas pela prefeitura, acabaram ocupadas por sem-teto em busca de auxílio. A região afetada, no largo do Paissandu, sofre com falta de limpeza. *Crédito: RZ*

FOLHA DE S. PAULO

DESDE 1921 ★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 31 DE JULHO DE 2018

EDIÇÃO SP/DF * CONCLUÍDA ÀS 0H16 * R\$ 4,00

Ilustrada C3
Mostra em São Paulo homenageia o artista Athos Bulcão no ano de seu centenário

Cotidiano B4
Ilhabela, no litoral norte paulista, tem praias e ruas lotadas mesmo no inverno

Equilíbrio B5
Especialistas criam o termo microtração para 'likes' de fotos nas redes sociais



Obra de Athos Bulcão, em exposição no CCBB

Lei eleitoral reduz serviços de informações à população

Em SP, Metrô deixa de reportar shows, e bombeiros, incêndios; público reclama

A interpretação pelas autoridades de uma lei eleitoral tem fechado os canais de comunicação da população com serviços de informação. Em SP, por exemplo, notícias sobre metrô, trens metropolitanos e bombeiros foram todas reduzidas em páginas oficiais e redes sociais.

A Lei das Eleições, de 1997, proíbe nos três meses que antecedem a eleição, publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta.

Em razão dessa norma, o Metrô paulista não divulga mais os shows nas estações, e a Secretaria de Cultura parou de listar mostras, concertos, passeios e peças incentivadas pelo estado. Na página dos bombeiros, não há mais informações sobre incêndios e acidentes.

Usuários têm reclamado, pois consideram esse tipo de divulgação uma prestação de serviço, e não propaganda. Especialista diz que a atitude prejudica os cidadãos. Para o governo paulista, as mudanças cumprem, além da lei, jurisprudências da Justiça Eleitoral. **cotidianoB1**

Plano de saúde não poderá cobrar 40% de coparticipação

Após críticas, a Agência Nacional de Saúde Suplementar derrubou resolução que permitia a planos de saúde cobrar de clientes até 40% de coparticipação nos atendimentos. A medida já havia sido temporariamente suspensa pelo STF. Serão realizadas audiências públicas. **cotidianoB2**

Investigação sobre morte de Vladimir Herzog é reaberta

O Ministério Público investigará a morte do jornalista após corte internacional condenar o Brasil por não punir o crime, ocorrido na ditadura. O caso havia sido arquivado com base na Lei da Anistia. **poderA11**

Hélio Schwartzman O eleitor decide seu voto em várias fases

Volto de férias, e Geraldo Alckmin aparece com grandes chances de chegar ao segundo turno. Não que o eleitor não procure novidades. Mas sua decisão de voto é um processo com várias fases. **opiniãoA2**



DEPOIS DE 46 DIAS DE TEMPO SECO, CHOVE EM SÃO PAULO
Ciclista pedala na av. Paulista durante a chuva, que teve ventos fortes e trovoadas; região metropolitana ficou mais de cem dias sem chuvas significativas **cotidianoB1**

EDITORIAIS A2

Aborto em pauta
Acerca de audiência pública promovida pelo STF.

Breve alívio
Sobre melhoria do caixa federal com alta da receita.

ATMOSFERA B2



ANO 98 - Nº 32.626
CIRCULAÇÃO: 299.117/DIA (Empresas e órgãos)
AUDIÊNCIA: 29.349.179 (visitantes únicos/mês)



TAXA 0% POR 100 DIAS COM ATÉ R\$ 100 MIL POR MÊS EM TRANSAÇÕES. SO A SAFRAPAY FAZ PELA SUA EMPRESA.

- 100 dias de transações com taxa zero*
- 100 dias com bonificação de alguns dos produtos*
- Empréstimos, aplicações e produtos do conta corrente*

Safrapay Atendimento exclusivo e personalizado. Safrabanco

Neymar ganhou US\$ 7 mi por contrato com Gillette
O atacante embolsou o valor para ser embaixador global da marca por dois anos, cedendo a imagem para comerciais como o em que responde a críticas recebidas na Copa do Mundo da Rússia. **esporteB6**

Em lista suja, Odebrecht leva R\$ 5 bi da Petrobras
A Odebrecht recebeu R\$ 5,5 bilhões da Petrobras quando esteve na lista suja da estatal, impedida de assinar contratos. Os valores se referem a negócios fechados antes do bloqueio decorrente da Lava Jato. **mercadoA15**

MÔNICA BERGAMO 'É triste', afirma príncipe Joãozinho sobre primo ser vice de Bolsonaro
Estrada C2