

QUINTO PODER EM AÇÃO NO BRASIL: DISPUTAS POR LEGITIMIDADE E PELO LUGAR DE INFORMAR

Fifth power at work in Brazil: disputes over legitimacy and the place to inform

Quinto poder en acción en Brazil: disputas por la legitimidad y el lugar para informar

Gustavo Teixeira de Faria Pereira¹

DOI:10.31501/esf.v3i31.15161

Resumo: O objetivo deste trabalho é observar a emergência de novas relações de poder que se estabelecem entre o jornalismo e os cidadãos. Para tal, recorremos aos conceitos de quarto poder e de quinto estado. O objeto escolhido é o perfil do Jornal Nacional no "X" e a metodologia adotada é Análise da Materialidade Audiovisual, que busca avaliar conteúdos audiovisuais em sua totalidade. Como resultado, apontamos para o conceito de quinto poder, através de sua observação no cenário brasileiro.

Palavras-chave: Jornalismo. Quarto poder. Quinto poder. Materialidade Audiovisual. Jornal Nacional.

Abstract: The objective of this work is to observe the emergence of new power relations that are established between journalism and citizens. To do this, we use the concepts of the fourth estate and the fifth estate. The chosen object is the profile of Jornal Nacional in "X" and the methodology adopted is Audiovisual Materiality Analysis, which seeks to evaluate audiovisual content in its entirety. As a result, we point to the concept of fifth estate, through its observation in the Brazilian scenario.

Keywords: Journalism. Fourth power. Fifth power. Audiovisual Materiality. Jornal Nacional.

Resumen: El objetivo de este trabajo es observar la emergencia de las nuevas relaciones de poder que se establecen entre el periodismo y la ciudadanía. Para ello, utilizamos los conceptos de cuarto poder y quinto estado. El objeto elegido es el perfil del Jornal Nacional en "X" y la metodología adoptada es el Análisis de Materialidad Audiovisual, que busca evaluar el contenido audiovisual en su totalidad. Como resultado, apuntamos al concepto de quinto poder, a través de su observación en el escenario brasileño.

Palabras-clave: Periodismo. Cuarto poder. Quinto poder. Materialidad Audiovisual. Jornal Nacional.

¹ Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG, Brasil. gustavo.tfp7@gmail.com | <http://orcid.org/0000-0002-5185-284X>

Introdução

O objetivo do presente trabalho centra-se na análise das novas relações de poder que se apresentam entre o jornalismo, tido por alguns pesquisadores como quarto poder, e os cidadãos, que ganham força justamente neste novo ecos midiático.

Tais questionamentos se justificam a partir da convergência midiática (Jenkins, 2009) e da expansão dos meios de comunicação de massa para o ambiente digital (Winques & Longhi, 2022), bem como de uma apropriação de novos atores sociais no espectro digital, como por exemplo *youtubers*, blogueiros e *digital influencers*, que passam a produzir conteúdos “amadores”, fora das redações jornalísticas e direcionados para “nichos” em detrimento das “massas”, principal objetivo dos meios de comunicação tradicionais (Anderson, 2006).

Por outro lado, observa-se a presença cada vez maior de jornalistas e de veículos de comunicação provenientes dos meios massivos no digital (Mick, 2015). Tais movimentos são decorrentes da ampliação das redes sociais no Brasil e da possibilidade que o digital traz de novos modelos de negócio, novas interfaces e de interação (Mizukami *et al.*, 2014).

Neste novo cenário, que é cada vez mais midiaticizado (Soster, 2006; Fausto Neto, 2008), quebra-se a lógica do produtor-receptor e agora “todos” podem se tornar produtores de conteúdo (Castells, 1999), com a ressalva de que mesmo com os significativos avanços da internet no Brasil, presente em 91,5% dos domicílios brasileiros (Ibge, 2022), há ainda uma significativa exclusão digital que perpassa o Brasil.

Artigos Livres

Deste modo, com o intuito de identificar as novas relações entre jornalismo e cidadãos no ambiente digital, busca-se abordar os conceitos de quarto poder (Novelli, 1994; Albuquerque, 2009; Traquina, 2005) e de quinto estado (Dutton, 2009).

Do quarto poder ao quinto estado: percepções teóricas

Antes de se debater acerca do jornalismo enquanto um possível “quarto estado/poder”, faz-se necessário trabalhar com a ideia de Três Poderes instituídos pela Constituição Federal de 1988, a saber: Legislativo, Executivo e Judiciário.

Inicialmente conceituado por Aristóteles, que viveu entre 384 a.C. e 322 a.C. e dedicou seus estudos a questões relacionadas à política e às sociedades, a Teoria dos Três Poderes consiste nos três segmentos essenciais para o funcionamento de todo e qualquer “Governo” e/ou “Estado”, sendo o primeiro poder de caráter deliberativo - que corresponde ao poder Legislativo -; o segundo poder compreenderia os mecanismos de que o Estado precisa para agir - que se assemelha ao poder Executivo -; e o terceiro poder abrangeria os cargos de jurisdição - a que podemos atribuir como correspondente ao poder Judiciário (Pelicioli, 2006).

Ainda segundo Pelicioli (2006), tal concepção foi desenvolvida e sedimentada no Iluminismo, inicialmente com John Locke, no século XVII, e posteriormente com Charles de Montesquieu, no século XVIII, com a formulação da “Teoria dos Três poderes” que propunha a divisão do “poder” entre o Executivo, o Legislativo e o Judiciário, de modo que estes “poderes” conviveriam em harmonia, seriam atuantes e isonômicos. O Executivo seria responsável por garantir os direitos dos cidadãos e executar

Artigos Livres

sob a forma da lei o que seria o correto; o Legislativo se responsabilizaria por criar leis por meio da representação do povo, sendo os porta-vozes da população; e o Judiciário teria como função julgar e garantir o cumprimento da lei.

Atestando a existência dos três poderes e avançando para essa compreensão na sociedade moderna - sobretudo com a presença da imprensa -, Albuquerque (2000) aponta para a mídia enquanto “fiscalizadora” dos três poderes, a que o autor, a partir de uma influência do modelo americano de imprensa, conceitua como “quarto poder”, com a ressalva de que este não seria um poder institucional e sim auto nomeado por membros da própria mídia.

Esta percepção da mídia como fiscalizadora dos demais poderes também pode ser observada na teoria do Gatekeeper, no qual White (1950) afirma que ao selecionar os acontecimentos que seriam noticiados pela mídia - em detrimento de outros que seriam excluídos - os jornalistas se colocariam como guardiões da notícia, o que o colocaria como este “quarto poder” que está externo aos três poderes institucionais, mas age de forma concomitante a eles.

E é justamente por meio desta relação de “ponte” entre a perspectiva do *gatekeeper* e a compreensão da mídia enquanto um fiscalizador dos três poderes institucionais que o jornalismo passou a ser considerado como um quarto poder.

Desenvolvido com maior evidência no Modelo Liberal, descrito por Hallin e Mancini (2004) - e que prevaleceu principalmente na Grã-Bretanha, nos Estados Unidos e no Canadá -, para os autores o conceito de quarto poder teria como objetivo principal promover a transparência, o *accountability* e a

Artigos Livres

pluralidade de opiniões na mídia, atuando como um contraponto aos interesses corporativos e políticos que muitas vezes influenciam a cobertura jornalística.

Por outro lado, em sociedades mais próximas ao Sistema Pluralista Polarizado como Portugal, Espanha, França e Itália, a noção de quarto poder é menos aceita e, inclusive, foi tensionada em obras como “O Quarto Equívoco: O poder dos media na sociedade contemporânea” (Mesquita, 2003).

E após contextualização histórica, partimos para as definições e para os tensionamentos sobre o quarto poder. Para Novelli (1994), o conceito surgiu no início do século XX na Inglaterra, com o objetivo de designar o papel da imprensa na sociedade da época, ressaltando a grande influência dos meios de comunicação na opinião pública. A expressão se popularizou também nos Estados Unidos atrelada aos três poderes da República - Executivo, Legislativo e Judiciário. No entanto, de acordo com a autora, este não seria um poder de fato e sim um poder de direito, que cumpriria as funções de *watchdog* e quarto poder.

Já para Traquina (2005), a concepção de quarto poder ocorreu no início do século XIX, quando um deputado do parlamento inglês fez a relação do termo com os jornalistas que ocupavam uma galeria. Naquela época, o jornalismo ocuparia o quarto poder em relação aos três poderes da Revolução Francesa, compostos pelo Clero, Nobreza/Burguesia e o Povo. Com o Estado democrático, a imprensa, na lógica do “poder que controla o poder”, exerceria o quarto poder em relação ao Executivo, Legislativo e Judiciário.

Entretanto, Charaudeau (2012) vai em sentido diferente do que propõe Traquina e traz a ressalva de que os meios de comunicação possuem sentidos e propósitos que são definidos desde a produção

Artigos Livres

até a veiculação da notícia, o que retiraria a ideia de um jornalismo que fiscaliza e exerce influência sobre os poderes instituídos por lei (Legislativo, Executivo e Judiciário). O autor afirma ainda que o jornalismo promove a cobertura de temas relevantes da sociedade através da opinião e do argumento sobre os fatos que ocorrem cotidianamente, mas deve-se levar em consideração os padrões editoriais e linguagens previamente estabelecidas na compreensão dos “poderes” da mídia.

Biernath & Silva (2015) também argumentam que o conceito de jornalismo enquanto quarto poder seria problemático, principalmente pelas marcas editoriais, de visões de mundo e de opções que são feitas pelos jornalistas ao produzirem os conteúdos que são veiculados, de modo que esses materiais cheguem a ser manipulados de acordo com os processos jornalísticos que estão implicados desde a produção até a veiculação de notícias. Os autores (2015) destacam que o jornalismo deveria exercer muito mais o papel de um contrapoder do que de quarto poder, mas não o fazem, estando submetidos às relações que se estabelecem entre o jornalismo e os demais poderes.

No entanto, considerando pesquisas anteriores sobre o tema e após a contraposição de ideias acerca da legitimidade do quarto poder enquanto conceito possível, defende-se no presente trabalho a conceituação do jornalismo enquanto quarto poder justamente pela relação estabelecida com os três poderes, o que o constitui como um elemento importante para o pleno funcionamento da democracia e pela influência dos meios de comunicação na sociedade como construtora social da realidade (Meditsch, 2010) e pela maior influência que o jornalismo brasileiro recebeu do modelo liberal norte-americano.

Artigos Livres

Tais elementos fazem com que a mídia seja popularmente conhecida como “quarto poder” em referência aos outros três poderes, estatais, ainda que de forma “extra institucional” ou “simbólica”, fazendo referência ao poder simbólico de Bourdieu (1987), que seria aquele que só é exercido se houver cumplicidade daqueles que estão sujeitos a esse poder ou mesmo daqueles que o exercem.

Neste panorama, assumindo o Jornalismo como este quarto poder, o presente trabalho inspira-se em estudos do pesquisador William Dutton, que considera a mídia enquanto um “quarto estado” e, ao analisar o contexto britânico e o ambiente digital no início do século XXI, aponta um não cumprimento da mídia no exercício de seu poder. Deste modo, ao considerar que o jornalismo tem falhado enquanto “fiscalizador” dos três poderes e tradutor de realidades, Dutton (2009) identifica a emergência de um novo poder que encontra no digital a sua possibilidade de perpetuação e que é proveniente dos cidadãos/usuários.

A este fenômeno, que Dutton (2009) conceitua como quinto estado, duas características seriam fundamentais para sua legitimação: 1- potencialidade de produção e co-produção de conteúdos, o que criaria um ambiente político mais pluralista para a informação e que seria fortalecido pelos indivíduos em rede; 2- a atuação como fiscalizador e questionador da mídia - e também os demais poderes -, o que coloca em xeque o papel do quarto poder enquanto olhos e ouvidos da população e de guardião da notícia, sendo o responsável por construir realidades.

Isso porque, a partir dos avanços tecnológicos e da potencialidade de qualquer usuário produzir o seu conteúdo, bem como de buscar o que deseja consumir - por meio de buscas na *web* -, torna-se

Artigos Livres

uma possibilidade a criação de novas visões de mundo e de refutar aquilo que é veiculado pelos meios de comunicação de massa - assim como materiais produzidos no ambiente digital.

Faz-se necessário, contudo, destacar que em 2009, e no contexto britânico, algumas iniciativas de redes sociais digitais ou redes de mobilização haviam surgido, mas ainda sem impacto global, algo que ocorre a partir da década de 2010 em diante, já que dentre as principais redes sociais do mundo como o Youtube, Facebook, Instagram, “X” (antigo Twitter) e outras redes sociais digitais, estavam no início de suas trajetórias como possibilidades de canais de difusão global. Na primeira década de 2000, os blogs pessoais e as páginas na web eram os principais fenômenos.

Após a década de 2010, as redes sociais digitais se colocam como a principal potencialidade da internet, sobrepondo-se a outras iniciativas que ali também se encontravam. Por permitirem que pessoas do mundo inteiro se conectem por meio de servidores e em poucos cliques, a internet e as redes sociais digitais se tornam espaços de emergência e consolidação de novos atores sociais.

Já nessa nova configuração das redes sociais digitais, Dutton & Dubois (2015) buscam redefinir o conceito de quinto estado, levando em conta esse novo ambiente conectado e movido pelos algoritmos que estão por trás de cada uma das redes sociais digitais.

Nesse sentido, os autores propõem seis potencialidades do quinto estado², agora assumindo também a importância das redes sociais digitais: 1- buscas; 2- criação individual de conteúdos; 3- capacidade de estabelecer contatos; 4- vazamento de informações que podem ser acessíveis de forma online; 5- inteligência coletiva; 6- observação coletiva.

²Dutton e Dubois (2015) buscaram exemplificar seis formas em que a rede se constitui como quinto poder/estado. No inglês (língua original do texto), os autores colocam como: Searching; Sourcing; Networking; Leaking; Collective intelligence; Collective observation.

Artigos Livres

Contudo, apesar de possuir um potencial mobilizador e de fortalecimento das relações sociais na internet, tem-se observado outros caminhos na aplicabilidade do que o autor chama de quinto estado. E é neste contexto, e lançando um olhar mais atento para o cenário brasileiro, que buscamos compreender como se estabelecem essas relações e esses tensionamentos entre o quarto poder - Jornalismo - e os cidadãos.

Isto porque, no contexto brasileiro, observa-se a ausência de órgãos de regulação da mídia e no que se refere à regulação das plataformas digitais, o tema ainda está sendo discutido de forma preliminar, por meio da Projeto de Lei 2768/2022 e que tem como objetivo organizar o funcionamento e a operação das plataformas digitais no Brasil³ e sem decisões conclusivas por parte da Câmara dos Deputados ou do Senado Federal - diferentemente do contexto britânico e da União Europeia, no qual são identificados órgãos reguladores da mídia e decisões assertivas no que concerne à regulação de plataformas digitais.

De acordo com os relatórios da Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj) em 2020, 2021 e 2022, observa-se um aumento no número de agressões e tentativas de descredibilização da imprensa. Tais apontamentos são corroborados com a ascensão da extrema direita no Brasil (Lima, 2019), que “pode ser aplicado, com os devidos cuidados, a esse vácuo de controle institucional do acesso ao poder por lideranças autoritárias pelos próprios instrumentos da democracia que depois trabalham para desprestigiar” (Hoffmann, 2022, p. 11).

³ Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2214237&filename=PL%202768/2022

Artigos Livres

Este cenário afeta não somente a cena política, como também os meios digitais, sobretudo as redes sociais, com a ação de possíveis *bots* e perfis criados para ação em espaços estratégicos de modo a reproduzir discursos e “fiscalizar” conteúdos (Lucini & Konageski, 2021).

Mapeado o cenário atual e feitas as ressalvas acerca de possíveis interferências na análise, inicia-se o processo de análise, o que nos fornecerá substrato para a compreensão das relações de poder que são desenvolvidas entre o jornalismo e os cidadãos, que em grande parte também atuam como usuários.

Traços metodológicos: análise da materialidade audiovisual

Com o intuito de estabelecermos uma amostra que fosse significativa para a obtenção de resultados que pudessem trazer luz às novas relações de poder entre jornalismo e cidadãos, escolhemos como objeto de pesquisa o Jornal Nacional, telejornal mais longo e de maior audiência da Rede Globo, principal emissora brasileira.

A escolha pelo telejornal e por um olhar mais específico para o audiovisual se justifica na maior capacidade de penetração da TV no Brasil, presente em 94,9% dos lares brasileiros (Ibge, 2022), e pelo fato de que segundo dados da Pesquisa da Kantar Ibope Media de 2020, 99% das pessoas admitiram que assistem algum tipo de formato audiovisual, o que confirma a importância da TV e do digital como espaços de propagação e perpetuação do poder conferido à mídia (Paillet, 1986).

Definido o objeto e o local de coleta de amostra da investigação, passa-se à etapa da aplicação da metodologia. Para o presente trabalho, optou-se pela Análise da Materialidade Audiovisual, método

Artigos Livres

desenvolvido por Coutinho (2016; 2018) e que tem como objetivo oferecer ao pesquisador uma investigação capaz de abranger diferentes formatos e linguagens, a partir da observação do texto e do paratexto como uma unidade e sem decomposição - o que auxilia na avaliação do contexto ao qual os materiais são veiculados.

De acordo com a autora, após a pesquisa bibliográfica, o próximo passo consiste no desenvolvimento de eixos e itens de avaliação que levem em consideração as questões da pesquisa e o referencial teórico utilizado e, por fim, os elementos paratextuais, ou seja, o paratexto que está inserido na materialidade audiovisual e que pode contribuir com a análise.

A justificativa do uso do método está na possibilidade de investigação de conteúdos audiovisuais também nas redes sociais digitais, local onde são veiculadas as produções a serem analisadas no presente trabalho.

Neste sentido, foram construídos quatro eixos que nortearam a avaliação: 1- Processos jornalísticos, interação e engajamento; 2- Legitimidade; 3- Segurança do jornalismo, *accountability* e disputas de narrativas; 4- Disputas entre o quarto poder e os usuários.

Em seguida, realizou-se a escolha do objeto, optando-se pelo perfil do Jornal Nacional no “X”, plataforma que se justifica pela possibilidade de reproduzir diferentes tipos de conteúdo (texto, áudio, foto e vídeo). Neste contexto, cabe destacar que durante a realização das análises o “X” passou por uma série de mudanças que vão desde mudança do nome, de “Twitter” para “X”, até transformações significativas nos quesitos de interação e engajamento dos produtores de conteúdo.

Artigos Livres

Delimitado o objeto de análise, realizou-se recortes temporais e temáticos que serviram de amostra para a pesquisa. A fim de obter resultados consolidados, utilizou-se como filtro inicial conteúdos com palavras-chave que foram abordadas durante todo o ano de 2022, o que auxiliou na compreensão sobre como se estabelecem os conflitos e debates por poder no perfil do Jornal Nacional no “X”. Assim, as palavras-chave escolhidas foram: “Covid, Covid-19 ou Coronavírus”, “pandemia”, “vacina”, “política”, “eleições 2022”, “eleições presidenciais”, “Lula” e “Bolsonaro”.

Como recorte temporal, a escolha foi por conteúdos publicados originalmente entre 01 de janeiro de 2022 e 31 de dezembro de 2022, período em que o cenário brasileiro foi marcado não apenas pela pandemia da Covid-19, como também por embates nos âmbitos político, econômico e social, bem como uma forte polarização no espectro político.

Após a definição do período de investigação, realizou-se alguns recortes na amostra inicial, de modo que fosse possível avaliar um número significativo de publicações do JN no X. Inicialmente chegamos ao número de 338 conteúdos com ao menos uma das palavras-chave. Em seguida, atribuímos pesos para cada tipo de interação dos usuários, o que nos permitiu classificar o fator “engajamento” do universo de postagens selecionado. Nesta medida, utilizamos o peso 2 para curtir/like, peso 3 para comentários e peso 5 para compartilhamento/retweet, o que resultou em peso 10.

Posteriormente, a fim de se estabelecer uma amostragem representativa para uma análise das publicações mapeadas, utilizou-se a seguinte fórmula: $[z^2 * p(1-p)] / e^2 / 1 + [z^2 * p(1-p)] / e^2 * N$. Para

Artigos Livres

tal, consideramos “N = tamanho da população”; “z = escore z”; “e = margem de erro”; e “p = desvio padrão”⁴.

Neste sentido, a fim de encontrar o tamanho ideal da amostra, levou-se em consideração os seguintes fatores: 1- nível de confiança, que segundo a avaliação do Qualtrics pode variar entre 90%, 95% e 99%; 2- tamanho da população/publicações mapeadas; 3- margem de erro, que pode variar de 1% a 10%; 4- tamanho ideal da amostra, que é o número final de conteúdos a serem analisados dentro de um universo mais amplo.

Para a presente pesquisa, como as análises possuem caráter quali-quantitativos, o que não demanda uma extrema precisão no nível de confiança e na margem de erro, a opção foi por um padrão de confiança de 95% e margem de erro 10%.

Por fim, excluiu-se os materiais em que foram encontrados links + texto e imagens + texto e manteve-se apenas os conteúdos em formato audiovisual. Por fim, aplicou-se a fórmula ao universo possível, de 123 postagens, chegando, assim, a 54 publicações a serem analisadas de acordo com os eixos propostos.

Manifestações dos cidadãos a partir do perfil do Jornal Nacional no “X”

Antes de iniciarmos a avaliação dos materiais selecionados, contudo, cabe destacar que a análise considerou a presença de contas-robô, também chamados de bots e que, assim como outros

⁴ A fórmula é frequentemente empregada em pesquisas de amostragem nos campos da estatística e pesquisa de mercado e auxilia o pesquisador a encontrar uma amostra que não seja nem pequena e nem grande demais.

Artigos Livres

usuários (humanos) que se apropriam do digital, estão presentes e podem realizar as mesmas movimentações e interações. Neste sentido, reitera-se que as contas que produziram os comentários analisados foram conferidas e foram identificados poucos perfis que apresentaram comportamento de *bots*, sendo que nenhuma destas contas representaram um quantitativo de comentários pertinentes ao ponto de modificar os resultados provenientes do corpus de análise avaliado.

As materialidades foram examinadas inicialmente a partir do conteúdo audiovisual e legenda contidos nas publicações originais do perfil do Jornal Nacional e, em seguida, foram observados os comentários e compartilhamentos - paratextos -, presentes na publicação. Esta etapa de investigação dos comentários e compartilhamentos foi desenvolvida de modo manual, o que diminui a influência dos algoritmos na amostragem final da análise.

Passando para os eixos de análise, inicia-se com o eixo 1- Processos jornalísticos, interação e engajamento. Após a análise realizada, identifica-se uma preferência do perfil do Jornal Nacional em veicular conteúdos provenientes da tela TV, com formatos e linguagens provenientes do telejornalismo e que são reproduzidas no digital.

Neste panorama, destacam-se as escaladas/chamadas do telejornal; cabeças/chamadas para as matérias; notas seca e coberta em estúdio; trechos de entrevistas; e fragmentos de matérias (sobretudo *offs* e sonoras), normalmente sem as cabeças, notas pé e passagens.

Sobre a ausência de passagens, observa-se que essa é uma opção feita pelo telejornal com o intuito de priorizar os conteúdos desenvolvidos, em sua maioria, em estúdio ou com a utilização de

Artigos Livres

infográficos ou artes, a despeito de VTs completos, algo que só está presente em materiais em texto nos quais são adicionados *links* para que o usuário tenha acesso à matéria completa.

Tais constatações revelam uma preocupação em menor grau por parte do JN em adaptar o seu conteúdo para as redes sociais digitais, de modo que a única adequação realizada pelo telejornal consiste no recorte dos conteúdos em relação ao tempo, que em sua grande maioria respeita os 2 minutos e 20 segundos permitidos pela plataforma para a veiculação de materiais diretamente no X, tempo que só é ultrapassado em vídeos relacionados a trechos de entrevistas com os candidatos Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva.

As adaptações nos conteúdos ocorrem apenas em três materiais, com a ressalva de que todos eles revelam bastidores do Jornal Nacional, como por exemplo em material veiculado em 19 de julho de 2022, em publicação na qual o perfil do Jornal Nacional menciona o perfil de sua repórter, Raquel Krahenbuhl, e no vídeo, feito no formato “selfie”, a própria jornalista revela que conversou com exclusividade com o presidente da Ucrânia, Volodymyr Zelensky.

Nos outros 51 materiais avaliados, contudo, não são observados convites à participação do público ou diálogos multimídia - potencialidades do digital -, mas é possível identificar a preocupação do JN em se apresentar como um produtor de conteúdo que se preocupa com a apuração e a checagem dos materiais, bases do jornalismo e da alcunha do “quarto poder”.

Já no que diz respeito à preocupação com a apuração e checagem das informações, identifica-se nos recortes audiovisuais do Jornal Nacional uma busca por não somente transmitir as

Artigos Livres

informações, como também por apresentar as fontes que foram utilizadas como fontes de verificação do telejornal, sobretudo em matérias que abordam pesquisas eleitorais - e de caráter acadêmico.

Em relação ao eixo 2- Legitimidade/credibilidade, após a investigação dos materiais disponíveis no perfil do X do Jornal Nacional, um fator que chama a atenção é que em todos os 54 conteúdos analisados há questionamentos sobre a legitimidade e veracidade dos conteúdos nos comentários. Observa-se que a maior parte dos conteúdos veiculados pelo JN é possível identificar um maior volume de comentários ou “interações” que realizam críticas ao veículo/telejornal e ao teor de suas publicações (o que inclui críticas às pautas e às fontes ouvidas/entrevistadas).

Seja por divergências ideológicas, por não concordância com a pauta ou com o entrevistado que ocupou espaço no Jornal Nacional ou por críticas à credibilidade e veracidade dos conteúdos veiculados pelo principal telejornal da Rede Globo, os paratextos analisados indicaram um grande quantitativo de comentários em tom crítico e negativo ao telejornal, com destaque para aqueles realizados por defensores dos candidatos Jair Bolsonaro e Lula.

Em relação à avaliação dos materiais veiculados pelo Jornal Nacional, observa-se uma preocupação do produto telejornalístico em não apenas abordar os acontecimentos ou informar a população sobre algo, como também demarcar o seu local de guardião da notícia e de quarto poder, pensando aqui no Jornalismo como um “poder simbólico” e não institucionalizado, como defendemos no presente trabalho.

Como exemplo do Jornalismo enquanto “guardião da notícia” e detentor de poder, podemos citar os 21 conteúdos analisados nos quais o Jornal Nacional leva os dois principais candidatos à

Artigos Livres

presidência do Brasil em 2022 nos estúdios Globo e os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos entrevistam Bolsonaro e Lula e fazem perguntas de interesse público, com o intuito de auxiliar os cidadãos a terem mais clareza acerca das opiniões dos candidatos sobre temas relevantes.

A realização de entrevistas com os presidenciáveis, fato que contribui com a percepção do JN enquanto parte do “quarto poder” e como fonte de segurança, bem como o fato de os apresentadores do telejornal da Globo desenvolverem perguntas específicas a cada um dos candidatos demonstram critérios que indicam a presença das etapas de apuração e checagem sobre propostas e vida política de ambos os candidatos.

Por outro lado, ao analisarmos os comentários dos usuários nas publicações feitas pelo Jornal Nacional, identifica-se que há uma série de críticas e de questionamentos sobre a legitimidade e credibilidade do telejornal. Exemplos disso são os comentários: usuário A⁵ “Ainda bem que existe internet, streaming, Youtube, tv a cabo, e eu não preciso mais ver esse lixo de emissora. Boa noite; usuário B “Inacreditável a sordidez da manipulação destas pesquisas e da GloboLixo, o tombo vai ser feio e CPI o ano que vem para apurar este absurdo”⁶; usuário C “Jornal sem credibilidade!!! Máquina de mentiras!!! Por isso não vejo “Grobo””; usuário D “Como esse jornal é hipócrita e mentiroso, não aguentamos mais tanta distorção do #JN”.

⁵ De modo a preservar a identidade dos usuários, foram utilizados codinomes no formato de letras em substituição ao nome de cada um dos perfis que realizaram os comentários presentes na análise.

⁶ Disponível em: <https://twitter.com/jornalnacional/status/1572020786944245761?s=20>

Artigos Livres

Já no que concerne ao eixo 3- Segurança do jornalismo, *accountability* e disputas de narrativas, é possível observar diferentes tipos de cobranças e questionamentos acerca dos conteúdos veiculados pelo JN.

Sobre as perspectivas de *accountability*, identifica-se cobranças feitas por usuários em diferentes escalas e de modos distintos, com destaque para os pedidos por cobertura de pautas específicas, o que também implica em acusações de que o JN estaria silenciando certos temas, como pode ser visto em comentários como: usuário E “Gostaria de ver o Bonner e a Renata perguntando: “Lula, o sr disse que ainda bem que Deus mandou esse vírus?” “O sr disse “quer bater mulher, bate, mas fora de casa?””; usuário F “Quero a globo mostra o bater de painéis”; usuário G “Vocês não perguntaram sobre a FOME, 33 milhões passando fome por causa da gestão da economia do governo Bozo”.

Outro tipo de cobrança é por mudanças de angulação dos conteúdos veiculados: usuário H “Que mediocridade destes apresentadores. Que perguntas mais medíocres. Com tanta coisa para perguntar de importante para o Brasil, vieram com picuinhas e dissimulação. Jornalismo barato”; usuário I “Sério? Foi só isso que o blogueiro disse? Dá a notícia corretamente aí, sem viés particular!!!”; usuário J “Que tão vcs fazer uma matéria sobre a homofobia no QATAR ???? Ahhh chamem o Emir dessa palavrinha na reportagem e levem suas faixinhas de arco íris... faz esse teste pra nós por favor ... se não vou ser obrigado a chamá-los de: HIPOCRITAS”.

Uma terceira questão investigada a partir da análise é a de possíveis acusações de que o Jornal Nacional estaria produzindo conteúdos que não são verdadeiros, o que seria passível de desinformação e *fake news*, ainda que na visão/opinião dos usuários. Exemplos disso são os comentários: usuário K

Artigos Livres

“Que vergonha mentir em horário nobre”; usuário L “Que vergonha destes "jornalistas". Desonestos, irônicos, parciais. Descaradamente mentem”; usuário M “Eu como cliente digo, Globo é desinformação!”.

Por fim, última apreensão aponta para uma “cobrança” em forma de ataques - e até ameaças - ao jornalismo e, principalmente, aos jornalistas, que pôde ser identificada em todas as publicações feitas pelo JN, ainda que não relacionadas diretamente aos temas abordados, como é exemplificado em: usuário N “Foi muito difícil pra mim, muito, mas muito difícil colocar na #globolixo. Essa emissora é inimiga da nossa nação”; usuário B “Inacreditável a sordidez da manipulação destas pesquisas e da GloboLixo, o tombo vai ser feio e CPI o ano que vem para apurar este absurdo”; usuário O “Canalhas! Bonner, e Renata!”.

Em relação ao eixo 4- Disputas que se estabelecem entre o jornalismo/quarto poder e os usuários, a partir da análise dos comentários feitos no perfil do Jornal Nacional, conclui-se que a grande maioria dos comentários são feitos por cidadãos comuns e que não estão vinculados de forma explícita a nenhum grupo social ou a alguma instituição público-privada, o que é possível apreender a partir de uma avaliação não apenas dos comentários, como também por meio da visualização do perfil dos usuários que realizam comentários no perfil do X do Jornal Nacional.

Sobre as identidades dos perfis, percebe-se que a maior parte dos comentários feitos como crítica ou questionamento para o Jornal Nacional é proveniente de um posicionamento político-ideológico, algo que é intensificado com o recorte de análise ao qual nos propomos - o ano de 2022 e, portanto, de eleições presidenciais.

Artigos Livres

Ainda sobre as identidades dos perfis analisados, observa-se que as principais identidades que aparecem no corpus de análise são de apoiadores de pautas relacionadas à direita, ao conservadorismo e a Jair Bolsonaro, o que é possível confirmar após uma investigação dos paratextos realizada nos perfis dos interatores.

Principais expoentes disso são os perfis de: usuário P, que em mais de 100 oportunidades faz comentários a fim de atacar o papel do JN enquanto quarto poder, bem como os demais poderes - sobretudo o Judiciário - e usuário Q, que em 43 oportunidades interage com o Jornal Nacional em tom de críticas, questionando o local do telejornal enquanto espaço de credibilidade.

Outra identidade que se apresenta é a de apoiadores de ideias de esquerda e de apoio à Lula, algo que é possível observar na postura de perfis como o de usuário R, que realiza 28 comentários nos posts do JN e assume uma postura de críticas e questionamentos acerca da parcialidade no tratamento com Lula, principalmente durante os conteúdos relacionados às entrevistas com candidatos à presidência.

E neste panorama, uma terceira e mais comum identidade observada é a de perfis que realizam comentários específicos e pontuais no perfil do Jornal Nacional, não sendo essa uma prática recorrente por parte destes usuários, que se limitam a interações isoladas. Dentre os paratextos analisados, há uma percepção de que a maior parte das interações são feitas por perfis que comentam poucas vezes no perfil do Jornal Nacional durante o ano de 2022, mas que assumem diferentes posturas e faces.

Já em relação aos comentários feitos no perfil do JN, observa-se um grande quantitativo de interações em tom de embates, como podemos identificar em: usuário S - Parece discurso dos petistas

Artigos Livres

no congresso - EDITORIAL MARAVILHOSO DA JOVEM PAN”, no qual o perfil compartilhou uma publicação de Flávia Ferronato, que possui quase 650 mil seguidores e busca rebater o conteúdo veiculado pelo Jornal Nacional com um vídeo que supostamente é produzido pela Jovem Pan e cobra ética do Judiciário, além de atacar o STF.

Além disso, identifica-se ainda comentários que têm como intuito questionar o JN enquanto quarto poder: usuário T - o usuário publica um material editado e que junta diversas falas e imagens de Lula com narração de Fernanda Montenegro em outro vídeo no qual fala sobre outro tema. Não apenas neste comentário, como também em outras 7 interações feitas pelo usuário é possível observar a veiculação de materiais em vídeo ou foto com o objetivo de contrapor os conteúdos publicados pelo Jornal Nacional, se colocando como um perfil “fiscalizador”; usuário U - “A conta agora quem manda é o povo...” + Print de vídeo com supostas invasões no parlamento e legenda que afirma: “urgente acabaram de invadir o parlamento em Brasília deputados desesperados com a fúria do povo”.

Por outro lado, há também usuários que se colocam como defensores dos veiculadores de conteúdo, ainda que em menor incidência e frequência, como por exemplo em: usuário V - “Parabéns pelo trabalho de vcs... n deve ser trivial tantas entrevistas com políticos! #LulanoJornalNacional #LulaNoJN” e usuário W - “Parabéns, Raquel Krahenbuhl! Trilhando uma carreira de muito sucesso!!! E quem ganha somos todos nós!”.

Desenvolvidas as análises dos eixos propostas, é possível detectar diversas maneiras de os usuários interagirem com o telejornal, principalmente de modo a discordar de materiais veiculados pelo JN, algo que é ramificado, principalmente, em cinco tipos: 1- críticas à apuração/checagem, ao

Artigos Livres

conteúdo ou aos apresentadores; 2- cobrança por modificação nas angulações dos materiais produzidos pelo Jornal Nacional; 3- tentativa de fiscalização por um suposto silenciamento de pautas e sugestão/cobrança pela cobertura de temas que não foram desenvolvidos pelo JN; 4- questionamentos sobre a credibilidade, legitimidade e veracidade dos materiais veiculados pelo telejornal da Rede Globo com acusações de que os conteúdos seriam falsos e desinformativos; 5- veiculação de materiais produzidos por outros meios de comunicação ou por atores sociais digitais nos comentários como forma de contrapor e refutar os materiais produzidos pelo Jornal Nacional.

Neste sentido, através da retomada da discussão acerca da presença de disputas de poder entre o Jornalismo/quarto poder e os cidadãos, evoca-se novamente para o presente trabalho o conceito de Quinto Estado, proposto por Dutton (2009) e que se refere a um “novo poder” no qual os indivíduos passam a ter graças às tecnologias digitais e à internet. Isto porque é possível evidenciar este cenário de embates, de “fiscalização” e de críticas à imprensa, inclusive no que diz respeito à legitimidade, credibilidade e qualidade da informação.

Considerações finais

Ao defender a existência de um quinto estado, Dutton (2009) argumenta que, além dos tradicionais quatro poderes estabelecidos - Executivo, Legislativo, Judiciário e a Mídia/o Jornalismo, entendido no presente trabalho como um poder simbólico -, agora há um “poder”, composto pelos cidadãos comuns que teria a capacidade de participar ativamente da sociedade e influenciar os assuntos públicos.

Artigos Livres

Nesta medida, alimentada pela facilidade de acesso à informação e pela capacidade de se comunicar em plataformas online, mas sem desconsiderar as prerrogativas de que há um controle das *big techs* sobre os algoritmos que movimentam as redes sociais digitais (Evgeny & Claudio, 2018) e de que cerca de 8,5% da população brasileira ainda não possuem acesso irrestrito à internet em seus domicílios (Ibge, 2022), estes novos indivíduos podem usar essas ferramentas para criar e compartilhar conteúdo, expressar opiniões, mobilizar pessoas em torno de causas, fiscalizar e desafiar as instituições de poder.

Em entrevista realizada com Dutton, ao ser questionado acerca da atuação do quinto estado no cenário de redes sociais digitais e também de algoritmos, o autor afirma que a principal potencialidade deste novo estado/poder estaria no fato de que indivíduos em rede podem responsabilizar outros estados e passam a cobrar uma prestação de contas – social e politicamente destes membros de outros poderes, bem como fiscalizar e supervisionar a sociedade, papel que anteriormente era estritamente vinculado à imprensa (Dutton & Pereira, 2022).

Entretanto, apesar de semelhanças e aproximações, cabe destacar que o cenário brasileiro se difere do britânico, região onde são desenvolvidos os estudos de Dutton sobre o quinto estado, o que fornece substrato para uma reflexão para um “novo poder” que é identificado no contexto brasileiro e que, no presente trabalho, conceituamos como “quinto poder”.

Por meio de uma observação sobre o conceito aplicado ao cenário brasileiro, este quinto poder possui características peculiares e até mesmo diferentes do que propõe Dutton, sobretudo, em relação à mobilização e ao *accountability* (Dutton & Pereira, 2022). A primeira diferença é que não é possível

Artigos Livres

observar manifestações de modo mobilizado e em grandes escalas, uma premissa para a efetivação do quinto estado no contexto britânico, mas que não impede a ação do quinto poder.

Uma segunda questão a ser avaliada é o cenário político e ideológico vivido pelo Brasil desde as eleições de 2018 e que foi intensificado pela postura de negação da ciência por parte do então presidente, Jair Bolsonaro, frente à pandemia da Covid-19 (Monari *et al.*, 2021). Acrescenta-se a esta perspectiva um cenário que vem desde 2018 e acaba sendo intensificado em 2022, marcado por conflitos discursivos entre perfis nas redes sociais digitais com posicionamentos políticos antagônicos (Penteado *et al.*, 2021; Vinhas *et al.*, 2020), bem como de uma polarização política que, segundo Fuks e Marques (2023), é afetiva e mais intensa no que diz respeito aos candidatos.

Demarcadas estas perspectivas, cabe ressaltar que parte significativa dos comentários em tom de crítica, questionamento e até ataque aos conteúdos produzidos pelo Jornal Nacional possivelmente sofrem influência deste ambiente polarizado.

Esse contexto nos leva a uma outra apreensão que o Jornal Nacional, na maioria de seus conteúdos, se preocupa em demonstrar seus processos produtivos e em se colocar como fonte de segurança para os cidadãos, ainda que por meio da reprodução de trechos de conteúdos veiculados anteriormente na TV. E refletindo sobre a perspectiva do jornalismo como quarto poder, esse movimento é interessante ao identificarmos uma nova configuração da mídia que também se insere no digital e, à medida que novos atores sociais passam a ocupar a web, passa-se a questionar o papel do jornalismo como único guardião da notícia e fiscalizador dos demais poderes - já que agora os usuários também podem realizar estas tarefas.

Artigos Livres

Contudo, apesar de o ambiente digital permitir a interação e o diálogo, os comentários feitos pelos usuários não são respondidos pelo Jornal Nacional, de modo que não se cria uma interação efetiva e dialógica. Tal fator contribui com a percepção de que ocorre um impulsionamento das críticas e questionamentos por parte dos usuários e, ao mesmo tempo, de menor frequência de conteúdos que defendem o telejornal.

Desta forma, o grande quantitativo de comentários em tom de cobranças, ataques e até mesmo de questionamentos sobre a veracidade e legitimidade dos conteúdos do Jornal Nacional se torna o grande expoente das manifestações desse “poder” que o usuário passa a ter com as redes sociais digitais.

Somado a isso, no cenário nacional, diferentemente do britânico - e europeu, não há mecanismos de regulação/regulamentação da mídia e as discussões sobre a regulação de plataformas digitais ainda estão sendo discutidas a partir do Projeto de Lei 2768/2022.

Neste sentido, as manifestações do quinto poder são feitas, em sua maioria, a partir de opiniões dos usuários que são veiculadas como comentários, mas sem que essas interações se tornem cobranças efetivas e passíveis de serem revistas em caso de falha por parte do JN, algo que ocorre em um contexto de regulação/regulamentação da mídia.

Delimitadas estas questões e levando-se em consideração as apreensões obtidas da análise do perfil do Jornal Nacional no X, apontamos seis características do quinto poder que nos dão substrato para apresentá-lo como teoria intermediária da comunicação - ainda que considerando que a amostra não dá conta de explorar todas as possibilidades deste quinto poder, servindo como uma espécie de

Artigos Livres

“guia preliminar” deste conceito, que é dinâmico e segue em transformação. São elas: 1- interação e busca por diálogo com o quarto poder; 2- críticas à apuração ou ao material veiculado por membros do quarto poder; 3- fiscalização acerca da angulação dos conteúdos; 4- questionamento sobre o silenciamento de pautas e cobranças pela inserção de temas que membros do quinto poder julgam ser relevantes; 5- tensionamentos de um veículo/jornalista identificado com o quarto poder a partir da produção/reprodução de materiais provenientes de outros meios de comunicação e atores sociais digitais; 6- acusações de que materiais veiculados pelo Jornalismo/quarto poder não são verdadeiros e promovem a desinformação - mesmo que sem provas de tais acusações.

A partir da apresentação do conceito de quinto poder, busca-se ampliar os debates e as discussões acerca do tema, bem como possibilitar um ponto de partida para que outros pesquisadores possam desenvolver estudos sobre o tema que, para além das características apresentadas como resultados de pesquisa, podem assumir outras faces e estão em movimento, assim como o ambiente digital, o Jornalismo e as sociedades.

Por fim, identifica-se como estratégia possível para que haja avanços na relação entre os cidadãos e a imprensa, o que tem impactos diretos na percepção do quinto poder enquanto conceito possível, a educação midiática (Soares, 2014), tomando como ponto de partida o documento publicado pelo Governo Federal em 2023, intitulado “Estratégia Brasileira de Educação Midiática”⁷ e que tem

⁷ O documento foi elaborado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, através da Coordenação-Geral de Educação Midiática Departamento de Direitos na Rede e Educação Midiática Secretaria de Políticas Digitais. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-popolacao/2023_secom-spdigi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf

Artigos Livres

como objetivo promover a educação para as mídias para a população brasileira, bem como o desenvolvimento de políticas públicas sobre o tema.

Artigos Livres

Referências

- Albuquerque, A. (2009). *As três faces do quarto poder*. Anais do XVIII Encontro da Compós, 18 (1), 1-13. <https://proceedings.science/compos/compos-2009/trabalhos/as-tres-faces-do-quarto-poder?lang=pt-br>.
- Albuquerque, A. (2000). Um outro quarto poder: jornalismo e compromisso político no Brasil. *Contracampo*, 4 (1), 23-57.
- Anderson, C. (2006). *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Elsevier.
- Biernath, C. A. G. & Silva, M. (2015). Entre subjetividade, manipulação e efeito de verdade: problemáticas do jornalismo como “Quarto Poder”. *Revista Multiplicidades*, 6 (6), 85 - 99. <https://revistas.fibbauru.br/multiplicidadefib/article/view/66>.
- Bourdieu, P. (1987). *O Poder Simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz. Editora Bertrand Brasil S.A.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede*. A era da informação: economia, sociedade e cultura. (2. ed.). Paz e Terra.
- Charaudeau, P. (2012). *Discurso das mídias*. Contexto.
- Coutinho, I. M. S. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In Emerim, C., Coutinho, I. M. S., & Finger, C. (orgs.). *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. (Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7, pp. 175-194). Insular.
- Coutinho, I. M. S. (2016). O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ECA-USP, São Paulo, Brasil. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>.
- Dutton, W. H. & Pereira, G. T. F. (2022). Compreendendo o Quinto Estado e suas ramificações. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 45. 1-13. <https://doi.org/10.1590/1809-58442022401pt>.
- Dutton, W. H & Dubois, E. (2015). The Fifth Estate: a rising force of pluralistic accountability. In: Coleman, S. & Freelon, D. (orgs.). *Handbook of Digital Politics*. (pp. 51-66). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781782548768.00011>.
- Dutton, W. H. (2009). The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27 (1), 1-15.
- Evgeny, M. & Claudio, M. (2018). *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. Ubu Editora.
- Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Revista Matrizes*, 1 (2), 89-105.

Artigos Livres

- Fuks, M. & Marques, P. H. (2023). Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. *Opinião Pública*, 28 (3), 560-593.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2010). *Sistemas de Media: estudo comparativo—três modelos de comunicação e política*. Livros Horizontes.
- Hoffmann, F. (2022). A extrema direita no poder: Bolsonaro e o bolsonarismo. *Revista Orbis Latina*, 12 (1), 4-20.
- Ibge (2022). *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2022*. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua.
https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102040_informativo.pdf
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. (2 ed.). Aleph.
- Kantar Ibope Media. (2020). *Inside TV: experiências, influências e as novas dimensões do vídeo*.
<https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-tv/>.
- Lima, F. R. (2019). As eleições de 2018 e a ascensão da extrema direita no Brasil. *Revista Percurso - Nemo*, 11 (1), 207-215.
- Lucini, A. & Konageski, L. (2021). A influência dos bots na ascensão da extrema-direita no Brasil, durante e após 2018. *Revista Sítio Novo*. 5 (4). <http://dx.doi.org/10.47236/2594-7036.2021.v5.i4.5-20p>
- Meditsch, E. (2010). Jornalismo e construção social do acontecimento. In: Benetti, M.; Fonseca, V. P. S. (Orgs.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. (pp. 19-42). Insular.
- Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Minerva Coimbra.
- Mick, J. (2015). Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades. *Pauta Geral*, 2 (1), 15-37.
- Mizukami, P.; Reia, J.; Varon J. (2014). *Mapeamento da mídia digital no Brasil*. Open Society Foundations.
- Monari, A. C. P.; Araújo, K. M.; Souza, M. R. & Sacramento, I. (2021). Legitimando um populismo anti-ciência: análise dos argumentos de Bolsonaro sobre a vacinação contra Covid-19 no Twitter. *Liinc Em Revista*, 17(1), e5707. <https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5707>.
- Novelli, A. L. C. R. (1994). *O projeto Folha e a negação do quarto poder*. [Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Brasília].
- Paillet, M. (1986). *Jornalismo, o quarto poder*. Tradução: Neca Jahn. Brasiliense.

Artigos Livres

Pelicioli, A. C. A atualidade da reflexão sobre a separação dos poderes. *Revista de Informação Legislativa*. Brasília. ano 43, nº 169, jan./mar. 2006. https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/43/169/ril_v43_n169_p21.pdf

Penteado, C. L.; Goya, D. H.; De França, F. O. (2021). Discursive conflicts around the impeachment of Dilma Rousseff (Brazil) on Twitter. *Perspectivas da Contemporaneidade*, 1.

Soares, I. O. (2014). Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. *Comunicação & Educação*, 19(2), 15-26.
<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v19i2p15-26>

Soster, D. A. (2009). Sobre midiatização, mediação, poder e jornalismo. *BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, 1, 1-9.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.

Vinhas, O.; Sainz, N. & Recuero, R. (2020). Antagonismos discursivos nas hashtags #marqueteirosdojair e #bolsolão no Twitter nas eleições de 2018 no Brasil: contribuições da análise de redes sociais à sociologia digital. *Estudos de Sociologia*. 25 (48). <https://doi.org/10.52780/res.13433>.

White, D. M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism quarterly*, 27 (4), 383-390.

Winques, K. & Longhi, R. R. (2022). Dos Meios às Mediações (Algorítmicas): Mediação, Recepção e Consumo em Plataformas Digitais. *Revista Matrizes*, 16 (2), 151-172.
<https://www.revistas.usp.br/matrizes/issue/view/12502/2348>.